

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY FOR EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ZAPORIZHZHYA NATIONAL UNIVERSITY

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
FACULTY OF MANAGEMENT

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА,
МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ЛОГІСТИКИ
CHAIR OF ENTREPRENEURSHIP, MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS
AND LOGISTICS

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА

на тему Управління інвестиційною діяльністю на підприємстві туристичної
сфери

THESIS FOR THE BACHELOR'S DEGREE

Management of Investment Activities at a Tourism Enterprise

Виконала: здобувач ступеня вищої освіти бакалавра, 5 курсу, групи
6.0739-гктс-з

спеціальності 073 Менеджмент

освітньої програми Менеджмент готельного, курортного та туристичного
сервісу

А.І. Жейнова

Керівник доц., к.ю.н.

О.О. Давиденко

Рецензент доц., к.е.н.

Ю.І. Полусмяк

Запоріжжя
2024

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту

Кафедра підприємництва, менеджменту організацій та логістики

Рівень вищої освіти бакалавр

Спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Менеджмент готельного, курортного та туристичного сервісу

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

к.е.н., доц. Павлюк Т.С.

« ____ » _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Жейновій Аліні Іванівні

1. Тема роботи Управління інвестиційною діяльністю на підприємстві туристичної сфери

керівник роботи Давиденко Оксана Олександрівна, к.ю.н., доцент
затверджені наказом ЗНУ від « ____ » червня 2024 року № ____ .

2. Строк подання здобувачем роботи «20» травня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи джерела Інтернет, спеціалізована література, періодичні видання, матеріали науково-практичних конференцій з досліджуваних питань, а також дані статистичної звітності підприємства.

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з основної частини і додаткової. Основна частина містить такі структурні елементи: вступ, сутність (3 розділи – теоретичний, аналітико-дослідницький, проектно-рекомендаційний), висновки та рекомендації, список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ – складається з 3 підрозділів: 1.1 Сутність, мета і функції інвестування у сфері туристичного бізнесу; 1.2 Поняття і основні принципи управління інвестиційною діяльністю на підприємстві туристичної галузі; 1.3 Сучасні методи управління інвестиційною діяльністю на туристичному підприємстві.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ – складається з 3 підрозділів: 2.1. Аналіз тенденцій розвитку ринку послуг туристичної галузі в світі; 2.2. Основні показники оцінки економічної ефективності інвестиційної діяльності

підприємства; 2.3 Проблеми в досягненні ефективного управління інвестиційною діяльністю на підприємствах туристичної галузі.

РОЗДІЛ 3 ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ – складається з 1 підрозділу: 3.1 Шляхи вдосконалення ефективності управління інвестиційною діяльністю туристичних компаній.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Давиденко О.О. доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту ЗНУ	15.03.2024 р.	15.03.2024 р.
2	Давиденко О.О. доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту ЗНУ	19.04.2024 р.	19.04.2024 р.
3	Давиденко О.О. доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту ЗНУ	10.05.2024 р.	10.05.2024 р.

6. Дата видачі завдання 15.03.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	Лютий	виконано
2	Вивчення літературних джерел	Березень	виконано
3	Збирання матеріалу на підприємстві	Березень	виконано
4	Обробка матеріалу	Березень	виконано
5	Виконання розділу 1	Квітень	виконано
6	Виконання розділу 2	Квітень	виконано
7	Виконання розділу 3	Квітень	виконано
8	Формулювання висновків	Травень	виконано
9	Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії	Травень	виконано
10	Подання роботи на кафедру	Травень	виконано

Здобувач вищої освіти _____ А.І. Жейнова

Керівник роботи _____ О.О. Давиденко

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ (підпис) _____ (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: «Управління інвестиційною діяльністю на підприємстві туристичної сфери»: 65 сторінок, 2 таблиці. Перелік посилань нараховує 35 найменування.

Актуальність теми. Інвестиційний процес в будь-якій економічній системі є ключовим фактором економічного розвитку. Діяльність підприємств туристичної галузі безпосередньо пов'язана з інвестиціями, необхідними для розширення та масштабування, підвищення фінансової ефективності діяльності. Чим інтенсивніше відбувається інвестування, тим швидше здійснюється процес відтворення і процес ринкових перетворень. Тому основним фактором економічного зростання є створення оптимальних умов здійснення інвестиційної діяльності.

Аналіз наукової літератури показує, що проблема залучення інвестицій в туристичну галузь в цілому у світі, а особливо в Україні, відноситься до числа малодосліджених. У зв'язку з цим звернення до питань залучення інвестицій на підприємствах туристичної сфери бачиться актуальним і необхідним.

Метою роботи є дослідження сутності і економічного обґрунтування залучення інвестицій на підприємства туристичної галузі та управління ними.

Об'єктом дослідження є процес управління інвестиційною діяльністю на туристичному підприємстві.

Інформаційну базу роботи становлять наукові роботи з менеджменту та економіки, монографічні дослідження та статті вітчизняних авторів, практичні матеріали та офіційні статистичні дані, ресурси мережі Інтернет. В роботі інформація узагальнена та відображена за допомогою таблиць.

Під час виконання роботи було розглянуто теоретичні основи управління інвестиційною діяльністю туристичних підприємств. На основі теоретичного матеріалу було проаналізовано діяльність туристичного підприємства «Відпочинок на всі 100».

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ, ПІДПРИЄМСТВО, КОНКУРЕНЦІЯ, ТУРИЗМ, СТРАТЕГІЯ, ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ, СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ, ЕФЕКТИВНІСТЬ.

ABSTRACT

Qualification work: «Management of investment activity in the tourism industry»: 65 pages, 2 tables. The list of references includes 35 titles.

Relevance of the topic. The investment process in any economic system is a key factor in economic development. The activities of tourism enterprises are directly related to the investments necessary for expansion and scaling, as well as improving financial efficiency. The more intensive the investment, the faster the process of reproduction and market transformation. Therefore, the main factor of economic growth is the creation of optimal conditions for investment activity.

An analysis of the scientific literature shows that the problem of attracting investment in the tourism industry in the world as a whole, and especially in Ukraine, is one of the most under-researched. In this regard, addressing the issues of attracting investment in tourism enterprises seems to be relevant and necessary.

The purpose of the study is to investigate the essence and economic justification of attracting investment in tourism enterprises and their management.

The object of research is the process of managing investment activity at a tourism enterprise.

The information base of the work consists of scientific works on management and economics, monographic studies and articles by domestic authors, practical materials and official statistics, Internet resources. The information in this paper is summarized and presented in tables.

In the course of the work, the theoretical foundations of investment management of tourism enterprises were considered. On the basis of theoretical material, the activities of the tourist enterprise "Vidpochynok na vse 100" were analyzed.

INVESTMENT ACTIVITY, MARKETING STRATEGIES, ENTERPRISE,
COMPETITION, TOURISM, STRATEGY, TOURISM INDUSTRY, WORLD
TRENDS, EFFICIENCY.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,
СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю;

LLC – Limited Liability Company – товариство з обмеженою відповідальністю;

ISO – Міжнародна неурядова організація по стандартизації (International Organization for Standardization);

ІСМ – інтегрована система менеджменту;

СМЯ – система менеджменту якості;

СЕМ – система екологічного менеджменту;

КРІ – Key Performance Indicators – ключові показники ефективності;

ТТСІ – Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	10
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	12
1.1 Сутність, мета і функції інвестування у сфері туристичного бізнесу.....	12
1.2 Поняття і основні принципи управління інвестиційною діяльністю на підприємстві туристичної галузі.....	18
1.3 Сучасні методи управління інвестиційною діяльністю на туристичному підприємстві	24
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ.....	30
2.1. Аналіз тенденцій розвитку ринку інвестицій в туристичній галузі в світі	30
2.2. Основні показники оцінки ефективності управління інвестиційною діяльністю туристичного підприємства	35
2.3 Проблеми в досягненні ефективного управління інвестиційною діяльністю на підприємствах туристичної галузі.....	44
РОЗДІЛ 3 ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	50
3.1 Шляхи вдосконалення управління інвестиційною діяльністю туристичних компаній.....	50
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60

ВСТУП

Актуальність теми. Інвестиційний процес в будь-якій економічній системі є ключовим фактором економічного розвитку. Діяльність підприємств туристичної галузі безпосередньо пов'язана з інвестиціями, необхідними для розширення та масштабування, підвищення фінансової ефективності діяльності. Чим інтенсивніше відбувається інвестування, тим швидше здійснюється процес відтворення і процес ринкових перетворень. Тому основним фактором економічного зростання є створення оптимальних умов здійснення інвестиційної діяльності.

Міжнародні інвестиції є основою розвитку підприємств, окремих галузей та економіки країни в цілому. Проблема інвестицій в туристичну галузь України зараз на жаль дуже ускладнюється нинішньою ситуацією через повномасштабне вторгнення з боку РФ, тому вона не сприятлива для інвестиційної діяльності, але ми впевнені що Україна переможе і ситуація кардинально зміниться. Аналіз наукової літератури показує, що проблема залучення інвестицій в туристичну галузь в цілому у світі, а особливо в Україні, відноситься до числа малодосліджених. У зв'язку з цим звернення до питань залучення інвестицій на підприємствах туристичної сфери бачиться актуальним і необхідним.

Вирішенню проблем ефективного інвестування туристичних компаній присвятили свої роботи О.Г. Янковий, О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, О.П. Романко, Р.А. Фатхутдинов, Л.І. Піддубна, Т.В. Гринько, С.І. Савчук, А.Ю. Юданов, Р.Л. Лупак, І.Г. Кадирус, І. Ансофф, М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, Ф. Котлер та ін.

Об'єктом дослідження наукової роботи є процес управління інвестиційною діяльністю на туристичному підприємстві.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних підходів щодо підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю туристичної сфери.

Мета і завдання дослідження. Метою є дослідження сутності і економічного обґрунтування залучення інвестицій на підприємства туристичної галузі та управління ними.

Для досягнення поставленої мети було встановлено такі завдання:

- розглянути поняття і основні види інвестицій;
- вивчити методи управління інвестиційною діяльністю на підприємстві;
- провести аналіз тенденцій розвитку ринку туристичної галузі в світі та Україні;
- проаналізувати проблеми ефективності управління інвестиціями туристичних компаній;
- розробка і обґрунтування шляхів удосконалення ефективності управління інвестиційною діяльністю туристичних компаній.

Методи дослідження. Використані загальнонаукові і спеціальні методи пізнання, метод аналізу джерел інформації з теми кваліфікаційної роботи; порівняння; аналогії; абстрагування; теоретичного аналізу і синтезу; класифікації.

Практичну значимість роботи складає той факт, що після проведення оцінки методів управління інвестиційною діяльністю та інвестиційної привабливості туристичної компанії з'ясована надзвичайна важливість підвищення ефективності цих процесів.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та рекомендацій та списку використаної літератури.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

1.1 Сутність, мета і функції інвестування у сфері туристичного бізнесу

Сектор подорожей та туризму вважається однією з найбільш прогресивних галузей у світі. Він демонструє стабільне зростання з часів глобальної економічної кризи. За даними багатьох досліджень кількість міжнародних туристичних маршрутів постійно зростає. Однак туризм також стикається з конкурентним тиском, який суттєво у нашому сучасному глобалізованому суспільстві зростає.

Основною характеристикою будь-якої компанії, з точки зору, конкурентної боротьби є її конкурентоспроможність. Вона визначає життєздатність компанії, результати її діяльності в умовах ринкової конкуренції. А саме інвестиційна діяльність має значний вплив на конкурентоспроможність як всієї галузі, так і окремого туристичного підприємства.

В усьому світі держави намагаються сприяти позитивному впливу туризму через свою туристичну політику. Туристичну політику можна розглядати як специфічну державну політику, спрямовану на підтримку цілей розвитку, що стосуються туризму, встановлених на місцевому, регіональному або національному рівнях. Основною метою політики є створення сприятливого для туризму середовища, мінімізуючи при цьому негативний вплив туризму [35]. Визначені цілі та результати реалізуються через процес планування, результатом якого є стратегія (план) розвитку туризму. Таким чином, визначає основні напрямки розвитку туризму на певній території.

Управління туризмом повинно здійснюватися з урахуванням довгострокової концепції сталого розвитку, щоб дати можливість повністю

використовувати свій потенціал. Національні та регіональні органи влади також використовують стратегічне планування для досягнення цієї мети. Вони намагаються збалансувати якість і кількість туристичної пропозиції та відповідний туристичний попит з урахуванням соціально-економічного розвитку та екологічних факторів [35].

Американські дослідники Річі та Крауч зазначають, що приваблива, ефективна туристична сфера в державі не може існувати лише завдяки чистому збігу обставин. Для цього потрібне добре сплановане середовище, яке підтримує та уможливорює розвиток туризму. Ключем до такого середовища є фактор стратегічного планування. У галузі подорожей та туризму це процес, який намагається визначити відповідний курс стратегії, що відображає нові тенденції, мінливі ринки та конкуренцію для забезпечення конкурентних переваг [29, 342]. Таким чином, стратегічне планування визначає бажаний напрямок і узгоджує право власності та спосіб використання наявних ресурсів відповідно до умов зовнішнього середовища та індивідуальних очікувань учасників [35].

Основною метою стратегічного планування є збалансування якості та кількості туристичної пропозиції і відповідного попиту з урахуванням соціально-економічного розвитку та екологічних факторів. Більше того, ретельно розроблена стратегія є джерелом потенційних конкурентних переваг і, водночас, стійка конкурентна перевага є важливою передумовою успіху.

Стратегія підтримує розвиток внутрішніх ресурсів і можливостей, щоб допомогти дестинації використовувати зовнішні можливості і захищатися від загроз. Вона також допомагає зменшити значні внутрішні слабкі сторони і розвинути найважливіші сильні сторони відповідно до інтересів і запитів ключових зацікавлених сторін [25, 69].

На етапі реалізації визначаються конкретні умови для поступового перетворення стратегії на практику. Результати попередніх етапів розвиваються

в конкретні заходи або дії, які включають детальний графік виконання, розмежування необхідних ресурсів і відповідальності. Частиною стратегічного планування є визначення механізмів моніторингу на основі попередньо визначених критеріїв. План розвитку туризму можна розглядати як формальний результат процесу стратегічного планування, що підсумовує його результат [23, 322].

Але, перш за все, для початку треба розглянути загальне поняття інвестицій та інвестування, їх основні ознаки і функції. А вже потім переходити до розглядання процесу саме управління інвестиціями.

Інвестиції - це витрати коштів на придбання, створення або поліпшення активів, які, як очікується, принесуть дохід у майбутньому [30, 312]. Вони можуть бути довготривалими або короткостроковими, і можуть бути зроблені як фізичними особами, так і юридичними особами.

Основні ознаки інвестицій:

1. Прибутковість: інвестиції повинні приносити прибуток у майбутньому, і це є основною метою інвесторів.

2. Різноманітність: можуть бути зроблені в різні види активів, такі як акції, облігації, нерухомість, фонди тощо.

3. Ризик: передбачають ризик втратити частину або всі вкладені кошти. Різні інвестиції мають різний рівень ризику.

4. Ліквідність: вона означає здатність продати актив і отримати гроші за нього. Інвестиції можуть бути більш або менш ліквідними залежно від виду активів.

5. Диверсифікація: розподіл інвестицій по різних видах активів допомагає зменшити ризик втрати коштів, оскільки негативні зміни в одному секторі можуть компенсуватися позитивними змінами в іншому.

6. Розрахунок часу: інвестиції можуть бути короткостроковими або довгостроковими, і рішення про час інвестування залежить від стратегії інвестора та його цілей.

7. Регулювання: інвестиції можуть бути регульовані або нерегульовані, в залежності від виду активів і країни. Регульовані інвестиції зазвичай мають більшу захищеність для інвесторів, але можуть мати меншу прибутковість.

Також необхідно розглянути саму сутність процесу інвестування в будь-яку галузь, щоб надалі мати змогу встановити її важливість саме для туристичної сфери.

Інвестування - це процес витрати коштів на придбання, створення або поліпшення активів, які, як очікується, принесуть дохід у майбутньому [30, 312]. Це один з ключових механізмів економічного зростання, оскільки інвестиції сприяють розвитку бізнесу, створенню робочих місць і підвищенню рівня життя.

Функції інвестування:

1. Збільшення капіталу: дозволяють підприємствам і організаціям збільшувати свій капітал, щоб фінансувати свою діяльність і розвиватися.

2. Прибуток: спрямовані на отримання прибутку у майбутньому. Це може бути у вигляді дивідендів, приросту вартості активів або інших форм доходу.

3. Підтримка економічного зростання: інвестиції сприяють економічному зростанню, створюючи нові робочі місця, стимулюючи інновації та підвищуючи продуктивність праці.

4. Розвиток інфраструктури: інвестиції в інфраструктуру, таку як дороги, мости, комунальні послуги та інформаційні технології, покращують умови життя та роботи людей.

5. Соціальний розвиток: інвестиції в освіту, туризм, охорону здоров'я та інші соціальні програми сприяють соціальному розвитку та зменшенню нерівності.

6. Зміна споживання: інвестиції в нові технології та продукти можуть змінити споживання і стимулювати інновації в різних галузях.

7. Вплив на економічні ринки: великі інвестиції можуть впливати на ціни акцій, валют і інших фінансових активів, що може мати як позитивні, так і негативні наслідки для інвесторів.

Інвестиції в туризм - це процес вкладення капіталу, як матеріального, так і людського, в туристичний сектор з метою збільшення доходу або надходжень до бюджету країни за рахунок підвищення туристичної активності в ній шляхом будівництва готелів, курортів і туристичних міст, підтримки малих туристичних проектів і розвитку інфраструктурних проектів, таких як транспорт, електропостачання, охорона здоров'я, санітарно-гігієнічні послуги та інші проекти, які служать як місцевому населенню, так і туристам [21, 142].

Важливість інвестицій у туризм важко переоцінити. Туристичний сектор так само важливий, як і інші сектори, і не можна ігнорувати важливість інвестицій в нього і те, чого він може досягти для країни, і це проявляється в наступному [2,8]. Інвестиції в туризм сприяють створенню нових робочих місць, підвищенню конкурентоспроможності в туристичному секторі, збільшенню доходів країни та доходів населення, що сприяє економічному зростанню в країні. Вплив інвестицій у туристичний сектор на економічне зростання в можна простежити за допомогою звіту відповідних органів держави.

Також важливо визначити переваги розвитку туризму для місцевих жителів. Інвестиції в туризм мають позитивний вплив на мешканців територій, в які вони вкладаються. Це те, що допомагає їм отримувати вигоду від послуг та можливостей, які додаються до інвестованої території [1, 176]. Що

приносить їм користь в економічній, соціальній, культурній і навіть екологічній сферах та підвищує їхній добробут.

Надання нових робочих місць у ресторанах, готелях, ремісничих галузях та інших. Підтримка сільськогосподарського та промислового секторів регіону шляхом збільшення попиту на їхню продукцію, ремесла та традиційні галузі.

Захист спадщини регіону, до якого вони належать та забезпечення менш забрудненого довкілля та покращення естетичного вигляду території є надважливими перевагами для інвестування в туризм [1, 188].

Процес інвестування в туризм і залучення більшої кількості туристів створює потребу в нових продуктах, яких місцевий ринок не бачив раніше, і, таким чином, прокладає шлях для бізнесменів і власників компаній до нових викликів на місцевому ринку, випробовуючи місцеві продукти на міжнародних ринках перед тим, як експортувати їх. Це відбувається завдяки досвіду роботи з туристами, які відвідують регіон, що підвищує кваліфікацію бізнесменів і відкриває для них нові горизонти на обох рівнях - локальному та глобальному.

Інвестиції в туризм сприяють виділенню фінансових ресурсів для збереження природних і культурних спадщин в країні, будь то захист і відновлення археологічних зон і стародавніх міст, або навіть національних парків і багатьох інших [1, 190].

1.2. Поняття і основні принципи управління інвестиційною діяльністю на підприємстві туристичної галузі

Туризм визнаний однією з найбільш перспективних та швидкозростаючих галузей в сучасному світі. Проте, зі зростанням числа туристів із різних куточків світу, конкуренція серед туристичних підприємств стає все більш жорсткою [13, 45]. Тому інвестування в туристичну галузь є вкрай важливим процесом. А управління інвестиційною діяльністю на підприємстві туристичної сфери відіграє важливу роль в його функціонуванні.

Туризм розглядається як засіб сприяння кращому взаєморозумінню та миру між націями, а інвестиції з боку державного та приватного секторів є життєво важливими для загального економічного зростання, а також розвитку таких галузей, як сектор туризму.

Управління інвестиційною діяльністю туристичного підприємства - це процес планування, організації, контролю та аналізу інвестиційної діяльності підприємства з метою максимізації прибутковості та мінімізації ризиків [10, 83].

Ознаки управління інвестиційною діяльністю туристичного підприємства:

1). Комплексність: охоплює всі аспекти інвестиційної діяльності, від пошуку інвестиційних можливостей до управління інвестиційним портфелем.

2). Стратегічність: інтегровано в загальну стратегію розвитку туристичного підприємства.

3). Ризикоорієнтованість: враховує потенційні ризики інвестиційної діяльності та вживає заходів для їх мінімізації.

4). Ефективність: спрямоване на максимізацію прибутковості інвестицій при прийнятному рівні ризику.

5). Інформаційність: базується на всебічному аналізі та оцінці інвестиційних можливостей.

6). Гнучкість: адаптується до мінливих ринкових умов та потреб туристичного підприємства.

7). Прозорість: забезпечує відкритість та доступність інформації про інвестиційну діяльність для всіх зацікавлених сторін.

8). Відповідальність: визначає відповідальність за прийняття інвестиційних рішень та управління інвестиціями.

9). Моніторинг та контроль: передбачає регулярний моніторинг та контроль інвестиційної діяльності для забезпечення її відповідності встановленим цілям.

10). Розвиток: сприяє розвитку та зростанню туристичного підприємства за рахунок залучення інвестицій.

Незважаючи на те, що приватний сектор переважно підтримує туристичну діяльність, роль урядів держав є вирішальною у розвитку індустрії туризму на політичному рівні. Уряди, особливо в країнах, що розвиваються, заохочують інвестиції в туризм, припускаючи, що вони роблять значний внесок у їхній економічний розвиток [10, 88].

Численні фактори, такі як привабливі ландшафти та археологічні пам'ятки, які приваблюють людей до різних напрямків, є необхідною умовою для розвитку туризму, а достатньою умовою є інвестиції в туристичний сектор. Незважаючи на те, що туризм є сектором із значним потенціалом для отримання прибутку та зайнятості, інвестиції державного та приватного секторів необхідні для піднесення та підтримки цього сектору для отримання переваги, ця конкретна тема приділяла менше уваги в існуючій літературі.

Взаємозв'язок інвестицій із галузевим та економічним зростанням вже давно є предметом інтересу дослідницького співтовариства, і в цій

галузі можна знайти значну кількість літератури, однак достатня кількість літератури, що стосується інвестицій та зростання туризму, все ще знаходиться в зародковому стані. Різноманітні емпіричні підходи та методології, що використовуються в літературі, досі не дали цілісної та остаточної концепції [20, 45].

Державні та приватні інвестиції допомагають у стимулюванні та реструктуризації економічної діяльності для досягнення вищих темпів економічного зростання в усіх економіках. Інвестиціям, будучи частиною сукупного попиту приділено чи мало досліджень, тоді як сектору туризму приділялося менше уваги. Уряди, а також міжнародні агенції розвитку в менш розвинених країнах протягом багатьох років розглядають індустрію туризму як основне джерело зайнятості та отримання прибутку [7, 30]. Як стверджують науковці Баум і Сзивас, метою державної підтримки туристичного сектору є здатність цього сектору створювати можливості для працевлаштування та сприяти загальному соціальному та економічному розвитку.

Інвестиційна діяльність може здійснюватися як державним, так і приватним сектором, і результати зазвичай визначаються внутрішньою соціальною, політичною та економічною структурою. З економічної точки зору, державні інвестиції є раціональними, коли приватний сектор не в змозі виробити ефективну суму.

Як правило, державні інвестиції сприяють як розвитку певної сфери вцілому (наприклад, туризму), так і економічному зростанню [3, 18]. Маннелл стверджував, що виробничий потенціал сектора або території можна розширити за рахунок державних капіталовкладень, шляхом підвищення продуктивності поточних ресурсів і додавання додаткових ресурсів. У багатьох країнах, що розвиваються, роль державного сектора була вирішальною у розвитку індустрії туризму. Окрім формулювання

туристичної політики та розробки національного туристичного плану, уряди активно брали участь у забезпеченні туристичних послуг.

Зважаючи на те, що туризм є дуже фрагментованим сектором, який залучає багато зацікавлених сторін до надання різноманітних послуг, роль урядів у сприянні та просуванні туризму шляхом забезпечення сприятливого соціально-політичного та правового середовища є надзвичайно важливою.

Залучення державного сектора до туристичної діяльності в більшості країн, що розвиваються, необхідне не лише для досягнення довгострокових цілей, але й для компенсації відсутності сильного приватного сектора, який має досвід у сфері туризму.

Таким чином, у країнах, що розвиваються, від державного сектора вимагається активний внесок у розвиток туризму, не лише у створенні законодавчої бази та політики, але також у інвестуванні та управлінні сектором туризму [5, 278].

Крім того, державні політичні програми та планові ініціативи щодо створення комунікаційної мережі та забезпечення транспортної інфраструктури, сприяння розвитку мистецтва, а також збереження спадщини та розвитку музеїв безпосередньо впливають на розвиток туризму та залучення інвестицій [7, 18].

Крім того, розвиток туризму в будь-якій місцевості тісно пов'язаний з наявністю базової інфраструктури для туризму, такої як транспортна інфраструктура та туристичні об'єкти, включаючи незаймані пляжі, мальовничі ландшафти та унікальну культурну та природну спадщину. Ці елементи туристичної інфраструктури класифікуються як суспільні блага, які, як правило, не можуть бути надані та контрольовані приватним сектором, оскільки приватний сектор може не мати необхідних ресурсів на рівні держави.

Отже, для захисту, ефективного управління та використання туристичних ресурсів необхідна участь уряду. У зв'язку з цим держава має здійснювати стратегічно цільові інвестиції для створення сприятливого середовища та розвитку туризму [6, 97].

Перш за все, це інвестиції в якість обслуговування. Адже, один із основних та фундаментальних факторів, який має вплив на споживачів та їх задоволеність від компанії є якість обслуговування. Туристичні підприємства повинні надавати якісні послуги, які відповідають очікуванням та потребам своїх клієнтів [15, 105]. Це охоплює всі аспекти обслуговування, від комунікації та прийому гостей до комфорту та безпеки під час їхнього перебування.

Наприклад, гостинність, ефективність, дружній підхід, професіоналізм персоналу, чистоту та затишок приміщень, а також безпеку. Інвестування в навчання персоналу, вдосконалення процесів обслуговування та підтримка високих стандартів можуть позитивно позначитися на сприйнятті клієнтами сервісу та сприяти їх задоволенню.

Якість обслуговування визначається великою мірою кваліфікацією та професіоналізмом персоналу. Інвестування в навчання та розвиток співробітників, включаючи тренінги з клієнтського сервісу, комунікаційні навички, культурну чутливість та навички розв'язання конфліктів, може покращити їхній рівень професіоналізму та забезпечити високий стандарт обслуговування.

По-друге, використання інноваційних технологій може стати важливою складовою для інвестування туристичних підприємств. Це може включати в себе впровадження цифрових рішень для покращення бронювання та обслуговування клієнтів, використання віртуальної реальності для створення захоплюючих вражень, а також аналітику даних для збору та аналізу інформації про клієнтів та їхні вподобання [9, 102].

Інноваційні технології в туристичній галузі можуть змінити спосіб, яким ми мандруємо та відпочиваємо. Вони впливають на всі аспекти подорожей, від планування та бронювання до самого враження від подорожі.

Використання штучного інтелекту (ШІ) є ще однією інноваційною технологією, яка змінює і сферу туризму. Вона дозволяє користувачам відчувати подорож до екзотичних місць, не залишаючи власного будинку. За допомогою віртуальної реальності туристи можуть відвідати визначні пам'ятки, музеї та природні парки, отримуючи захоплюючі враження та нові знання [17].

Штучний інтелект допомагає туристичним підприємствам обробляти велику кількість інформації про споживачів, їх вподобання та звички [29, 345]. Але крім цього, він надає великі можливості для самого підприємства та управління ним. Правильне налаштування ресурсів штучного інтелекту можна використати і для управління інвестиційною діяльністю підприємства в різних напрямках. Це, наприклад, аналіз і оцінка ринку та можливих ризиків, портфельний менеджмент, персоналізовані кейси розвитку інвестування для конкретного туристичного підприємства.

1.3 Сучасні методи управління інвестиційною діяльністю на туристичному підприємстві

Питання підвищення ефективності управління інвестиціями із застосуванням сучасних методів та засобів менеджменту на туристичних підприємствах є дуже актуальним в наш час. Для того, щоб вижити в складному та конкурентному бізнес-середовищі, адаптація адекватних стратегій інвестування є важливою для підприємств у всіх типах економіки.

У сучасних бізнес-середовищах зусилля щодо підвищення ефективності управління процесом інвестування є одними з основних завдань кожного керівника [4, 32]. Успіх в організації виникає, якщо і працівники беруть на себе відповідальність за поставлені перед ними завдання. Світ глобалізується та змінюється швидше, ніж більшість менеджерів можуть це уявити. Виявляється, що традиційне верхове управління, яке було таким успішним у 20-му столітті, має поступитися місцем новим формам менеджменту, особливо так званому «новому менеджменту». Це безпосередньо стосується і менеджменту інвестиційної діяльності в туризмі.

Досягнення зростаючої ефективності є необхідною передумовою успіху будь-якого сучасного бізнесу, особливо у сфері туризму, що постійно розвивається та має високу конкуренцію [11, 29].

Сучасні інструменти та методи управління, задіяні в управлінні операціями в інвестуванні, спрямовані на забезпечення конкурентних переваг, розподілі та діяльності з управління проектами. Сфера фінансового менеджменту включає інструменти, які забезпечують основу для прийняття фінансових рішень і прогнозування діяльності компанії.

Таким чином, інструменти та методи управління є потужними

важелями, які можуть допомогти визначити та розробити запропоновані рішення для існуючих проблем як на окремому підприємстві так і в туристичній галузі в цілому [8].

Balanced Scorecard (BSC) – один із найвідоміших сучасних методів, який фокусується не лише на вимірюванні ефективності, але й на її включенні в загальну систему управління ефективністю підприємства [19, 65]. BSC групує фінансові та нефінансові показники з метою об'єднання їх в одну інформаційну бізнес-систему, доступну на всіх рівнях управління. Метод BSC використовується інноваційними підприємствами як система стратегічного управління, призначена для управління довгостроковою стратегією. Результатом є втілення місії та стратегії компанії в реальні заходи та плани. BSC – це система еквівалентних показників ефективності бізнесу [35].

Використовуючи метод BSC, індивідуальні місії та бачення перетворюються на цілі та їх вимірювання, охоплюючи всі бізнес-сфери. Індивідуальні цілі та вимірювання поділяються на чотири сфери, які включають перспективи навчання та зростання, клієнта, процесу та фінансові перспективи.

Ще одним важливим сучасним методом управління інвестиційної діяльності підприємства є контролінг. Контролінг – це особлива форма управління бізнесом, яка орієнтована на отримання постійного прибутку. Хоча назва викликає контроль, неможливо ідентифікувати та звести контролінг лише до контролю бізнес-процесів.

Контролінг не тільки контролює всі відхилення плану від реальності, але й активно використовується при розробці бізнес-планів, особливо прибуткових. Контролінг вважається незамінним інструментом управління, так як він корисний для аналізу правильного використання інвестицій. Адже одна справа їх залучити, а вже інша – правильний

розподіл і застосування [26, 153].

Контролінг допомагає виміряти ефект від проведених заходів по залученню інвестицій в діяльність та розвиток туристичного підприємства, а також для виявлення резервів, які забезпечують найнижчі фінансові, матеріальні та трудові витрати на досягнення цільових стратегічних цілей бізнесу.

Загальною метою всіх процедур є фіксація та запис поточної та майбутньої економічної ситуації в компанії. Наприклад, контролінг у готелі використовується як на стратегічному, так і на операційному рівнях. Що стосується діяльності, контролінг зосереджується головним чином на управлінні прибутком, зокрема на внутрішньому середовищі готелю та аналізує кількісну інформацію [14, 69].

Наступним методом в управлінні інвестиціями на підприємстві є анкетне опитування як основний метод дослідження управління інвестиціями на підприємстві. Анкета складається з питань, у яких можна додати конкретну відповідь, вибрати конкретну відповідь, а також запитання у формі шкали Лайкерта. Шкала Лайкерта складалася з чотирьох-бальної шкали, і респонденти могли вибрати, який бал вони вважають найбільш прийнятним.

Анкета складалася з двох основних частин, а саме ідентифікації та дослідження. Перша частина містила ідентифікаційні питання туристичних підприємств, у яких ми з'ясували розмір підприємства, його структуру власності.

Друга частина анкети була присвячена питанням, що стосуються самого дослідження. Запитання були спрямовані на з'ясування корисності сучасних методів управління бізнесом та умов, за яких ці методи використовуються. Це конкретні приклади використання сучасних методів, таких як BSC, бенчмаркінг, контролінг, управління та інші.

Питання та гіпотези стосувалися поставлених завдань дослідження, отриманих шляхом дослідження літератури та аналогічних реалізованих досліджень.

Основні питання дослідження мають на меті перевірити, чи туристичне підприємство сприятливе до змін та інновацій, чи використовує метод контролінгу у своїй практиці управління та ціноутворення. Останнє питання анкетування ґрунтувалося на тому, що сьогодні недостатньо, якщо компанією керують лише за допомогою фінансових показників, але саме поєднання фінансових і нефінансових показників дозволить досягти процвітання та довгострокової стійкості [14, 78].

І саме анкетне опитування стосовно інвестицій та інновацій мало практичне впровадження за допомогою нашого дослідження в діяльність української туристичної компанії «Відпочинок на всі 100».

При відборі підприємств шляхом анкетного опитування ми використовували методологію класифікації підприємств за КВЕД та SK NACE – стандартна класифікація видів економічної діяльності, яка використовується в Європейському Союзі [28].

Базу даних туристичних підприємств, яку ми використали для цілей нашого дослідження, було отримано за допомогою електронних ресурсів мережі інтернет [24]. Важливим критерієм відбору було те, чи обрана компанія ще діє на ринку та чи працює у сфері туризму. Іншим критерієм відбору був розмір компанії та оцінка її інвестиційної діяльності за останні 5 років.

В якості методу ми обрали анкетне дослідження, яке є відповідним джерелом даних від респондентів для такого типу дослідження. Метод анкетування є одним із найбільш часто використовуваних інструментів,

оскільки він дозволяє скласти логічну структуру запитань, за допомогою яких ми можемо отримати точку зору респондентів щодо проблеми.

Отримання інформації за допомогою анкети також є відносно простим методом, оскільки ми вже можемо заздалегідь визначити запитання та варіанти відповідей. Дослідження авторів, що займаються цією проблемою, рекомендують використовувати анкету для подібного типу досліджень.

Під час відбору респондентів ми використовували теорію ймовірності, яка використовує певну форму випадкового відбору. Тому доцільно узагальнити результати. В опитуванні ми використовували випадковий відбір респондентів, щоб кожен респондент мав однакову можливість приєднатися до вибірки дослідження, а вибірка була репрезентативною.

Для оцінки отриманих даних використовувалися такі методи дослідження, як описова статистика, зведені таблиці тощо, використовуючи аналіз, порівняння, синтез, відбір, індукцію та дедукцію [8]. Висунуті нами гіпотези були статистично перевірені для цілей дослідження.

Туристична компанія «Відпочинок на всі 100» з 2002 року створює своїм клієнтам гарний настрій та пропонує цікаві подорожі Україною та за її межами.

Вона була створена у 2002 році в Лисичанську, де зібралася команда любителів подорожувати. Спочатку вони виступали в ролі туристичних агентів та пропонували мешканцям Лисичанська цікаві екскурсії. Згодом суттєво розширили свій асортимент, стали пропонувати свої авторські тури в українські міста, на приморські курортим завдяки інвестуванню в туристичне підприємство.

Далі поступово туристична компанія ще розширювала свою географію. В 2007 році для своєї резиденції компанія обрала місто Харків. Усі тури, які нею пропонувалися, розроблялися та проводились нею особисто. Але далі, залучивши інвесторів, у 2016 році офіс відкрився ще у Києві, і мандрувати з компанією «Відпочинок на всі сто» тепер змогли усі мешканці столиці та Східного регіону країни.

З 2017 року команда «Відпочинок на всі 100» ще й займається створенням іміджу туристичного Харкова: у День міста, 23 серпня, проводять для всіх бажаючих безкоштовні оглядові екскурсії Першою столицею та розповідають чимало цікавого про її історію та сучасність.

Завдяки такому методу як анкетне опитування було знайдено слоган компанії, за допомогою якого залучались інвестиції та інвестори для масштабування діяльності туристичного підприємства, який звучить так: «Довірте свій відпочинок компанії «Відпочинок на всі 100» – і ми гарантуємо вам найяскравіші враження. Завдяки дружньому колективу, який просто горить своєю справою, клієнти завжди отримують найнасиченіший відпочинок. Кожен тур від «Відпочинок на всі 100» – це комплексна подорож, в якій продумані до дрібниць всі маршрути, екскурсії, комфорт проживання, харчування – і все це включається у вартість турів».

Отже, за допомогою вищезазначених методів здійснюються управління інвестиційною діяльністю на туристичному підприємстві та залучення інвестицій у їх діяльність задля розвитку та масштабування [18].

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

2.1. Аналіз тенденцій розвитку ринку інвестицій в туристичній галузі в світі

Туризм є глобальною силою економічного зростання та розвитку, яка щороку приносить величезну кількість грошей та залучених інвестицій. Наприклад, для США це – 1,7 трильйона доларів щороку, що становить близько 4% світового ВВП і близько 29% експорту послуг. Його трудомісткий характер стимулює зайнятість.

Дійсно, туризм безпосередньо забезпечує кожен десяту робочу силу у світі : у 2020 році (до пандемії COVID-19) за даними статистики від ООН сектор туризму підтримував близько 300 мільйонів робочих місць у всьому світі. Тому його підтримка і розвиток вкрай важливі [12, 41].

Але ж як ми знаємо, пандемія COVID-19 мала раптовий і значний вплив на громадське здоров'я та світову економіку. Це також призвело до різкої зупинки міжнародних подорожей. Згідно з трьома сценаріями, запропонованими ООН з туризму, кількість міжнародних туристів впала на 60-80% у 2020 році. Це призвело до втрати від 850 до 1,1 мільярда туристів, від 910 до 1, 2 трильйона доларів доходів від експорту та 100-120 мільйонів робочих місць у сфері туризму. І під загрозою було не лише життя людей [12, 41].

Зусилля, спрямовані на те, щоб туризм став рушійною силою цілей сталого розвитку (ЦСР), ризикують бути згорнуті взагалі. З цієї причини ООН з туризму розробила серію «Інвестиційних рекомендацій для покращення координації та співпраці та мобілізації глобальних інвестиційних механізмів для реагування на глобальну кризу» [22, 110].

Але, перш за все, важливо визначити фактори та тенденції, що формують інвестиції в туристичну галузь:

1. Поведінка споживачів і фактори попиту. Згідно з даними ООН з туризму, у 2019 році кількість міжнародних туристів досягла 1,5 мільярда, а до 2030 року очікується, що вона досягне 1,8 мільярда. Це становить близько 50 мільйонів додаткових прибуттів на рік, що більше ніж на 150% більше, ніж у період з 1995 по 2010 рік. За оцінками дослідників 88% цих туристів були з Азії. Наприклад, у 2018 році близько 10% з 1,4 мільярда жителів Китаю подорожували за кордон [1, 175].

Заглядаючи вперед, важливо розуміти демографічну структуру цього нового ринку по прогнозам на 2030-2040 рр., який складатимуть переважно міленіали та нові покоління. Обидва є «цифровими» поколіннями, і до 2040 р. вони становитимуть найбільшу частку світового населення — 2,3 і 2,6 млрд відповідно. Залежно від соціально-економічних груп ця поведінка може значно відрізнятись. Проте загальна тенденція рухається до цифрових та інноваційних послуг, особливо мобільних послуг.

У той же час відбудеться рух від традиційного досвіду до більш персоналізованого досвіду. Крім того, зважаючи на минулий вплив пандемії COVID-19, зростає попит на прозорість щодо протоколів охорони здоров'я, безпеки, даних і безпеки під час подорожей і в кінцевих пунктах призначення.

Таким чином, знадобиться значний рівень інвестицій, щоб підтримати збільшення кількості мандрівників і змінити поведінку та потреби споживачів. Це може створити кілька інвестиційних можливостей, відкриваючи нові інвестиційні потоки від традиційних жорстких інвестицій, як-от інфраструктура розміщення, до м'якої інфраструктури, як-от цифрові рішення та послуги підтримки, пов'язані з досвідом і стійкістю в реальності після COVID-19.

2. Інновації та технологічні рішення. Сучасна нова поведінка споживачів формує туристичні ринки та дає унікальну можливість для впровадження інноваційних рішень. Сучасні туристи вже вимагають таких технологій, як: 5G, базові хмарні послуги або штучний інтелект. Усе це пропонує підвищену швидкість доступу до інформації, більшу інтуїтивність у взаємодії та можливість розширити туристичний досвід до та після подорожі [8].

За останнє десятиліття різні інвестиційні стартапи в туризмі представили кілька інноваційних підходів, які пропонували інвестування як в виробництво, так і у використання нових технологій для створення нової цінності туристичної послуги. Також зростають інвестиції венчурного капіталу (VC) у туристичні технології. Наприклад, близько 449 мільярдів доларів США було інвестовано в стартапи Travel & Mobility Tech з 2014 по 2019 рік. Сектор туристичних технологій сягнув 61,6 мільярдів доларів США за оцінкою досліджень американської компанії Unicorn [11, 29].

Потенційний зростаючий попит і ринки, що розвиваються, підштовхнули ці потоки капіталу до нових рекордів. За даними американської компанії Morningstar Equity Research, лише ринок бронювання туристичних послуг в світі складає близько 600 мільярдів доларів США із зростаючими очікуваннями від 35,5% до 39,4% до 2029 року.

Крім того, інвестиції в стартапи Travel & Mobility Tech охопили кілька інших підгалузей, таких як: альтернативне житло, готелі та гостинний менеджмент, штучний інтелект і аналітика, тури та заходи, програмне забезпечення для управління підприємством, платежі та підключення, розумний багаж, замовлення поїздок і спільне використання автомобілів, електричні транспортні засоби та автономне водіння, літаки та польоти тощо.

3. Фактори сталого розвитку та інклюзивності. За даними ООН з туризму до 2030 року очікується, що загальна кількість туристичних поїздок досягне 37,4 мільярда, з яких 17,4 мільярда будуть міжнародними та внутрішніми

прибуттями з ночівлею (1,8 мільярда міжнародних та 15,6 мільярдів внутрішніх).

За статистичними даними американських дослідницьких компаній у сфері тризму з 2008 по 2018 роки кількість готелів зросла на 17,7%, а глобальний портфель інвестиційних проектів становить 2,4 мільйона нових готельних номерів. Крім того, у звітах по дослідженням на 2020 рік було зазначено, що готельний сектор складається з майже 200 000 готелів, які містять понад 18 мільйонів номерів у всьому світі (за даними американської агенції International Tourism Partnership) [1].

Стійкі інвестиції в туристичний сектор були орієнтовані на «зелені» переходи, що пропонують рамки для переходу від парадигми зростання до парадигми сталого розвитку в довгостроковій перспективі з метою розробки фінансових інструментів для стійкості та оновлення туристичного сектору. Таким чином, знадобиться значний рівень інвестицій, щоб підтримати збільшення кількості мандрівників та їхні мінливі потреби.

Взагалі для більш чіткого розуміння ринку у туристичній сфері треба розуміти його цільові сегменти. Сегмент ринку у туризмі – це група людей, які мають спільні характеристики та однаково реагують на туристичні пропозиції.

Різні сегменти туристичного ринку відображають різні інтереси, цінності та пріоритети людей. Сегментом ринку може бути той, що вже обслуговується певним продуктом на туристичному ринку, або це може бути сегмент, потреби якого не повністю задоволені [16].

Щоб збільшити привабливість, треба знайти саме той сегмент ринку, який найкраще реагує на певний інвестиційний проект, збільшуючи потенційну віддачу від зусиль та фінансових інвестицій. А щоб підвищити привабливість до інвестування туристичному підприємству треба адаптувати свою маркетингову стратегію до свого правильного сегмента ринку.

Визначаючи цільовий ринковий сегмент, підприємство повинно розуміти його основні аспекти. Відвідувачі з різних місць мають різні вимоги, включаючи культурні міркування, тривалість перебування, моделі витрат і звички. Треба чітко визначити цільову аудиторію. Компанії необхідно зрозуміти, що приваблює ваших відвідувачів.

Також перш ніж інвестувати, необхідно зрозуміти тенденції туристичного ринку. Сучасні та нові тенденції стимулюють активність у туризмі та відповідно успіх туристичного підприємства. Спостереження за ширшими соціальними та економічними тенденціями відвідувачів допоможе передбачити потенційні майбутні проблеми та визначити можливі шляхи до їх вирішення. Дослідження за глобальними тенденціями в світі можуть дати цінну інформацію про переваги інвестування для всієї туристичної сфери.

2.2. Основні показники оцінки ефективності управління інвестиційною діяльністю туристичного підприємства

Щоб збільшити шанси на успіх, туристичній компанії потрібна конкурентна перевага, яка максимізує інвестиційну привабливість підприємства на ринку. Існуючі туристичні компанії на ринку вже можуть задовольнити попит на продукт або послугу. І якщо туристична компанія не зможе запропонувати свою унікальну точку відмінності, це може знизити потенційні інвестиційні можливості та в цілому можливості для проникнення на ринок. Тому, перш за все, необхідно зробити аналіз потенційних конкурентів [31, 121].

Необхідно визначити такі основні критерії туристичних фірм - конкурентів:
- типи клієнтів, яких вони залучають;
- їх ціни;
- якість послуг, які вони надають;
- чи є у них певні об'єднання чи альянси з іншими туристичними компаніями;
- які помітні маркетингові стратегії вони використовують для підвищення своєї інвестиційної привабливості.

Фінансове управління це наступна сфера на яку треба звернути особливу увагу підприємству, в тому числі і туристичному, для того щоб мати можливість ефективно управляти інвестиційною діяльністю. Фінансове управління є важливою складовою управління комерційною діяльністю, оскільки воно забезпечує контроль за фінансовою діяльністю

підприємства та сприяє досягненню його фінансових цілей [33, 203]. Деякі аспекти фінансового управління включають:

- бюджетування та планування фінансових показників;
- аналіз фінансової звітності та показників ефективності;
- управління поточними та капітальними витратами;
- моніторинг платіжної дисципліни та кредитного ризику;
- оцінка фінансових ресурсів та пошук додаткових джерел фінансування;
- розроблення та впровадження стратегій оптимізації податкових платежів;
- прогнозування та управління валютними ризиками.

Ефективне фінансове управління дозволяє підприємству забезпечити фінансову стабільність, зростання доходів та рентабельності, а також ефективно управляти ризиками та забезпечити достатній ресурсний потенціал для розвитку [34, 326]. Це все підвищує інвестиційну привабливість компанії та бізнесу.

І от коли вже туристичному підприємству вдалося зробити ефективну оцінку та аналіз ринку, підвищити свою інвестиційну привабливість, треба переходити до формування правильного інвестиційного клімату і управління інвестиційними процесами.

Управління інвестиційною діяльністю на будь-якому з рівнів господарювання підприємства означає проведення аналізу поточного стану, встановлення факторів, які впливають і оцінку великої кількості аспектів інвестиційної діяльності.

Науковий аналіз інвестиційних процесів виявляє безліч понять і категорій всередині нього. Найважливішими характеристиками інвестицій є:

- інвестиційний потенціал;
- інвестиційна привабливість;

- інвестиційний клімат.

Інвестиційний потенціал компанії визначається її здатністю залучати та використовувати інвестиції для розвитку та збільшення свого бізнесу. Цей потенціал може бути визначений через ряд факторів:

1. Фінансова стабільність: компанія з високим інвестиційним потенціалом має стабільні фінансові показники, такі як зростання прибутку, ефективне управління витратами та низький рівень боргу.

2. Інноваційність: компанія, яка активно впроваджує нові технології, продукти або послуги, має високий інвестиційний потенціал. Інновації допомагають залучати і утримувати клієнтів, вдосконалювати процеси та підвищувати конкурентоспроможність компанії.

3. Ринкова позиція: компанія з сильною ринковою позицією може бути більш привабливою для інвесторів. Це може включати високий рівень усвідомленості бренду, велику базу клієнтів та солідну частку ринку.

4. Менеджмент та команда: досвідчений та кваліфікований керівний склад, який ефективно управляє компанією та розвиває стратегії для майбутнього росту, може підвищити інвестиційний потенціал [32, 400].

5. Прозорість та добросовісність: компанія, яка надає достатню інформацію щодо своєї фінансової діяльності та має репутацію надійного партнера, може привертати більше інвесторів та мати більший інвестиційний потенціал.

Загалом, інвестиційний потенціал компанії оцінюється на основі її фінансового стану, стійкості на ринку, потенціалу для інновацій та якості управління.

Для того, щоб здійснити оцінку ефективності управління інвестиційною діяльністю на туристичному підприємстві необхідно отримати всю необхідну інформацію зі щорічної звітності компанії. Треба виконати розрахунок

одиничних показників, що характеризують окремі складові інвестиційного потенціалу.

Основні три характеристики, за якими здійснюється оцінка інвестиційного потенціалу компанії:

- 1.) Рентабельність.
- 2.) Ліквідність і платоспроможність.
- 3.) Стан і структура капіталу.

Для практичного аналізу оцінки ефективності управління інвестиційною діяльністю туристичного підприємства ми взяли українську туристичну компанію «Відпочинок на всі 100». Розрахунки наведені в таблиці нижче.

Показники	Вагові коефіцієнти	Значення показника
1. Показники рентабельності:		
1.1. Рентабельність активів, %	0,3	3,77
1.2. Рентабельність капіталу, %	0,3	7,42
1.3. Рентабельність продажів, %	0,3	12,5
1.4. Рентабельність оборотних активів, %	0,3	36,44
2. Показники ліквідності та платоспроможності:		
2.1. Коефіцієнт поточної ліквідності, %	0,35	1,43
2.2. Коефіцієнт швидкої ліквідності, %	0,35	0,99
2.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності, %	0,35	0,38
3. Показники стану і структури капіталу:		
3.1. Коефіцієнт автономії, %	0,2	52,67

3.2. Коефіцієнт маневреності власного капіталу, %	0,2	0,15
3.3. Забезпеченість запасів власними оборотними засобами, %	0,2	0,89
3.4. Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власними коштами, %	0,2	26,22
3.5. Коефіцієнт інвестування, %	0,2	0,56

Отже, згідно таблиці здійснюється оцінка показників рентабельності підприємства, що має на меті розрахунок таких позицій:

- рентабельність активів;
- рентабельність власного капіталу;
- рентабельність продажів;
- рентабельність продукції;
- рентабельність оборотних активів.

Боротьба за інвестиційні ресурси на різних рівнях управління вказує на необхідність розвитку інвестиційного процесу, сприяння взаємодії його учасників, а також підвищення інвестиційної привабливості туристичної сфери. Тож саме залучення коштів є одним із найважливіших питань інвестиційної політики. На даний момент існує велика кількість варіантів залучення інвестицій в регіони з розвиненими проектами в сферах туризму, але слід зазначити, що не всі регіони однаково розвинені, і рівень розвитку промисловості в різних регіонах також різний.

Відповідно до наукових праць більшості авторів, поняття «інвестиційна привабливість» залежить головним чином від факторів, які впливають на її формування.

Деякі автори розглядають інвестиційну привабливість туристичної сфери як «коефіцієнт очікуваної прибутковості та інвестиційних ризиків, включаючи інвестиційний клімат, інвестиційний потенціал та інвестиційні ризики в цьому понятті» (Ткачева. 2011).

Інвестиційна привабливість – це характеристика, яка визначає ступінь привабливості певного об'єкта для потенційних інвесторів. Це може бути компанія, проект, ринок або будь-який інший вид інвестиції [13, 277].

Інвестиційна привабливість оцінюється на основі різноманітних факторів, таких як організаційні, економічні та правові Л.Г. Ахтарієва вважає, що «інвестиційна привабливість регіону є інтегральним показником, який визначається сукупністю його економічних і фінансових показників, рівня державного, громадського, законодавчого, політичного та соціального розвитку.

Інвестиційна привабливість визначає рух фізичного, фінансового, інтелектуального та людського капіталу в країну чи за кордон».

В.В. Кірюхін вважає, що інвестиційний потенціал та інвестиційні ризики створюють інвестиційна привабливість туристичної сфери регіону.

Таким чином, слід зазначити, що підходи до розуміння інвестиційної привабливості різні.

Аналізуючи думки різних авторів щодо поняття інвестиційної привабливості необхідно розглядати його на кількох рівнях, таких як: державний, регіональний, галузевий, рівень підприємств. Одним словом, на всіх рівнях економічної системи в цілому.

Інвестиційна привабливість оцінюється на всіх рівнях економічної системи в цілому протягом певного терміну.

Таким чином, інвестиційна привабливість туристичної сфери може характеризувати економічні переваги регіону, а також потенційні ризики цього розвитку.

Рентабельність – це показник ефективності і прибутковості бізнесу або інвестиції, який вимірює відношення прибутку (або чистого прибутку) до вкладених коштів або вартості інвестиції [19, 301]. Це один з ключових показників фінансової діяльності, який допомагає оцінити ефективність використання ресурсів та доходність інвестицій.

Рентабельність може вимірюватися різними способами, включаючи такі елементи:

1. Чиста рентабельність – це відношення чистого прибутку до загального доходу або вартості активів.

2. Операційна рентабельність – відношення прибутку від операційної діяльності до загального обсягу продажів.

3. Інвестиційна рентабельність – вимірює ефективність інвестицій, порівнюючи отриманий дохід з витратами на інвестиції [19, 198].

4. Рентабельність активів – відношення прибутку до сукупних активів компанії.

Рентабельність є важливим показником для оцінки фінансового стану підприємства або ефективності інвестицій. Висока рентабельність свідчить про те, що компанія ефективно використовує свої ресурси та генерує прибуток, в той час як низька рентабельність може свідчити про проблеми в управлінні або неефективне використання ресурсів.

Одним з найбільш значущих показників прибутковості компанії є рентабельність оборотних активів. Це пояснюється тим, що саме оборотні активи дають гарантію безперервності фінансового обороту.

Оборотні активи – це сукупність грошових коштів, попередньо інвестованих в справу для отримання оборотних виробничих фондів і фондів

обігу, що відповідають за безперервний кругообіг.

До складу оборотних активів входять активи, які можуть бути легко перетворені на грошові кошти протягом короткого періоду, зазвичай протягом одного року. Ці активи включають такі позиції:

1. Грошові кошти та еквіваленти грошових коштів: готівка на рахунках компанії та інші легко доступні фінансові інструменти, які можуть бути швидко конвертовані в готівку.

2. Запаси: товари або сировинний матеріал, які знаходяться на складі і призначені для продажу або виробництва продукції.

3. Дебіторська заборгованість: грошові кошти, які компанія очікує отримати від своїх клієнтів за раніше надані товари або послуги.

4. Короткострокові фінансові інвестиції: інші види інвестицій, які можуть бути легко конвертовані в грошові кошти протягом короткого періоду [21, 151].

Оборотні активи є важливою частиною фінансового стану компанії і використовуються для забезпечення її операційної діяльності. Вони дозволяють компанії здійснювати різноманітні операції, включаючи закупівлю товарів та матеріалів, надання кредитів клієнтам та управління готівкою та ліквідністю.

Тож фінансове положення підприємства можна вважати стабільним і стійким, якщо значення коефіцієнта рентабельності оборотних активів не менше 50%, іншими словами половина майна сформована за рахунок власних коштів організації. Це значення коефіцієнта концентрації власного капіталу говорить про те, що будь-які зобов'язання компанії зможуть бути покриті власними грошовими ресурсами.

Далі у таблиці було встановлено коефіцієнт інвестування компанії. Коефіцієнт інвестування, який також відомий як коефіцієнт інвестицій до активів (Investment to Assets Ratio), є фінансовим показником, який

використовується для вимірювання рівня інвестицій, здійснюваних компанією в порівнянні з її загальними активами.

Формула коефіцієнта інвестування компанії може бути визначена як:

Коефіцієнт інвестування = сума інвестицій поділена на загальні активи

де: сума інвестицій включає в себе сукупність інвестицій, здійснюваних компанією [21, 148], наприклад, в активи, довгострокові цінності, розширення підприємства тощо. А загальні активи – це сукупність всіх активів, які належать компанії, які включають в себе оборотні та необоротні активи [20, 45].

Високий коефіцієнт інвестування може свідчити про активний розвиток компанії та її стратегічні інвестиції в майбутній ріст. Однак низький коефіцієнт може вказувати на консервативний підхід до інвестицій або на обмежену здатність компанії до здійснення інвестицій у зв'язку з фінансовими обмеженнями або іншими чинниками.

Нормативне значення коефіцієнта інвестування має бути більше 1. Але якщо коефіцієнт інвестування менше одного, це говорить про недостатність власного капіталу. Коефіцієнт автономії і коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власними коштами туристичної компанії «Відпочинок на всі 100» в 2022 році (до початку повномасштабного вторгнення в Україну) склали відповідно 52,67% і 26,22%, що перевищувало оптимальне значення.

Таким чином, обраному нами для прикладу та практичного використання даних туристичному підприємству «Відпочинок на всі 100» притаманні досить високі показники інвестиційного потенціалу та інвестиційної привабливості.

2.3 Проблеми в досягненні ефективного управління інвестиційною діяльністю на підприємствах туристичної галузі

Не зважаючи на складність туристичного бізнесу та достатню кількість існуючих проблем в досягненні ефективного управління інвестиційною діяльністю на підприємстві, можна все ж таки знайти шляхи їх вирішення і подолання. Туристичні підприємства мають розвивати певні стратегії, які враховують зміни в ринкових умовах, інвестувати в інновації та технології, покращувати якість своїх послуг та активно взаємодіяти з клієнтами для забезпечення їх вдоволення.

1. Нестабільність попиту – туристична галузь чутлива до змін в економічних та політичних умовах, що може призвести до нестабільного попиту на послуги. Це ускладнює прогнозування інвестиційних потреб і результатів. Також впливають на попит у туризмі економічні кризи в світі, політичні конфлікти, природні катастрофи, пандемії та війни [22, 111]. Наприклад, як була велика економічна депресія це значно скоротило витрати на подорожі. Також всім відома пандемія ковіду у 2019 році зовсім зупинила туристичну діяльність людей. Що вже казати про війну в Україні, на початку якої у 2022 році в нашій країні не було і думки про туристичну сферу і її розвиток.

2. Залежність від зовнішніх факторів – туристичні підприємства і їх інвестиційна політика в цілому залежить від багатьох умов, в тому числі і від політики держави. Ті законодавчі і нормативні акти, які діють в країні та регулюють це питання напряму впливають на нього. Наприклад, в Україні, на законодавчому рівні недостатньо врегульовано питання інвестиційної діяльності та управління нею, існують певні прогалини в законах, тому це є проблемою для туристичних підприємств [4, 40].

3. Довгострокова окупність інвестицій у туризмі є ключовою проблемою, з якою стикаються інвестори та підприємства в цьому секторі. Туризм часто вимагає значних капіталовкладень у розвиток інфраструктури, маркетинг та рекламу, обслуговування та інші аспекти, і окупність таких інвестицій може займати значний час.

Інвестори, які вкладають кошти у туристичні проекти, часто стикаються з викликами, пов'язаними з довгим періодом окупності. Будівництво нових готелів, розвиток туристичних атракцій, рекламні кампанії та інші інвестиційні проекти можуть потребувати кілька років або навіть десятиліть, щоб повністю окупитися.

Цей довгий час окупності може бути особливо проблематичним у випадку непередбачуваних обставин, таких як економічні кризи, політичні нестабільності, природні катастрофи та інші події, які можуть вплинути на туристичний попит і призвести до затримок у відновленні інвестицій.

4. Нестабільність інвестиційного клімату в туризмі може стати серйозною перешкодою для розвитку туристичної індустрії. Цей аспект охоплює широкий спектр факторів, що можуть ускладнювати приваблення та управління інвестиціями в цей сектор [20, 45].

Політична нестабільність, економічні кризи, зміни у законодавстві та регулюванні, корупція та інші фактори можуть створювати невизначеність і ризики для інвесторів у туризмі. Нестабільність може призвести до коливань валютних курсів, змін відомчого регулювання та інших негативних впливів на інвестиційний клімат.

Також, важливо враховувати вплив соціальних факторів, таких як конфлікти та нестабільність у суспільстві, на інвестиційний клімат. Соціальні напруження можуть призвести до зменшення туристичного попиту, що в свою чергу може зменшити доходи туристичних підприємств та збільшити ризики для інвесторів.

Для подолання нестабільності інвестиційного клімату в туризмі важливо використовувати стратегії ризик-менеджменту, ретельно аналізувати та прогнозувати ризики, розвивати альтернативні джерела фінансування та шукати можливості для диверсифікації інвестиційного портфеля [20, 45]. Також важливо підтримувати діалог з урядовими та регуляторними органами для створення стабільного та привабливого інвестиційного середовища.

5. Високі витрати на обслуговування: підтримка туристичного бізнесу може вимагати значних витрат на інфраструктуру, маркетинг, транспорт та інші аспекти, що може створювати тиск на фінансовий потік та вимагати ретельного управління інвестиціями.

Високі витрати на обслуговування є однією з ключових проблем, з якими зіштовхуються туристичні підприємства. Ці витрати охоплюють широкий спектр аспектів, включаючи побудову та підтримку інфраструктури, маркетинг та рекламу, підтримку та обслуговування, технологічні інновації та ризик-менеджмент.

Побудова та підтримка необхідної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, транспортні засоби та інші об'єкти, може потребувати значних капіталовкладень. Туристичні підприємства також витрачають значні суми на маркетинг та рекламу для залучення уваги та привернення клієнтів [14, 69].

Підтримка якості обслуговування та комфорту для туристів вимагає наявності кваліфікованого персоналу, а також інвестицій у підтримку інфраструктури та послуг. Крім того, впровадження сучасних технологій та інноваційних рішень може також вимагати значних витрат.

Наприкінці, ризики, пов'язані зі змінами в економіці, політиці та іншими зовнішніми факторами, можуть вимагати додаткових витрат на ризик-менеджмент та захист від негативних впливів.

6. Сезонність індустрії: туристична галузь часто має сезонний характер, що може призводити до нестабільних доходів та вимагати управління ліквідністю та ресурсами впродовж року.

Сезонність індустрії туризму є однією з найважливіших характеристик цього сектору. Туристичний попит часто має сезонну природу, що означає, що підприємства зазнають значних коливань у своєму обсязі бізнесу впродовж року.

У багатьох регіонах світу сезонність туризму залежить від кліматичних умов, наприклад, в гірських або морських курортах сезон може припадати на теплу пору року. Це може призводити до великої кількості туристів у певний період і низького попиту у інші.

Сезонність також може бути пов'язана зі шкільними або робочими канікулами, святами та іншими факторами, які сприяють підвищенню подорожей у певний період [22, 110].

Однак, сезонність може створювати проблеми для туристичних підприємств, зокрема у позасезонний період, коли витрати на утримання інфраструктури та персоналу можуть залишатися високими, а прибутки знижуються.

Для подолання викликів, пов'язаних з сезонністю, підприємства можуть шукати способи диверсифікації своєї пропозиції, привертати увагу туристів у позасезонний період за допомогою спеціальних пропозицій та подій, а також розвивати альтернативні напрямки туризму, які більш стійкі до сезонних змін.

7. Висока конкуренція: підприємства постійно конкурують за увагу та гроші туристів, що ставить підвищений тиск на інвестиції у рекламу, якість послуг та інноваційність.

Високий рівень конкуренції є загальною реальністю для більшості туристичних підприємств у всьому світі. Туристичний сектор приваблює значн кількість учасників, які конкурують за увагу та гроші туристів. Це

означає, що підприємства постійно змагаються за клієнтів і намагаються виділитися серед інших.

Конкуренція може бути особливо загостреною в популярних туристичних напрямках, де багато підприємств пропонують схожі послуги та продукти. Це може призвести до зниження цін та маржі прибутку, що може негативно вплинути на доходи підприємства.

Для успішної конкуренції туристичні підприємства повинні постійно вдосконалювати свої послуги та продукти, розробляти ефективні маркетингові стратегії, надавати персоналізоване обслуговування та створювати унікальний досвід для клієнтів. Важливо також зберігати репутацію високоякісного та надійного бренду, що дозволить вирізнитися на тлі конкурентів і привертати нових клієнтів [25, 69].

8. Політичні та соціальні ризики: зміни в законодавстві, політичній ситуації чи соціальних тенденціях можуть впливати на туристичний бізнес і його можливості для інвестування.

Політичний та соціальний ризик може значно вплинути на туристичну індустрію, особливо у випадках, коли стабільність і безпека регіону стають під питанням. Політичні конфлікти, економічні нестабільності, терористичні загрози, внутрішні конфлікти та інші події можуть вплинути на безпеку та комфорт туристів.

Соціальні ризики також можуть включати культурні чи етнічні конфлікти, протести, епідемії та інші небезпечні ситуації, що можуть стати перешкодою для туристичного бізнесу. Такі події можуть вплинути на рівень туристичного попиту, а також на імідж та репутацію певного місця або регіону як безпечного та привабливого напрямку подорожей.

Для зменшення політичних та соціальних ризиків, туристичні підприємства можуть проводити оцінку ризиків, слідкувати за ситуацією в країнах, куди вони пропонують подорожі, та вживати заходів для забезпечення

безпеки своїх клієнтів. Також важливо розвивати міжнародні стандарти безпеки та співпрацювати з урядовими та місцевими владами для захисту туристичної індустрії від потенційних загроз.

9. Необхідність постійного оновлення інфраструктури та послуг є невід'ємною частиною успішної туристичної індустрії. Але це достатньо не просто і далеко не кожна компанія готова постійно оновлюватись, вкладати в це гроші та час. Туристи постійно шукають нові та захоплюючі враження, тому підприємства повинні постійно підтримувати високі стандарти якості та інновацій [29, 345].

Оновлення інфраструктури включає в себе ремонт та модернізацію готелів, ресторанів, транспортних мереж, розваг та інших об'єктів, щоб забезпечити комфорт та безпеку для туристів [32, 398]. Крім того, важливо розвивати та покращувати інфраструктуру в місцях масового відпочинку, зокрема пляжі, парки, музеї та інші туристичні об'єкти.

Постійне оновлення послуг також є важливим аспектом привабливості туристичного підприємства. Це включає в себе розробку нових та цікавих екскурсійних маршрутів, впровадження інтерактивних технологій та розваг для туристів, а також постійне покращення якості обслуговування та персоналу.

РОЗДІЛ 3 ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

3.1 Шляхи вдосконалення управління інвестиційною діяльністю туристичних компаній

Незалежно від теоретичної частини всі здобуті знання необхідно впроваджувати на практиці. Інакше весь проведений аналіз та оцінка не будуть мати ніякого практичного значення. Тому необхідно визначити необхідні кроки та шляхи з подальшим їх втіленням в діяльність туристичних підприємств.

Впровадження ефективної інвестиційної діяльності на туристичному підприємстві та управління нею обов'язково передбачає комплекс підходів та методів, за якими воно має статися. Тому встановлено основні напрями діяльності для туристичної галузі та підприємств для досягнення поставлених цілей:

1). Високий рівень ризику: туристична сфера характеризується високим рівнем ризику через залежність від зовнішніх факторів, таких як економічні умови, політична стабільність та природні катаклізми [32, с. 400].

Стратегії зниження ризиків в управлінні інвестиційною діяльністю туристичної сфери:

Для зниження високого рівня ризику, притаманного туристичній сфері, туристичні підприємства можуть застосовувати такі стратегії:

- диверсифікація інвестицій: розподіл інвестицій між різними типами туристичних активів, географічними регіонами та ринковими сегментами для зменшення впливу будь-якого окремого ризику;

- страхування: придбання страхових полісів для покриття потенційних втрат, пов'язаних з непередбаченими подіями, такими як природні катаклізми або політичні заворушення;

- управління ризиками: розробка та впровадження всебічної стратегії управління ризиками, яка включає ідентифікацію, оцінку, моніторинг та контроль потенційних ризиків;

- партнерство та співпраця: встановлення партнерських відносин з іншими туристичними підприємствами, урядовими органами та місцевими громадами для розподілу ризиків та підвищення стійкості;

- інвестиції в технології: впровадження технологічних рішень, таких як системи бронювання в режимі реального часу та інструменти управління доходами, для оптимізації операцій та зменшення впливу зовнішніх факторів [6, 94];

- моніторинг та адаптація: регулярний моніторинг ринкових умов та адаптація інвестиційної стратегії відповідно до змін у зовнішньому середовищі.

Реалізуючи ці стратегії, туристичні підприємства можуть пом'якшити ризики, пов'язані з інвестиційною діяльністю, та підвищити свою фінансову стійкість [6, 91].

2. Для підвищення інвестиційної привабливості туристичної сфери необхідні зусилля як з боку уряду, так і з боку приватного сектору. Ці зусилля можуть включати:

- зниження ризиків шляхом впровадження стратегій управління ризиками та поліпшення інфраструктури;

- скорочення термінів окупності інвестицій шляхом надання податкових пільг та інших стимулів для інвесторів;

- згладжування сезонності шляхом розвитку цілорічного туризму та диверсифікації туристичних продуктів;

- покращення доступу до фінансування шляхом співпраці з фінансовими установами та розвитку альтернативних джерел фінансування;

- поліпшення іміджу туристичної сфери шляхом просування відповідального туризму та вирішення проблем надмірного туризму та культурної нечутливості.

Підвищуючи інвестиційну привабливість туристичних підприємств, можна залучити більше інвестицій, необхідних для розвитку та зростання всієї галузі.

3. Для покращення доступу до фінансування для туристичних підприємств необхідні зусилля як з боку уряду, так і з боку приватного сектору. Ці зусилля включають:

- співпраця з фінансовими установами для розробки фінансових продуктів, спеціально розроблених для туристичних підприємств;

- розвиток альтернативних джерел фінансування, таких як венчурний капітал, краудфандинг та мікрофінансування [9, 267];

- надання гарантій та інших форм підтримки для зниження ризиків для кредиторів;

- поліпшення іміджу туристичної сфери шляхом просування відповідального туризму та вирішення проблем надмірного туризму та культурної нечутливості.

Покращуючи доступ до фінансування для туристичних підприємств, можна сприяти інвестиціям та зростанню галузі.

5. Постійне впровадження технологічних інновацій – використання сучасних технологій для автоматизації процесів бронювання, відстеження та аналізу попиту, створення мобільних додатків для зручності клієнтів тощо. Технологічні інновації можуть суттєво підвищити ефективність та конкурентоспроможність туристичної фірми, спрощуючи процеси, поліпшуючи взаємодію з клієнтами [18]. Ось деякі з них:

- розробка мобільних додатків для бронювання подорожей, отримання інформації про туристичні об'єкти, маршрути, культурні події тощо. Мобільні додатки також можуть включати функціонал для отримання додаткових послуг, таких як оренда автомобілів, бронювання столиків у ресторанах та інше;

- використання VR та AR для створення іммерсивних віртуальних турів, які дозволяють клієнтам відчувати місця подорожі перед їх фактичним відвіданням. Це може бути корисним для привертання клієнтів та створення цікавих маркетингових матеріалів;

- використання технології блокчейн для забезпечення безпеки та надійності транзакцій, зменшення шахрайства та підвищення довіри в туристичній індустрії;

- використання електронних систем платежів та криптовалюти для спрощення оплати послуг та забезпечення безпеки транзакцій.

6. Ефективне управління персоналом та ресурсами також є ключовим для успішної діяльності будь-якої туристичної фірми. Інвестування в розвиток персоналу, мотивація та навчання працівників, впровадження ефективних систем управління, включаючи управління витратами та оптимізацію бізнес-процесів. Основні напрями управління персоналом та ресурсами:

- рекрутинг та найм персоналу - включає процес створення професійних оголошень, співбесіди та відбір найкращих кандидатів;

- навчання персоналу - забезпечення навчання та розвитку персоналу для підвищення їхніх навичок, знань та професійних компетенцій через різноманітні внутрішні тренінги, зовнішні семінари та курси;

- розробка системи мотивації та заохочення для персоналу, що включає фінансові стимули, винагороди за досягнення цілей, а також можливості професійного зростання;

- розробка стратегій управління конфліктами та стресом на робочому місці для забезпечення здорового та продуктивного робочого середовища
- управління ресурсами – правильне і точне застосування ресурсів фірми, таких як фінансові, людські, матеріальні та інші, для досягнення стратегічних цілей та максимізації прибутковості;
- формування корпоративної культури, яка відповідає цінностям та місії компанії, що сприяє підвищенню залученості та прив'язаності персоналу.

7. Аналіз і звітність. Постійний моніторинг ринку та конкурентів, аналіз ефективності стратегій та дій, формування звітності для прийняття обґрунтованих управлінських рішень є надзвичайно важливими факторами для будь-якої компанії, звісно і в туристичній сфері. Вони дозволяють компанії отримувати об'єктивну інформацію про її фінансовий стан, ефективність діяльності та тренди в галузі [10, 78]. Ось декілька ключових аспектів аналізу та звітності:

- фінансовий аналіз: оцінка фінансової стійкості та прибутковості компанії шляхом аналізу доходів і розходів, звіт про генеральну ліквідність тощо;
- аналіз ефективності різних аспектів діяльності компанії, таких як рекламні кампанії, маркетингові заходи, обслуговування клієнтів та інші;
- вивчення конкурентного середовища та позиції компанії в ньому, включаючи порівняльний аналіз з конкурентами щодо цін, послуг та маркетингових стратегій;
- виявлення та аналіз трендів у галузі туризму, включаючи зміни в попиті, популярність різних напрямків та інші фактори, що можуть впливати на бізнес компанії;
- підготовка звітів про фінансовий стан, ефективність діяльності та стратегічні плани для представлення стейкхолдерам, таким як інвестори, акціонери, партнери та інші;

- моніторинг виконання стратегічних планів та коригування їх у відповідності з отриманими результатами аналіз;

- використання отриманої інформації для постійного вдосконалення бізнес-процесів та стратегій компанії [13, 248].

8. Також дуже важливо для інвесторів у туризмі мати стратегію довгострокового управління ризиками та фінансовим плануванням, яке передбачає можливі затримки у досягненні прибутку. Тож важливо розвивати диверсифікований портфель інвестицій та шукати можливості для зменшення часу окупності, наприклад, шляхом використання інноваційних технологій чи розвитку додаткових джерел доходу.

9. Для подолання нестабільності інвестиційного клімату в туризмі важливо використовувати стратегії ризик-менеджменту, ретельно аналізувати та прогнозувати ризики, розвивати альтернативні джерела фінансування та шукати можливості для диверсифікації інвестиційного портфеля [5, 299]. Також важливо підтримувати діалог з урядовими та іншими державними органами для створення стабільного та привабливого інвестиційного середовища.

Отже, для подолання цих проблем туристичні підприємства можуть використовувати стратегії різного характеру, такі як диверсифікація портфеля інвестицій, ретельне фінансове планування, розвиток альтернативних джерел фінансування, а також створення ефективної системи моніторингу та контролю за витратами та доходами.

Розв'язання зазначених у попередньому розділі роботи проблем має включати ретельне фінансове планування, диверсифікацію послуг, вдосконалення маркетингових стратегій та використання інноваційних підходів до розвитку бізнесу.

Запропоновані шляхи дадуть змогу туристичним підприємствам правильно підійти до інвестування в свою діяльність, реагувати на зміни в

галузі туризму, використовувати інноваційні технології та приймати обґрунтовані стратегічні рішення для успішного розвитку та масштабування.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Досягнення основних цілей та задач роботи дало змогу зробити наступні висновки:

1). Встановлено, що не зважаючи на складність туристичного бізнесу та достатню кількість існуючих проблем в досягненні ефективного управління інвестиційною діяльністю на підприємстві, можна все ж таки знайти шляхи їх вирішення і подолання. Туристичні підприємства мають

2). Важливою складовою загальної ефективної стратегії управління інвестиційною діяльністю туристичного підприємства є розвиток певних власних стратегій, які враховують зміни в ринкових умовах, інвестування в інновації та технології, покращення якості своїх послуг.

3). Врахування сучасних інноваційних тенденцій, вдосконалення якості обслуговування та встановлення ефективних стратегій маркетингу та розвитку бренду допоможуть туристичним фірмам привернути увагу клієнтів та зберегти своє місце на ринку. Такий підхід дозволить не лише збільшити прибутковість бізнесу, але й збільшить його інвестиційну привабливість.

4). Для зниження високого рівня ризику в інвестуванні, притаманного туристичній сфері, туристичні підприємства можуть застосовувати такі стратегії, як:

- диверсифікація інвестицій: розподіл інвестицій між різними типами туристичних активів, географічними регіонами та ринковими сегментами для зменшення впливу будь-якого окремого ризику;

- страхування: придбання страхових полісів для покриття потенційних втрат, пов'язаних з непередбаченими подіями, такими як природні катаклізми або політичні заворушення;

- управління ризиками: розробка та впровадження всебічної стратегії управління ризиками, яка включає ідентифікацію, оцінку, моніторинг та контроль потенційних ризиків;

5). Встановлено, що для підвищення інвестиційної привабливості туристичної компанії необхідні зусилля:

- зниження ризиків шляхом впровадження стратегій управління ризиками;

- скорочення термінів окупності інвестицій шляхом надання пільг та інших стимулів для інвесторів;

- згладжування сезонності шляхом розвитку цілорічного туризму та диверсифікації туристичних продуктів;

- покращення доступу до фінансування шляхом співпраці з фінансовими установами та розвитку альтернативних джерел фінансування.

6). Визначено, що також дуже важливо для інвесторів у туризмі мати стратегію довгострокового управління та фінансовим плануванням, яке передбачає можливі затримки у досягненні прибутку. Тож важливо розвивати диверсифікований портфель інвестицій та шукати можливості для зменшення часу окупності, наприклад, шляхом використання інноваційних технологій чи розвитку додаткових джерел доходу.

7). Для подолання нестабільності інвестиційного клімату в туризмі важливо використовувати стратегії ризик-менеджменту, ретельно аналізувати та прогнозувати ризики, розвивати альтернативні джерела фінансування та шукати можливості для диверсифікації інвестиційного портфеля. Також важливо підтримувати діалог з урядовими та іншими державними органами для створення стабільного та привабливого інвестиційного середовища.

8). З'ясовано, що в сучасних умовах необхідний інтегрований та комплексний підхід до управління, який включає в себе аналіз ринкових тенденцій, вдосконалення якості обслуговування, розвиток інноваційних

продуктів та послуг, ефективне маркетингове планування та стратегічні партнерства.

9). Аналіз і звітність. Постійний моніторинг ринку та конкурентів, аналіз ефективності стратегій та дій, формування звітності для прийняття обґрунтованих управлінських рішень є надзвичайно важливими факторами для будь-якої компанії, звісно і в туристичній сфері. Вони дозволяють компанії отримувати об'єктивну інформацію про її фінансовий стан, ефективність діяльності та тренди в галузі.

10). Наведено ряд практичних рекомендацій щодо вдосконалення ключових показників ефективності управління інвестиційною діяльністю сучасної туристичної компанії. Реалізація рекомендованих заходів дозволить компаніям підвищити ефективність своєї діяльності в цілому, що може дати гарні плоди для їх ділової репутації та вражень клієнтів і партнерів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акбаба А. Вимірювання якості обслуговування в готельній індустрії: дослідження в бізнес-готелі в Туреччині. Міжнародний журнал гостинного менеджменту. № 25 (2). 2006. С. 170 – 192.
2. Апонасенко А.М. Формування внутрішніх інвестиційних ресурсів підприємства. Бізнес-інформ. 2016. № 2. С.8-12.
3. Богатін Ю.В. Економічна оцінка ефективності роботи підприємства: навч. посібник. 2015. 223 с.
4. Бондаренко Т.М. Аналіз ефективності інвестиційних вкладень в промисловість України. Актуальні проблеми економіки. 2008. №9. С. 31-41.
5. Борщ Л.М. Інвестування: теорія і практика. Навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Знання. 2007. 685 с.
6. Боярко І.М. Оцінка інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання. Актуальні проблеми економіки. 2008. № 7. С. 90-99.
7. Брігналл С. і Баллантайн Дж. Перегляд вимірювання ефективності в сферах послуг. Міжнародний журнал менеджменту сфери послуг. 7 (1). 1996. С. 6 – 31.
8. Варяниченко О.В., Карасьова Г.В. Стандарти ISO 9000: якість як принцип та основа довіри між виробником та споживачем. Економічний вісник НГУ, 2009. № 1. С. 115-122. URL: https://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/460/2009_1_p115-122.pdf?sequence=1 (дата звернення: 19.04.2024).
9. Васильєва Л.С. Фінансовий аналіз: навч. посібник. 2016. 545 с.
10. Вишивана Б.М. Управління інвестиційною діяльністю в Україні. Фінанси України. 2010. № 10. С. 82-88.

11. Вініченко І.І. Методологія оцінки інвестиційних процесів у регіоні. Економіка та держава. 2007. № 7. С.28-30.
12. Владимірова Л.П. Прогнозування та планування в умовах ринку: навч. посібник. 2015. 308 С. 41.
13. Воронова, Л.В. Фінансовий менеджмент: навч. посібник. 2016. 391 С.
14. Гаврилюк О.В. Інвестиційний імідж та інвестиційна привабливість України. Фінанси України. 2018. № 2. С. 68-81.
15. Грабенко О.В. Управління реальними інвестиціями на підприємстві. Фінанси України. 2001. № 11. С.105-108.
16. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. Відомості Верховної Ради України, 2003. № 18, № 19-20, № 21-22 ст. 144. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#n462> (дата звернення 11.03.2024 р.).
17. Гринчуцька С. Переваги створення інтегрованої системи менеджменту організації. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/60842988.pdf> (дата звернення: 05.05.2024).
18. Давидов А. Р. Удосконалення управління матеріальними потоками на підприємствах. Харків, 2014. URL: <http://surl.li/fsjcu> (дата звернення: 20.03.2024).
19. Живко З. Б. Словник сучасних економічних термінів. Л: Краї, 2007. 384 с.
20. Ковалишин П. Формування інвестиційного клімату та ефективність діяльності венчурного інвестування. Економіст. 2019. №2. С.44-47.
21. Крамаренко В.І. Управління інвестиціями підприємства. К. : ЦНЛ. 2014. С. 141-191 .
22. Комліченко О.О., Ротань Н.В. Стратегічне управління регіональним розвитком туризму на основі кластерного підходу. Науковий вісник

Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Вип. 6, Ч. 3. С. 110-112.

23. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К». 2017. 322 с.

24. Крижанівський В.Б. Стандарти інформаційної безпеки: Лекції Тернопільський національний технічний університет, 2019. URL: <https://studfile.net/preview/9649828/page:2/> (дата звернення: 05.05.2024).

25. Кропельницька С.О. Науково-практичні аспекти реалізації 40 стратегічних пріоритетів розвитку територій на основі кластерів / Матеріали Науково-практичної інтернет-конференції за міжнародною участю «Управління інноваційним розвитком територій» (30 жовтня-30 листопада 2015 року). С. 68-73.

26. Кушваха Р.А. Ефективність – одна з найважливіших категорій в економіці та її значення в процесі господарювання. Науковий вісник Львів: Український державний лісотехнічний університет. 2005. С.152-158.

27. Марченко О.А. Трансформації та удосконалення регіональної структури туристичної галузі: монографія. Херсон: Айлант. 2014. 344 с.

28. Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану підприємств від 28.07.2006 № v0006626-06. Відомості Верховної Ради України, 2006. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0006626-06#Text> (дата звернення 16.03.2024 р.).

29. Михайліченко Г.І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону. Збірник наукових праць «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». 2012. С. 341-349.

30. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т.1. К.: Академія, 2000. 864 с.

31. Музиченко-Козловська О.В. Методика оцінювання туристичного брендингу дестинацій. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. 2016. № 846. С. 120-125.

32. Музиченко-Козловська О.В. Туристичний брендинг: сутність, складові та переваги. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2014. № 797. С. 396-402.

33. Терещенко О. О., Бабяк Н. Д. Фінансовий контролінг. К.: КНЕУ. 2013. 406 с.

34. Чаюн І.О., Богославець Г.М., Довгаль Н.С., Стасюк Л.Л. Економіка підприємства: підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навч. закладів. К.: КНТЕУ. 2005. 568 с.

35. Foreign direct investment: Inward and outward flows and stock, annual, 1970-2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=96740> (дата звернення 16.03.2024 р.).

ДОВІДКА

про впровадження рішень, розроблених в кваліфікаційній роботі бакалавра
факультету менеджменту ЗНУ

Жейнової Аліни Іванівни

(П.І.Б.)

В процесі дослідження, проведеного в рамках теми: «Управління інвестиційною діяльністю на підприємстві туристичної сфери» кваліфікаційної роботи бакалавра здобувач вищої освіти магістра факультету менеджменту заочної форми здобуття освіти прийняв(ла) безпосередню участь в розробці (перелік розроблених питань):

1. Сутність, мета і функції інвестування у сфері туристичного бізнесу.

2. Поняття і основні принципи управління інвестиційною діяльністю на підприємстві туристичної галузі.

3. Сучасні методи управління інвестиційною діяльністю на туристичному підприємстві.

4. Аналіз тенденцій розвитку ринку послуг туристичної галузі в світі.

5. Основні показники оцінки економічної ефективності інвестиційної діяльності підприємства.

6. Проблеми в досягненні ефективного управління інвестиційною діяльністю на підприємствах туристичної галузі.

7. Основні шляхи вдосконалення ефективності управління інвестиційною діяльністю туристичних компаній.

8. Розробка плану дій з впровадження запропонованих заходів.

Отримані результати дослідження знайшли відображення в доповідях, аналітичних записках;

_____ (в методичних розробках, в доповідних і аналітичних записках тощо)

_____ (найменування органу, організації, підприємства)

В даний час методичні розробки, що включають результати даної кваліфікаційної роботи _____ знаходяться _____ в _____ стадії впровадження _____

(знаходяться в стадії впровадження; включені в інструктивні матеріали тощо)

Керівник організації (підрозділу)

МП

_____ (П.І.Б.)

Декларація академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Жейнова Аліна Іванівна, здобувач вищої освіти бакалавра, заочної форми здобуття освіти, факультету менеджменту, спеціальності 073 Менеджмент, освітньої програми Менеджмент готельного, курортного та туристичного сервісу:

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему: «Управління інвестиційною діяльністю на підприємстві туристичної сфери» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата: _____ 2024 р. _____ Жейнова А.І. (здобувач вищої освіти)

Дата: _____ 2024 р. _____ Давиденко О.О. (науковий керівник)