

*Problems and prospects of development», Paris, France. (March 25 – 26, 2021). Pp. 248-249.*

2. Козловський Є.В. Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2015. С. 272.

3. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. К.: Центр учбової літератури, 2007. С. 300.

4. Міжнародні рекомендації ООН із статистики туризму / Доступ до ресурсу. – <http://unstats.un.org/>. (2022, травень, 03).

**Джинджоян В.В.**

доктор економічних наук, доцент  
професор кафедри туристичного  
та готельно-ресторанного бізнесу  
Дніпровського гуманітарного університету

**Стулій А.О.**

здобувач вищої освіти  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
Дніпровського гуманітарного університету

## **ІНВЕСТИЦІЇ В ТУРИЗМ: ЗМІНИ УПОДОБАНЬ ЗА ЧАС ПАНДЕМІЇ**

Говорячи про інвестиції у туризм, можна виділити кілька напрямків – це інвестиції у розвиток туристичної галузі України як такої та інвестиції у продаж туристичних послуг. Більш детально розглянемо перший варіант, який має на увазі вкладення в готелі, ресторани, курортно-оздоровчі комплекси та інші об'єкти індустрії розваг. Коли йдеться про інвестиції у розвиток туристичної галузі, то треба враховувати всі актуальні тенденції на ринку та потенційний попит. Безумовно, протягом останніх років дедалі більше українців почали подорожувати всередині країни, а у 2020 р. цьому ще сприяли закриття кордону та бажання хоч ненадовго «втєкти» з міста.

За даними Київстару про внутрішнє переміщення українців, кількість внутрішніх туристів у травні-серпні 2020 р. порівняно з аналогічним періодом 2019 р. знизилася на 17%. Але кількість поїздок однією людиною – збільшилася: було здійснено 11,5 млн. поїздок, тобто кожен другий українець подорожував двічі. Виходячи з аналізу компанії MOST, основними причинами цього є бажання українців економити на товарах та послугах не першу потребу. Проте та частина українців, яка у фінансовому плані не сильно постраждала від карантинних обмежень і мала протягом року стабільний дохід, а також раніше значну увагу приділяла туристичному відпочинку – мала можливість подорожувати і навіть неодноразово.

До пандемії у 2017-2019 рр. Україну в середньому відвідувало 14,1 млн іноземних туристів, тоді як у 2020 р. через карантинні обмеження цей показник знизився більш ніж у 4 рази до 3,4 млн осіб. Відновлення проходитиме протягом кількох років – незважаючи на те, що в країнах Європи розпочалася масова вакцинація, європейці відпочивати в Україні поки що не поспішають. На даний момент спостерігається інтерес до великих туристичних центрів (Київ, Львів, Буковель) з боку туристів арабських країн (Саудівська Аравія, Катар). Обсяг туристичного збору у 2020 р. склав 130,3 млн грн, що на 33,4% нижче, порівняно з 2019 р. Показники знизилися у всіх областях, крім Київської (приріст склав 4,9%) та Миколаївської (7,1 %). Варто додати, що до пандемії 2020 р. та карантинних обмежень, у 2019 р. річний приріст у деяких областях досягав 400-600%. Але це, крім зростання кількості туристів, було також спричинено зростанням ставки податку.

Складнощі з інвестуванням у туристичну галузь починаються з державних пріоритетів. Туризм – це цілий напрямок економіки, який не може розвиватися без дорожньої та міської інфраструктури, продуманої рекламної кампанії та туристичних маршрутів. Здавалося б, з останнім проблем не має бути – маршрути вже давно вигадали, навіть створили багато сайтів, де ці маршрути та пам'ятки можна подивитися. Але на цьому ініціативи з боку держави й закінчились. У державному бюджеті на 2021 р. витрати на розвиток туристичного потенціалу становлять 100 млн грн., тоді як у 2020 р. на цей напрям грошей взагалі не виділялося, а витрати 2019 р. – 17,9 млн. Частина грошей виділяється з місцевих бюджетів, але й там, здебільшого, назвати розвиток туризму основним, чи навіть важливим, напрямом складно (крім кількох областей). Можна говорити про складну економічну ситуацію в країні в цілому, до того ж пандемія COVID-19 є найважливішою проблемою. Але насправді головна проблема не відсутність державного фінансування, а те, що ця галузь не є справді важливим економічним пріоритетом. Адже у ряді іноземних країн значна частина капіталовкладень у туризм – це приватні інвестиції. В Україні серед пріоритетних напрямків для інвестицій – сільське господарство, електроенергетика, інфраструктура та автомобільна промисловість. У разі туризм йде на другий план.

Не сприяють розвитку туризму та проблеми з інфраструктурою. На даний момент у рамках програми «Великого будівництва» міжрегіональне дорожнє покриття у багатьох областях стало найкращим. Але більшість історичних споруд та туристичних об'єктів знаходяться за межами великих міст, і дістатися до них залишається складним завданням.

Одними з найпопулярніших напрямів, протягом 2019-2020 рр., були Асканія-Нова, Мігія, Сиваш, Джарилгач, Синевир, Подільські Товтри, Бірючий острів, Коростишівський каньйон, Актівський каньйон, Дземброня, Бакота, Святогірськ, Шацькі озера, Почаїв, Київське море, тунель кохання в Клевані. Для відпочинку на морі найчастіше вибирають Затоку, Одесу, а також Залізний Порт, Кирилівку та Бердичів. «Гірським» лідером є Буковель, а також

Драгобрат та Славське. Але більшість туристів розглядають значну частину вищезгаданих локацій для відпочинку з наметами.

Незважаючи на зростання популярності морських українських курортів у 2020 р., основною проблемою тут залишається відсутність якісної пропозиції: мало готелів та баз відпочинку, які можуть запропонувати якісні послуги (якщо зайти на Booking, то можна побачити фотографії досить старих кімнат з обшарпаними меблями). Також мало гарних і доглянутих локацій, які змусили б туристів у майбутньому повернутися (зараз, наприклад, з популяризацією соціальних мереж значно почав розвиватися «інстаграмний» туризм). У 2020 р. багато українців поїхали відпочивати на вітчизняні курорти через відсутність альтернативи, але вже у 2021 р. спостерігаються рекорди з відвідин українцями Туреччини, зростає попит на Албанію, Чорногорію, Грецію. Це говорить про те, що багато туристів вже можуть і не повернутися до вітчизняних курортів, і з кожним роком їхня частка тільки зростатиме.

Таким чином, якщо розглядати відпочинок з боку інвестицій, то експерти компанії MOST виділяють такі основні напрямки:

1) Інвестиції у готельний бізнес. На будівництво нового готелю знадобиться значний обсяг початкових інвестицій, період окупності становитиме від 7 до 15 років, що в умовах політико-економічної ситуації в країні - надто довго. Погіршує ситуацію та падіння цін на комерційну нерухомість під час економічних криз та загострень. Тим не менш, хороший готель з місткістю близько 50 номерів, якісним сервісом та іміджем може стати досить популярним серед туристів. Серед рекомендацій – перш ніж вибрати місце будівництва, потрібно вивчити конкурентів, зрозуміти середню відвідуваність курорту, а також найцікавіші місця розташування для туристів.

Інвестиції в занадто дорогої для потенційного клієнта готель на узбережжі Чорного моря також може стати провальним варіантом. Адже якщо навіть побудувати готель, аналогічний турецькому, немає гарантії, що вітчизняні громадяни віддадуть перевагу українському чорноморському узбережжю турецькому. Інша справа гірський туризм – українські Карпати є популярними серед іноземців. До того ж великі компанії активно розвивають інфраструктуру Карпатського регіону. Прикладом є холдинг ОККО Group, який планує будівництво гірськолижного курорту у Славському (сума інвестицій становить 500 млн. дол.). Проект планують реалізовувати упродовж 4 років. Таким чином, очікується зростання туристичного потоку в даному напрямку в найближчі 5 років.

2) Розваги. Перевагами інвестування в цей напрямок є відсутність «великих» конкурентів – переважно є лише локальні гравці. Парадокс у тому, що, наприклад, основною розвагою для туристів залишається море. Якщо у великих курортних містах туристи можуть знайти клуби, хороші кафе, а також операторів, які надають водні розваги, то у маленьких селищах такої можливості немає.

Протягом останніх років також спостерігається зростання цільового «спортивного» відвідування морських курортів – молоді люди чи спортсмени

їдуть на море за спортивними активностями – віндсерфінгом, яхтингом та водними лижами. Набирають популярності САП та байдарки.

Цікавим варіантами можуть бути загальні проекти вже діючих готелів та баз відпочинку щодо розвитку місцевої туристичної інфраструктури – наприклад, невеликий парк розваг, база для водного спорту чи СПА-комплекс.

Таким чином, Україна має багато потенційно привабливих та цікавих туристичних локацій, але проблема в тому, що більшість із них є ще маловідомими серед потенційних туристів. Тому інвестиції в «готель» можуть не закінчитися на будівництві гарної будівлі з якісним сервісом. Потрібно рекламувати і саму місцевість, займатися розробкою туристичного маршруту та дозвілля - іноді туристу не досить просто подивитися просто руїни якогось замку. Ухвалюючи рішення про інвестиції у розвитку туристичної галузі не варто забувати і про сезонність. Менш схильні до сезонності об'єкти, що знаходяться у містах, а також у горах – гори давно перестали асоціюватись лише з гірськолижними розвагами. Досить цікавими можуть бути і локації, які знаходяться далеко від великих міст і використовуються як «поїздки вихідного дня».

### **Список використаної літератури:**

1. Державна служба статистики. <https://www.ukrstat.gov.ua> (2022, травень, 02).
2. Торяник В.М., Джинджоян В.В., Приз О.В. Інноваційно-інвестиційні тренди у міжнародному бізнесі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. №22. С. 5-9.
3. Dzhyndzhoian, V. Modern challenges to international tourism. Materials of the XV – the International Science Conference «The world science of modernity. Problems and prospects of development», Paris, France. 251 p. (March 25 – 26, 2021).
4. Stoian K., Dzhyndzhoian V. Socio-economic recovery of the Ukrainian tourist enterprises due to the influence of the COVID-19. Theoretical and scientific approaches to the problems of modern economy: monograph. International Science Group. Boston: Primedia eLaunch, 2020. Pp.114–122.