

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА**

**Факультет менеджменту
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи**

Допущено до захисту
«____» _____ 2024 р.
Завідувач кафедри, д.е.н., професор
_____ Людмила ТРАНЧЕНКО

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти**

**УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ
ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНОГО МУЗЕЮ
НАРОДНОЇ АРХІТЕКТУРИ ТА ПОБУТУ УКРАЇНИ**

Виконала: здобувачка вищої освіти
II курсу, 21 м-тм групи
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
освітньо-професійної програми «Туризм»
Анастасія Валеріївна ХРИСТЕНКО

Науковий керівник: к.е.н., доцент
Раїса **КОЖУХІВСЬКА**

Умань – 2024

РЕЗЮМЕ

Загальний обсяг роботи – 83 сторінки, 18 рисунків, 3 таблиці. Список використаних джерел налічує 85 найменувань.

Актуальність теми. Необхідність оцінювання інвестиційної привабливості туристичних центрів є пріоритетним питанням сьогодення, оскільки сприятливий інвестиційний клімат допоможе швидше подолати наслідки економічної кризи та збільшити темпи економічної діяльності. У такому оцінюванні мають бути зацікавлені, насамперед, органи місцевого самоврядування, які можуть використати отримані результати як для залучення інвесторів, так і для внесення коректив у свою внутрішню політику регіоном. Розвиток туристичних територій передбачає створення необхідних виробничо-технічних умов, що призводить до певної трансформації економічної та господарської діяльності, вимагає інноваційного підходу та додаткових капіталовкладень. Указаний аспект вимагає побудови правильного підходу до формування механізму забезпечення інвестиційної привабливості туристичних центрів та забезпечення їх туристичної привабливості. Зважаючи на вказане, аналіз напрямів підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних центрів України є актуальним питанням та потребує інноваційних рішень.

Метою дослідження є аналіз системи стимулювання інвестиційної привабливості туристичних центрів України.

Відповідно до мети дослідження, у роботі було поставлено такі **завдання**: дослідити тенденції розвитку інфраструктури туризму та визначити фактори формування інвестиційної привабливості туристичних центрів України; провести оцінку інвестиційного розвитку туристичних центрів на прикладі Національного музею народної архітектури та побуту України; надати пропозиції щодо удосконалення процесу стимулювання інвестиційної привабливості туристичних центрів України.

Об'єктом дослідження є Національний музей народної архітектури та побуту України у с. Пирогів як суб'єкт господарювання та інфраструктурний елемент туристичної сфери України.

Предметом дослідження є теоретико-методичний механізм оцінки процесів інвестиційної привабливості інфраструктурних об'єктів туристичної сфери України.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що наукові результати, викладені в роботі, розширюють теоретичну базу оцінки інвестиційної привабливості туристичних центрів. Конкретні рекомендації можуть використовуватися при визначенні напрямів підвищення інвестиційної привабливості туристичних центрів України.

Ключові слова: туризм, інновації, інвестиції, туристичний центр, скансен, музей.

АНОТАЦІЯ

Розвиток туристичних територій передбачає створення необхідних виробничо-технічних умов, що призводить до певної трансформації економічної та господарської діяльності, вимагає інноваційного підходу та додаткових капіталовкладень. Указаний аспект вимагає побудови правильного підходу до формування механізму забезпечення інвестиційної привабливості туристичних центрів та забезпечення їх туристичної привабливості.

У роботі проведено аналіз теоретико-методичних засад формування системи інвестиційної привабливості туристичної сфери України. У вступі обґрунтовано актуальність теми, визначається мета, завдання, предмет та об'єкт дослідження. Окреслюється методична та теоретична база дослідження. Основна частина науково-дослідної роботи присвячена діагностиці факторів інвестиційного розвитку туристичних центрів України. Дослідження проведено на прикладі Національного музею народної архітектури та побуту. Здійснено аналіз стану та тенденції розвитку туристичних центрів в Україні та надано оцінку інвестиційного розвитку Національного музею народної архітектури та побуту як туристичного центра. Розглянуто напрями підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних центрів України. Надано пропозиції щодо розробки механізму забезпечення інвестиційної привабливості туристичних центрів у музейному туризмі. У висновку сформульовані основні положення і пропозиції за результатами дослідження.

Ключові слова: туризм, інновації, інвестиції, туристичний центр, скансен, музей.

SUMMARY

The development of tourist areas involves the creation of the necessary production and technical conditions, which leads to a certain transformation of economic and business activities, requires an innovative approach and additional investment. This aspect requires building the right approach to the formation of a mechanism for ensuring the investment attractiveness of tourist centers and ensuring their tourist attractiveness.

In this paper, author analyzes the theoretical and methodological foundations of the system of investment attractiveness of the tourism sector of Ukraine. The introduction substantiates the relevance of the topic, defines the purpose, objectives, subject and object of the study. The methodological and theoretical basis of the study is outlined. The main part of the research work is devoted to the diagnostics of factors of investment development of tourist centers of Ukraine. The study is conducted on the example of the National Museum of Folk Architecture and Life. The author analyzes the status and trends in the development of tourist centers in Ukraine and assesses the investment development of the National Museum of Folk Architecture and Rural Life as a tourist center. The directions of increasing the efficiency of innovation and investment activities of tourist centers in Ukraine are considered. Proposals for the development of a mechanism to ensure the investment attractiveness of tourist centers in museum tourism are presented. In conclusion, the main provisions and suggestions based on the results of the study are formulated.

Keywords: tourism, innovation, investment, tourist center, skansen, museum.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВOSTІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ	
1.1. Основні фактори формування інвестиційної привабливості туристичної сфери України	11
1.2. Специфіка та особливості розвитку об'єктів туристичної інфраструктури в Україні	16
1.3. Методичні аспекти формування інвестиційної привабливості туристичних центрів України	27
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВOSTІ ОБ'ЄКТІВ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	
2.1. Аналіз стану та тенденції розвитку туристичних центрів в Україні.....	31
2.2. Оцінка інвестиційного розвитку Національного музею народної архітектури та побуту як туристичного центра	40
2.3. Діагностика факторів інвестиційного розвитку туристичних центрів на прикладі Національного музею народної архітектури та побуту.....	49
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВOSTІ ТУРИСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ	
3.1. Оцінка ефективності інвестиційної діяльності туристичних центрів як об'єктів підприємницької діяльності	55
3.2. Напрями підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних центрів України	61
3.3. Розробка механізму забезпечення інвестиційної привабливості туристичних центрів у музейному туризмі	68
ВИСНОВКИ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77

ВСТУП

Актуальність теми. Туристично-рекреаційні ресурси, якими володіє Україна, здатні забезпечити поступовий динамічний розвиток туристичної галузі та зробити її конкурентоздатною на світовому ринку. Необхідність оцінювання інвестиційної привабливості туристичних центрів є пріоритетним питанням сьогодення, оскільки сприятливий інвестиційний клімат допоможе швидше подолати наслідки економічної кризи та збільшити темпи економічної діяльності. У такому оцінюванні мають бути зацікавлені, насамперед, органи місцевого самоврядування, які можуть використати отримані результати як для залучення інвесторів, так і для внесення коректив у свою внутрішню політику регіоном. Використання туристично-рекреаційного потенціалу залежить від єдності поглядів органів управління туристичною галуззю та бізнесових кіл щодо використання природно-географічних та соціокультурних особливостей для розбудови туристичної інфраструктури всередині країни і наявності інноваційних форм організації взаємодії між туристичними дестинаціями, центрами, підприємствами, спроможних втілити ці погляди на практиці. Розвиток туристичних територій передбачає створення необхідних виробничо-технічних умов, що призводить до певної трансформації економічної та господарської діяльності, вимагає інноваційного підходу та додаткових капіталовкладень. Указаний аспект вимагає побудови правильного підходу до формування механізму забезпечення інвестиційної привабливості туристичних центрів та забезпечення їх туристичної привабливості. Зважаючи на вказане, аналіз напрямів підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних центрів України є актуальним питанням та потребує інноваційних рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями у сфері наукового знання щодо використання туристичного потенціалу та його активізації, займалися багато українських та зарубіжних вчених. Конкурентоспроможність туристичної сфери України та залучення додаткових коштів у її розвиток стали основою для досліджень: Афанасьєва О. [11], Батури О. та Комарової К. [12], Бейдика О. [13-14], Гайдучького П.І.

[27], Дядечко Л. [41], Євдокименко В. [44], Ілляшенко С. [47], Любіцевої О. [57; 58], Цибух В. [75], Дваєра Л. [83], Мейкенза Дж. [85]. Проте існують невирішені питання, які потребують подальших поглиблених досліджень. Зокрема, більш чіткого визначення вимагає поняття «інвестиційна привабливість туристичного центру», непевність статусу якого, заважає економічному обґрунтуванню створення та функціонування туристичних центрів, унеможливорює їх включення в господарські зв'язки з іншими галузями, формування унікальних брендів туристичних послуг тощо.

Метою дослідження є аналіз системи стимулювання інвестиційної привабливості туристичних центрів України.

Відповідно до мети дослідження, у роботі було поставлено такі **завдання**: дослідити тенденції розвитку інфраструктури туризму та визначити фактори формування інвестиційної привабливості туристичних центрів України; провести оцінку інвестиційного розвитку туристичних центрів на прикладі Національного музею народної архітектури та побуту України; надати пропозиції щодо удосконалення процесу стимулювання інвестиційної привабливості туристичних центрів України.

Об'єктом дослідження є Національний музей народної архітектури та побуту України у с. Пирогів як суб'єкт господарювання та інфраструктурний елемент туристичної сфери України.

Предметом дослідження є теоретико-методичний механізм оцінки процесів інвестиційної привабливості інфраструктурних об'єктів туристичної сфери України.

Методи дослідження. Робота виконана на основі фактичних матеріалів і результатів досліджень щодо проблем розвитку інфраструктурних об'єктів туристичної сфери України, а також на основі власних спостережень. Основні методи використані під час дослідження: монографічний, економіко-статистичний, узагальнення, системного підходу та комплексного аналізу.

Інформаційною базою дослідження є публікації вітчизняних і зарубіжних вчених з питань розвитку туризму та туристичних центрів, основні положення Законів України та Указів Президента України, нормативних документів Кабінету Міністрів України, офіційні дані

Державного комітету статистики України; Головного управління статистики України; статистична звітність об'єктів інфраструктури туризму України.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що наукові результати, викладені в роботі, розширюють теоретичну базу оцінки інвестиційної привабливості туристичних центрів. Конкретні рекомендації можуть використовуватися при визначенні напрямів підвищення інвестиційної привабливості туристичних центрів України.

Обсяг і структура роботи. Робота складається зі вступу, основної частини та висновків. У вступі обґрунтовується актуальність теми, визначається мета, завдання, предмет та об'єкт дослідження, його практичне значення. Окреслюється методична та теоретична база дослідження. В основній частині досліджено інвестиційну привабливість туристичних центрів України, зокрема проведено аналіз діяльності Національного музею народної архітектури та побуту України та надано пропозиції щодо підвищення рівня конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг для покращення інвестиційної привабливості інфраструктурних об'єктів сфери туризму. У висновках сформульовані основні положення і пропозиції за результатами дослідження.

Загальний обсяг роботи – 83 сторінки, 18 рисунків, 3 таблиці. Список використаних джерел налічує 85 найменувань.

Апробація матеріалів роботи. Матеріали роботи було апробовано у: зб. мат-лів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф. «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку, 30.10.2023 р., УНУС; зб. мат-лів міжн. наук.-практ. конф. «Теорія, практика та інновації розвитку туристичної і готельно-ресторанної індустрії» 24-25 травня 2023 р., УНУС; зб. мат-лів XIV Всеукр. наук.-практ. конф. «Менеджмент XXI століття: проблеми і перспективи» 17 жовтня 2024 р., УНУС; зб. мат-лів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф. «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: 31 жовтня 2024 р. УНУС; зб. студ. наук. конф., приуроченої 160-річчю від дня народження видатного науковця у галузі біологічних наук, професора Й.К. Пачоського, 25.04.2024 р., УНУС.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

1.1. Основні фактори формування інвестиційної привабливості туристичної сфери України

Туристична індустрія настільки різноманітна галузь економіки, що у своїй діяльності охоплює прямо чи опосередковано до 50 галузей господарства, у тому числі транспорт, будівництво, торгівлю, громадське харчування, сільське господарство, житлово-комунальне господарство, культуру, мистецтво, спорт тощо. Щоб досягнути успіху в розвитку туризму в Україні, необхідно дослідити значну кількість чинників, які впливають на привабливість певної території для туристів та визначити показники, за якими можна оцінювати її компоненти.

Інвестиційна привабливість країни формується з багатьох чинників впливу, зокрема, політична й економічна стабільність, вигідне геополітичне та географічне розміщення регіону, розвинена транспортна інфраструктура, диверсифікована економіка, розвинутий малий і середній бізнес, високий потенціал сільськогосподарських земель і переробних підприємств, багаті природні ресурси, наявність унікальних рекреаційних ресурсів і визначних пам'яток історії, культури, архітектури, що забезпечують розвиток практично всіх видів туризму й оздоровлення, нормативно-правова та кадрова забезпеченість функціонування бізнесових структур та ін.

Одним із основних факторів інвестиційної привабливості є рекреація і туризм, особливо для тих регіонів, де рівень забезпеченості природними рекреаційними та іншими туристичними ресурсами набагато вищий, ніж у цьому є потреба.

Розвиток туристичної сфери сприяє не лише підвищенню конкурентоздатності України на світовому ринку туристичних послуг, але й забезпечує надходження додаткових коштів до бюджетів різних рівнів. Україна має величезний туристичний потенціал, проте це не достатньо впливає на залучення інвестицій у розвиток туристичної сфери. Саме тому досить актуальним є питання дослідження інвестиційної привабливості регіонів України та залучення інвестицій у туристичну сферу.

Нині багато робіт як українських, так і зарубіжних вчених присвячено дослідженню туристичного потенціалу та його активізації. Конкурентоспроможність туристичної сфери України та залучення додаткових коштів у її розвиток стали основою для досліджень різних вчених: Антонова А. [9], Бережної О. [15-16], Горізонтрової О. [29], Євдокименко В. [44], Кифяка В. [51], Руденко В. [67], Шаблія О. [78] та ін.

Активне зростання конкурентоздатності туристичної сфери на ринку залежить від реалізації прийнятих державних програм розвитку туризму, законодавчої бази, яка стимулює та підтримує механізми фінансування та інвестування в галузь туризму, розвитку економічної діяльності підприємств курортно-рекреаційного господарства, активізації інвестиційної політики в галузі туризму.

Інвестиційній привабливості як території, так і галузі властивий принцип конкурентоспроможності. Об'єктивно, що інвестор за однакових умов вкладатиме інвестиції саме в територію чи галузь з порівняно вищими ознаками конкурентоспроможності, тобто саме туди, де потенційна окупність інвестиційних вкладень буде вищою та швидшою [51, с. 87].

Об'єкти рекреації і туризму особливо привабливі для залучення інвестицій, оскільки за умов створення необхідної інфраструктури можна активізувати експорт туристичних послуг. За допомогою міжнародного туризму Україна може експортувати такі товари і послуги, які за інших умов не могли б знайти збут на закордонних ринках.

Туризм є єдиним каналом продажу за валюту таких послуг, як розміщення в готелях, харчування в ресторанах, транспортні послуги, екскурсії. Послуги і товари продаються іноземним туристам за роздрібними цінами, що значно перевищують зовнішньоторговельні гуртові ціни.

Необхідність активізації інвестиційного процесу в галузі туризму зумовлюється також існуванням залежності між розвитком ділового туризму і темпами процесу іноземного інвестування: чим більше іноземців прибуває в Україну з діловими цілями, тим більше країна має можливостей залучити іноземні інвестиції. Проведення в Україні інвестиційних форумів, міжнародних симпозіумів, конференцій, виставок відкриває можливості для збільшення припливу в країну іноземних інвестицій.

Прямі інвестиції, які формують статутні капітали підприємств з іноземними інвестиціями, за нинішнього стану економіки є бажаними з багатьох причин, оскільки вони:

- дають змогу модернізувати виробництво без створення заборгованості;
- зберігають і створюють нові робочі місця;
- показують шляхи досягнення максимальної ефективності та рентабельності інвестицій [56, с. 29].

Іноземні інвестиції, які надходять в Україну, спрямовуються переважно в промисловість та агропромисловий комплекс. Проте готельний і рекреаційно-туристичний бізнес також потребують інвестиційних ресурсів, і зокрема прямих іноземних інвестицій, що дасть можливість підвищити прибутковість цієї галузі та збільшити надходження до бюджету.

Іноземні інвестиції в Україні мають короткостроковий характер, тому вони розраховані на швидке обертання у сфері торгівлі та послуг. Середній іноземний інвестор, котрий здатний задовольнити багатомільйонні інвестиційні потреби, ще не прийшов в галузь туризму України. Серед іноземних співзасновників переважають дрібні фірми і фізичні особи. Ситуація ускладнюється низьким іміджем України на світовому

інвестиційному ринку. У всіх рейтингах вона посідає останні місця за привабливістю інвестиційного клімату і перші – за ризиками інвестування.

Важливим чинником, що впливає на залучення інвестицій, як іноземних, так і внутрішніх, є податкове стимулювання. Туристичне підприємство щомісяця сплачує в державну скарбницю значні кошти з обігових коштів у формі податкових платежів. Ці кошти підприємство могло б використовувати на розробку власних нових туристичних маршрутів, на удосконалення інфраструктури, якщо це готель, санаторій чи будь-який інший заклад розміщення. Ті незначні кошти, які отримують музейні установи за проведення екскурсій теж надходять до бюджету, однак могли б спрямовуватися на збагачення музейного фонду, на поліпшення сервісу.

Стан інвестиційного процесу у туризмі не задовольняє вимог сучасної економіки. Недостатнє інвестиційне забезпечення зумовило старіння основних фондів. Багато об'єктів (готелі, турбази, санаторії) перебувають у стані незавершеного будівництва, що є негативним показником для туристичної сфери України.

Для забезпечення ефективної діяльності туристичної сфери України необхідні кошти, а державних видатків не завжди вистачає для підтримки та розвитку туристичної галузі. Тому важливим питанням є залучення інвестицій та збільшення інвестиційної привабливості підприємств туристичної сфери.

Музейний туризм – різновид туризму, специфіка якого полягає у використанні туристського потенціалу музеїв і територій, які до них прилягають, тобто це специфічна діяльність музеїв у сфері пізнавального туризму із виробництва і реалізації туристських продуктів музейного характеру (створення експозицій, організація внутрішніх і зовнішніх екскурсій, музейних магазинів тощо) та туристського циклу (розміщення, живлення, трансфер, інформаційне забезпечення та інше) [21, с. 67].

Співробітництво музеїв і туризму ґрунтується на формуванні системи історико-культурних і природних територій. Розвиток цих територій

забезпечується акумульованим у музеях історико-культурною спадщиною, що виступає як чинник соціокультурного і туристського розвитку окремих регіонів. Перед організаторами музейного туризму стоїть ряд специфічних завдань:

- визначення туристської спеціалізації музею і формування постійного туристського потоку в музеї;
- складання туристської програми і маршруту;
- формування пакету рекламної продукції, пошук нових джерел фінансування.

У багатьох країнах розвиток туризму сприяв радикальним змінам, які відбулися в музеях. На жаль, вітчизняне музейне співтовариство не усвідомило це належно. Однак це не лише вина музейників. Представники туристського сектора теж не завжди правильно розуміють взаємовплив музеїв і туризму.

Музейний туризм є специфічною діяльністю музеїв. Він спрямований на роботу як з індивідуальними туристами, так і з організованими групами. Залежно від цього музеї можуть займати різні позиції в сфері туризму. Коли йдеться про індивідуальних туристів, музей може займати позицію туроператора, що забезпечує разом з іншими місцевими партнерами власний туристський цикл, включаючи організацію культурних програм.

У випадку з організованими групами музей є одним з елементів зовнішніх культурно-туристських програм, працюючи за угодою з іншими туристичними фірмами.

Музейний туризм не є традиційним напрямком діяльності музеїв. Це явище в Україні виникло у середині 1990-х років, коли музеї мусили шукати позабюджетні кошти. Причому якщо великі музеї, які за радянських часів вже були залучені в туристські маршрути, то для муніципальних музеїв саме вибір загальної стратегії розвитку перетворився на найактуальнішу й найпекучішу проблему.

Співпраця музеїв та сфери туризму потребує взаєморозуміння обох сторін. Працівники культурних установ часто не розуміють значення туризму і не дуже симпатизують своїм відвідувачам – туристам, не кажучи про туроператорів.

Отже, інвестиційна привабливість музейного туризму – це сукупність мікро- та макро-факторів, що формують загальне уявлення потенційного інвестора про об'єкт інвестування та надають йому можливість визначити наскільки досліджуваний вид туризму може бути привабливим та вигідним для інвестування.

1.2. Специфіка та особливості розвитку об'єктів туристичної інфраструктури в Україні

Туристичний центр є об'єктом туристичної інфраструктури та здійснює різні види діяльності, зокрема й підприємницьку. Тому його можна вважати підприємством.

У науковій літературі [44, 46] можна знайти таке трактування туристичного центру: організація, що займається створенням та збутом туристичних послуг споживачам. У відповідності до Закону України «Про підприємства в Україні» [1] та «Про туризм» [2] під туристичним підприємством розуміють самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи, здійснює комерційну та науково-дослідну діяльність з метою отримання прибутку. В економічній літературі «туристичне підприємство» трактують як підприємство, яке виробляє туристичні товари, або надає послуги туристам. Такої думки дотримуються Андраш О., Артюхова І., Борисенко З., Гаєвська Є. [8, 10, 20, 26].

Науковці [16, 35] поділяють усі підприємства туристичної індустрії за критерієм належності до обслуговування туристів на три види (рис. 1.1).

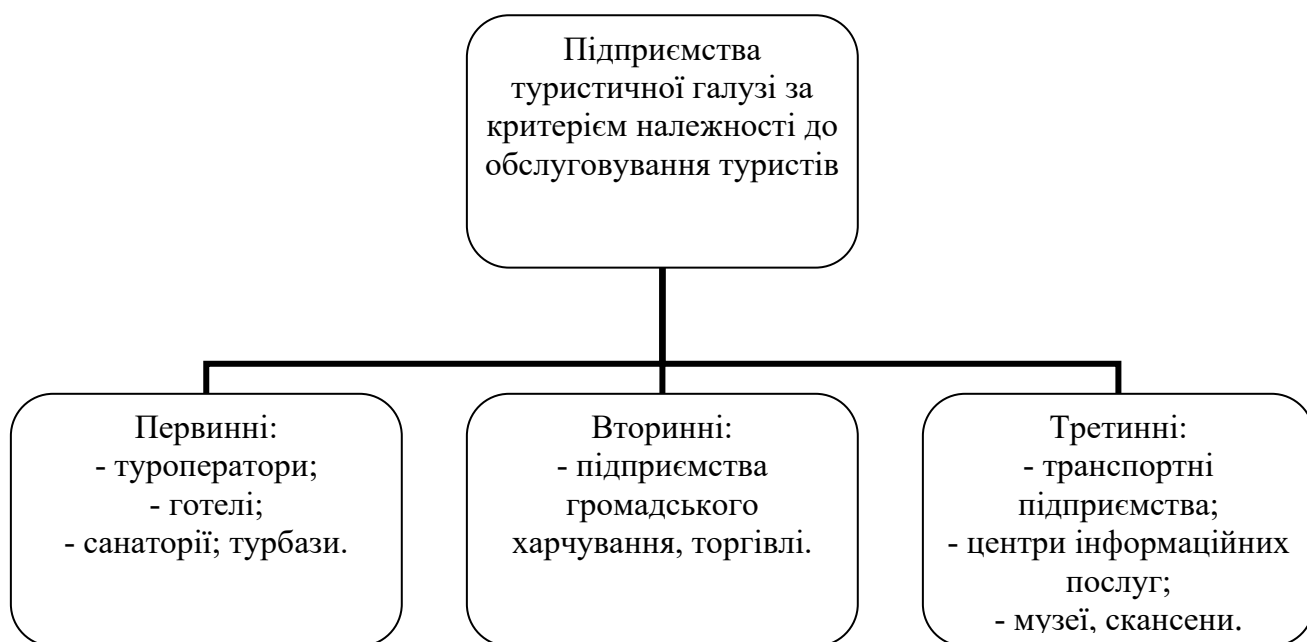


Рис. 1.1. Класифікація підприємств туристичної галузі за критерієм належності до обслуговування туристів*

**Джерело: складено автором на основі аналізу даних [36; 40; 49].*

Первинні підприємства функціонують безпосередньо для обслуговування туристів (туроператори, транспортні підприємства спеціального призначення, готельні підприємства, пансіонати, санаторії, турбази, будинки відпочинку). Вторинні – діють переважно для задоволення потреб туристів, але їх послугами можуть користуватися також і місцеві жителі (підприємства громадського харчування, торгівлі, побутового і комунального обслуговування). Третинні підприємства функціонують для обслуговування туристів (транспортні підприємства, інформаційні заклади). До туристичних підприємств відносять первинні і третинні підприємства, що функціонують переважно для надання послуг туристам [38, 46].

Згідно вищерозглянутих трактувань, можна з впевненістю віднести музейні установи до інфраструктурних об'єктів сфери туризму та вважати їх різновидом туристичних підприємств. Музеї відносяться до складових, які формують туристичний центр.

Під час здійснення туристичних поїздок іноземні туристи та громадяни України, прагнучи збагатити свої знання, зустрітися з прекрасним, відвідують музеї. Музеї дають змогу побувати у минулому, побачити сьогодення людства, його здобутки і навіть заглянути у майбутнє. У музеях

України дбайливо зібрано і зберігається все, що українцям дороге, що є гордістю нашого народу, і це закономірно: адже не вартий майбутнього той народ, який не цінує свого минулого.

Термін «музей» в перекладі з грецької мови означає місце, присвячене музам, дочкам богині пам'яті Мнемозіти. Вважаючи їх покровительками науки і мистецтва, греки будували на їхню честь храми, які називали музейонами. Саме звідси й походить термін «музей».

Функції музею доволі складні, а форми діяльності різноманітні. Музеї мають багато особливостей і специфічних характеристик, котрі обумовлюють їхні наукові, культурно-освітні функції та зближують з відповідними установами. Найголовніша особливість музеїв полягає в тому, що вони збирають, вивчають та експонують першоджерела або оригінали, тобто пам'ятки, котрі безпосередньо пов'язані з розвитком природи, життям людського суспільства. За цією особливістю музеї близькі до науково-дослідних установ, які також вивчають (у своїх аспектах) першоджерела.

Друга особливість музеїв полягає в тому, що вони працюють над різнорідними першоджерелами – використовують антропологічні, геологічні, палеонтологічні, зоологічні, та інші природничі колекції, пам'ятки матеріальної культури (знаряддя праці, інструменти, ремісничі вироби, зброю, побутові речі), пам'ятки духовної культури (твори живопису, графіки, скульптури, декоративного мистецтва), а також рукописні та друковані документи, книги. Види і форми першоджерел надзвичайно різноманітні, кількість їх величезна.

Третьою особливістю музеїв є те, що вони використовують свої фонди для популяризації першоджерел – показу їх в експозиційних залах, на спеціальних виставках, за допомогою екскурсій, лекцій або інших видів інформування.

Специфіка музеїв виявляється і в тому, що в їх діяльності науково-дослідні й освітні функції тісно поєднуються – збираючи першоджерела, створюючи ґрунтовну базу для наукових досліджень. Проводячи власні

дослідження, музеї, водночас, займаються широкою популяризаторською діяльністю.

Науково-дослідна робота є основою діяльності музеїв, кожного виду зокрема. Організація всієї діяльності музеїв на науковій основі – головне досягнення музеєзнавства. Завдання наукової роботи музеїв: глибоке вивчення історії краю, міста чи села; дослідження музейних колекцій та їх наукова обробка; опрацювання окремих тем, пов'язаних з експозицією музею; розробка експозицій (складання тематичних структур та тематико-експозиційних планів); розробка питань методики і техніки музейної справи (рис. 1.2.).

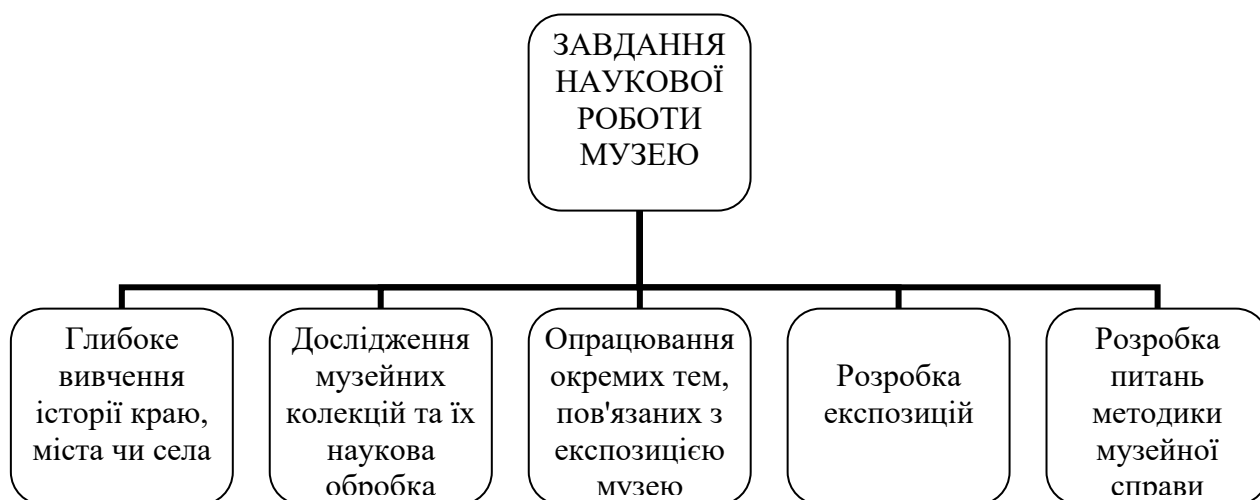


Рис. 1.2. Завдання наукової роботи музею*

**Джерело: складено автором на основі [17].*

Наукова робота в музеях на сучасному етапі здійснюється за допомогою: розвідок на місці подій; експедицій; архівних досліджень; вивчення матеріалів у бібліотеках, науково-дослідних інститутах, культурно-освітніх установах та закладах.

Результати науково-дослідної роботи працівники музеїв оформляють у вигляді нових виставок, розділів експозицій, каталогів, методичних розробок екскурсій, наукового опису цінних експонатів, а також статей та монографій, буклетів, наукових праць тощо.

Розвиток культурно-освітньої роботи музеїв України сприяв виникненню її різноманітних форм і видів. Найбільш поширеними з них є:

екскурсії, лекції, систематичні зустрічі з відвідувачами, тематичні вечори й конференції, робота пересувних музеїв, зустрічі з видатними людьми, тематичні виставки, дні відчинених дверей тощо.

Прототипами сучасних музеїв в Україні більшість учених вважають колекції книг, картин, художніх виробів тощо, які зберігалися в храмах ще в часи Київської Русі: Десятинній церкві, Софійському соборі, Києво-Печерському монастирі та ін. У XVII–XVIII ст. великі приватні збірки художніх творів знаходились у феодальних замках та династичних маєтках (Я. Собєського у Жовкві, Синявських у Бережанському замку, Вишневецьких у замку в Вишнівці, галерея Сапег у Кодні, К. Розумовського у Батурині тощо).

Музеї в Україні почали виникати в першій половині XIX ст. У цей час було відкрито кілька музеїв різних профілів, у тому числі Миколаївський (1806 р.), Феодосіївський (1811 р.), Одеський (1825 р.), Керченський (1826 р.), Музей старожитностей Катеринославської губернії (1849 р.). Основні фонди цих музеїв становили матеріали археологічних розкопок.

У першій половині XIX ст. в Україні виникають університетські музеї. У 1807 р. при Харківському університеті завдяки зусиллям громадського діяча В. Н. Каразіна відкрито кілька музеїв – Археологічний, Зоологічний, Мінералогічний, Музей образотворчих мистецтв. У 1834–1837 рр. при Київському університеті завдяки його першого ректора М. О. Максимовичу також було створено музеї: Старожитностей, Нумізматичний, Образотворчих мистецтв, Зоологічний та ін. Більш інтенсивно розвивається музейна справа в Україні у другій половині XIX ст. – на початку XX ст. У цей час було відкрито ряд історичних та природничих музеїв: Херсонський музей старожитностей (1890 р.), Херсонський археологічний музей (1893 р.), Львівський історичний музей (1893 р.), у Чернігові – музей Архівної комісії (1897 р.) та музей українських старожитностей В. В. Тарнавського (1902 р.). Серед інших українських музеїв одним з найбільших був Полтавський природничий музей (1891 р.). У Севастополі у 1869 р. відкрито музей

Чорноморського флоту, в 1905 р. – музей героїчної оборони і визволення міста. На початку ХХ ст. в Україні створюється кілька меморіальних музеїв. Так, у 1904 р. в Ялті відкрито меморіальний музей А.П. Чехова. Але, до 1917 р. в Україні не було жодного меморіального музею, який би був присвячений Т.Г. Шевченку, І.Я. Франку, Лесі Українці або іншим діячам української культури.

У 1960–1990-ті рр. великого поширення набули народні музеї, які створювалися з ініціативи Українського товариства охорони пам'яток історії та культури, окремих наукових установ чи науковців, ентузіастів-аматорів і працювали на громадських засадах.

«На початок 1986 р. в Україні налічувалось 7924 громадські музеї, 396 з них здобули почесне звання «народний». З 470 райцентрів 387 мали краєзнавчі громадські музеї. В Громадських музеях України – близько 2200 тис. оригінальних експонатів...», – писав П. Т. Тронько у своїй праці «Історичне краєзнавство в Українській РСР» [32, с. 20-23].

Створення нових музеїв – як державних, так і народних – триває в умовах існування незалежної Української держави. Вперше в історії українського музейництва було правдиво висвітлено національно-визвольні змагання українського народу за свою державність у 1914–1945 рр., державотворчу діяльність ЗУНРу, видання товариств «Просвіта», «Рідна школа», «НТШ», відомості про Організацію Українських Націоналістів, події 1939–1941 рр. на західноукраїнських землях, про діяльність Української Повстанської Армії, голодомор в Україні 1933 р., геноцид під час сталінських репресій тощо. Мережа музеїв в Україні будується на основі усталеної в українському музеезнавстві наукової класифікації.

Сучасна наукова класифікація остаточно склалася в післявоєнні роки ХХ ст. Відповідно до цієї класифікації всі українські музеї розрізняють за типами і профілями. Тип музею визначається його суспільним призначенням, метою діяльності. Існують три типи музеїв (рис. 1. 3.):



Рис. 1.3. Класифікація типів музею за суспільним призначенням*

**Джерело: складено автором на основі [68].*

1) науково-освітні масові, або публічні. Ці музеї призначені для широкого кола громадян та гостей України, їх у нашій країні більшість. Це, наприклад, Дніпропетровський історичний музей, Державний історичний музей України в Києві, Львівська картинна галерея;

2) науково дослідні, або академічні, які призначені для спеціалістів. Створюються вони при академіях, науково-дослідних інститутах, мають вузькоспеціальний характер. Це своєрідні наукові лабораторії (наприклад, Центральний науково-природознавчий музей НАН України, Львівський природознавчий музей НАН України);

3) навчальні, які призначені для учнів і студентів. Створюються при школах, середніх спеціальних і вищих навчальних закладах з освітньою метою. Наприклад, Мінералогічний музей і геологічний музей Львівського університету імені І. Франка, Музей археології при Інституті українознавства імені І. Крип'якевича НАН України).

Профіль музеїв визначається основним змістом його фондів і зв'язком з тією чи іншою галуззю науки, мистецтва або виробництва. Нині в Україні діють музеї таких профілів: історичні, краєзнавчі, мистецтвознавчі (художні), меморіальні, літературні, природничо-наукові, галузеві. Музеї кожного з цих профілів можуть мати ще вужчу спеціалізацію, поділятися на види і підвиди. Наприклад, до музеїв художнього профілю належать музеї образотворчого мистецтва, народної творчості, театральні, музичні тощо; до музеїв природничо-наукового профілю – геологічні, палеонтологічні, ботанічні, зоологічні тощо; до історичного профілю – загальноісторичні, військово-історичні, археологічні, етнографічні, історико-архітектурні та історико-

культурні (музеї або заповідники); до галузевих – технічні, сільськогосподарські, педагогічні, медичні тощо.

У Законі України «Про музеї та музейну справу» від 29.06.95 р. № 249/95–ВР, ст. 5 [3], подається така класифікація музеїв:

– за своїм профілем музеї поділяються на: історичні, археологічні, краєзнавчі, природничі, літературні, мистецькі, етнографічні, технічні, галузеві тощо. На основі ансамблю, комплексів пам'яток та окремих пам'яток природи, історії, культур та територій, що становлять особливу історичну, наукову і культурну цінність, можуть створюватись історико-культурні заповідники, музеї-заповідники, музеї просто неба, меморіальні музеї-садиби;

– музеї можуть бути: загальнодержавні, засновниками яких є центральні органи виконавчої державної влади; республіканські; місцеві, засновниками яких є відповідні місцеві органи державної виконавчої влади або органи місцевого самоврядування, підприємства, установи, організації, громадяни.

Державному музею, який має музейне зібрання пам'яток загальнодержавного значення, набув міжнародного визнання і є провідним культурно-освітнім та науково-дослідним закладом у відповідних профільних групах музейної мережі України, у встановленому законодавством України порядку може бути надано статус національного музею України.

На сучасному етапі розвитку музейної справ в Україні є необхідність створенні музеїв нового типу. Зразком таких музеїв є історико-анімаційні скансени, які б репрезентували світові понад п'яти тисячолітню історико-культурну спадщину нашої країни.

Скансен – це розповсюджена форма етнографічних музеїв, що створюються на ґрунті музеєфікації репрезентативних фрагментів етноландшафтного середовища й об'єктів нематеріальної етнокультурної спадщини, це своєрідний архітектурно-етнографічний комплекс під відкритим небом з міні-музеями в окремих будівлях. У них проводиться

комплексна реконструкція минулого, історичні побудови якого є не просто окремими експонатами, а утворюють взаємозв'язаний комплекс. Таким чином, відвідувачі отримують можливість побувати в реконструйованому населеному пункті минулого, маючи загальне уявлення про історію відповідної країни або місцевості.

Скансени – це так звані живі музеї під відкритим небом з насиченими анімаційними програмами відтворення історичного середовища, де туристів приваблюють не лише окремі споруди, предмети старовини, а й професійні працівники-аніматори, які своїми заняттями відтворюють побут, поведінку, матеріальну і духовну культуру попередніх епох, вони розкривають традиційні ремесла і види діяльності, характерні для відповідної місцевості і часу, наприклад, роботу мірошника, ткача, коваля, гончара, тесляра, винокура, пасічника і багато інших. Часто і самим відвідувачам музею пропонується спробувати свої сили під керівництвом фахівця. Кожен може відчувати себе в ролі коваля чи гончара та ін.

Скансени відрізняються від звичайних музеїв, перш за все, наявністю видовищного елементу. Їх специфіка полягає в тому, що в них існують широкі можливості безпосереднього неформального спілкування (під час організації змагань, обрядів, вистав, ярмарок, виступів фольклорних колективів), що, водночас, складає одну з причин популярності цих музеїв серед різноманітних верств населення. У деяких музеях на додаток до архітектури реконструюють і транспорт минулих років. Історичний транспорт в музеях просто неба може виконувати не тільки функцію експоната, що діє, але й утилітарну транспортну функцію, оскільки площа таких музеїв може бути великою. Невід'ємним елементом скансенів є традиційна кухня. Все готується на «очах» у відвідувачів, а іноді навіть з їх допомогою, що надає стравам ще більшої колоритності.

Ідея створення подібних музеїв виникла в Данії ще в 1790 році, але втілилась лише в 1891 році у першому у світі музеї просто неба у шведському парку на горбистій місцевості, так званому «Скансені». В

перекладі зі шведської «скансен» означає місцевість, зриту окопами, яка була пристосована в Стокгольмі для створення першого у світі музею просто неба. В кінці XIX ст. виникла ціла мережа схожих музеїв, які одержали назву «скансени», набувши загального змісту, як синонім поняття «музеї просто неба». Створення цих музеїв відкрило якісно новий етап в історії музейного будівництва і водночас новий напрям музейного туризму.

Прототипами скансенів в Україні були виставки, на яких експонувалися окремі будівлі. Однією з найцікавіших стала краєва виставка 1894 р. в Стрийському парку Львова, де було відтворено шість типових садиб з різних районів Галичини, Гуцульську церкву, шість придорожніх хрестів і вітряк. У 1902 р. в Харкові до XII археологічного з'їзду було збудовано хату з Лівобережної України. У 1910 р. у Катеринославі (Дніпро) учасники Південноросійської промислової виставки оглядали садибу з с. Мишурин Ріг, збудовану за проектом академіка Дмитра Яворницького.

Основна мета і завдання, при створенні та функціонуванні музеїв під відкритим небом, полягає у збереженні найцікавіших автентичних пам'яток архітектури; створенні умов для вільного доступу до цих будівель широким верствам населення, підвищення їхнього культурного рівня; показі у комплексі національної народної культури і архітектури, предметів побуту, знарядь праці, ужиткового мистецтва; допомозі відродження народних ремесел і проведенню фольклорних свят; сприянні індустрії туризму; вирішенні наукових проблем, пов'язаних з пошуком, збором, вивченням, реставрацією експонатів.

Скансени виконують низку функцій, а саме компенсаторну, рекреативно-оздоровчу, культурно-просвітницьку, комунікативну, екологічну, соціальну, економічну тощо (рис. 1.4.).

На жаль, у другій половині 1980-рр. експозиційне будівництво в музеях просто неба почато згасати. Причини цього породжені загальним застоєм у розвитку економіки і культури України.

Проблеми накопичувались роками. Це – і слабка матеріальна база музейних установ, мізерна зарплата їх працівників, підміна плідних науково-дослідницьких робіт фактичною бездіяльністю з боку органів місцевої влади. Такі проблеми типові для всіх музеїв України. Нині в музеях України просто неба експонується лише 600 пам'яток народної архітектури. Це дуже мало для такої великої держави як Україна. Свого часу місцевою владою виношувались ідеї організації скансенів у Кам'янці-Подільському, Тернополі, Коростені на Житомирщині. Між тим, музеї просто неба в Україні являють собою надзвичайно важливі об'єкти у краєзнавчій, патріотично-виховній діяльності. Вони є наочним уособленням традицій, життя і побуту українців, їх культури по окремим регіонам України.

Велику роль ці музеї покликані виконувати у розвитку внутрішнього пізнавального туризму. На їх основі можна розробити спеціалізовані туристичні маршрути, наприклад, по Закарпаттю, які б знайомили туристів з національно-культурними особливостями побуту різних етнічних груп населення – українців, румунів, угорців тощо. Використовуючи музеї просто неба в туристичній діяльності можна досягти значних успіхів у популяризації рідного краю, відкрити велику самобутню історію та культуру України не тільки для своїх громадян, підростаючої молоді, а й для іноземців, які відвідують нашу країну.

Отже, можна цілком обґрунтовано стверджувати, що скансени – це новий напрямок музейного туризму, який знаходиться на етапі свого становлення, це унікальні соціально-культурні комплекси, спрямовані на реалізацію рекреаційного, розвиваючого, естетичного потенціалу дозвілля, на формування духовної особистості, зміцнення сімейних цінностей і традицій. Основна мета скансенів донести до майбутніх поколінь унікальність архітектури, побуту, традицій наших предків в умовах, максимально наближених до природних.

1.3. Методичні аспекти формування інвестиційної привабливості туристичних центрів України

Необхідність оцінювання інвестиційної привабливості туристичних центрів стає пріоритетним питанням сьогодення, оскільки сприятливий інвестиційний клімат допоможе швидше подолати наслідки економічної кризи та збільшити темпи економічної діяльності. В такому оцінюванні мають бути зацікавлені, насамперед, органи місцевого самоврядування, які можуть використати отримані результати як для залучення інвесторів, так і для внесення коректив у свою внутрішню політику регіоном.

Перед початком аналізу наукових розробок в напрямі визначення інвестиційної привабливості території загалом та туристичної галузі зокрема, доцільно розглянути понятійно-категоріальний апарат, який використовується в цій сфері.

З методичного погляду проблема розкриття поняття інвестиційної привабливості залишається все ще недостатньо дослідженою.

Незважаючи на численні публікації за цією тематикою, зауважимо, що однозначного трактування сутності дефініції «інвестиційна привабливість» не існує. Так, В. Вакалюк [24] розглядає інвестиційну привабливість як відповідь на питання про доцільність вкладення коштів у конкретне підприємство. Відомий вчений у галузі інвестування Бріль К. [22] під інвестиційною привабливістю розуміє інтегральну характеристику окремих компаній (фірм) – об'єктів майбутнього інвестування з позиції перспективності розвитку, обсягу і перспектив збуту продукції, ефективності використання активів та їхньої ліквідності, стану платоспроможності та фінансової стійкості.

Інвестиційній привабливості підприємств туристичної галузі властивий й принцип конкурентоспроможності. Об'єктивно, що інвестор за інших однакових умов вкладатиме інвестиції саме в територію чи галузь з

порівняно вищими ознаками конкурентоспроможності, тобто саме туди, де потенційна окупність інвестиційних вкладень буде вищою та швидшою.

Інвестиційна привабливість підприємства – це комплекс політичних, соціальних, інноваційних, інфраструктурних елементів, які наявні на певній території та сумарним проявом яких є синергічний ефект. Зважаючи на специфіку інвестиційної привабливості підприємства, вітчизняні та іноземні дослідники та фірми розробили різноманітні методики її оцінки.

Незважаючи на численні наукові розробки в напрямі залучення інвестицій в туристичну сферу, поняття інвестиційної привабливості туристичного центру досі не має чіткого формулювання, тому доцільно запропонувати таке визначення: інвестиційна привабливість туристичного комплексу – це сукупність об'єктивних та суб'єктивних факторів, покликаних створити передумови для розширеного відтворення продуктивних сил туристичної сфери, її науково-технічного розвитку через активну інвестиційну діяльність.

Для розвитку інвестиційної діяльності й активізації залучення коштів потрібно удосконалити систему регулювання діяльності в туристичній сфері, виконавши оцінювання інвестиційної привабливості об'єктів і заходи із пошуку інвесторів.

Основними джерелами інвестування туристичної сфери є кошти зацікавлених підприємств, установ і організацій, асигнування із державного та місцевого бюджетів, кредитні ресурси, іноземні інвестиції. Тому особливу увагу слід приділити інвестиційній привабливості для іноземних інвесторів.

Для розвитку інвестиційної діяльності й активізації залучення коштів потрібно удосконалити систему регулювання діяльності в туристичній сфері, виконавши оцінювання інвестиційної привабливості об'єктів і заходи із пошуку інвесторів.

Щодо визначення методики оцінки інвестиційної привабливості туристичного центру необхідно детальніше розглянути всі етапи розвитку

туристичного центру, щоб поєднати різні методики визначення інвестиційної привабливості території та галузі.

Нами встановлено, що базова методика оцінювання інвестиційної привабливості туристичного центру проходить 5 етапів, під час яких досліджуються основні показники інвестиційної привабливості туристичного комплексу (рис. 1.5.)



Рис. 1.5. Етапи формування методики визначення оцінки інвестиційної привабливості туристичного комплексу*

**Джерело: складено автором на основі [31].*

Для оцінки рівня загальнооекономічного розвитку території вивчається потенційна потреба в областях інвестування, сукупна місткість ринку, що дає змогу отримати оптимальну оцінку ступеня насиченості та потреби в тих або інших видах ресурсів у розрахунку на душу населення.

Базовими факторами формування групи оціночних показників є:

- рівень загальнооекономічного розвитку регіону;
- рівень розвитку туристичного комплексу;
- рівень розвитку інвестиційної інфраструктури;
- оцінка демографічної характеристики;
- рівень розвитку ринкових відносин;

– рівень екологічних та криміногенних ризиків [47, с. 153].

Один з найвагоміших аспектів нашого дослідження – визначення рівня розвитку туристичного центру, оскільки території з недостатнім розвитком туристично-рекреаційних ресурсів та їх матеріально-технічним забезпеченням не можна розглядати як привабливий об’єкт інвестування.

Вивчивши рівень розвитку інвестиційної інфраструктури, слід проаналізувати можливості швидкої реалізації інвестиційних проектів та просування товарів на ринки. З’ясування демографічної ситуації дає змогу вивчити потенційний попит населення, а також можливості залучення робочої сили до підприємств, в які інвестують. Для оцінки рівня розвитку ринкових відносин необхідно дослідити показники товарообороту та наявність ринкової інфраструктури тому, що це створює передумови для сприятливого підприємницького клімату. Визначення рівнів криміногенних і екологічних ризиків базується на вивченні ступеня безпеки інвестиційної діяльності в регіоні.

Отже, сьогодні існує велика кількість напрацювань у сфері визначення рівня інвестиційної привабливості, кожна із запропонованих методик буде прийнятною, залежно від умов, цілей та завдань дослідження об’єкта.

РОЗДІЛ 2.

ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ОБ'ЄКТІВ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз стану та тенденції розвитку туристичних центрів в Україні

Сьогодні все частіше наголошується на важливості відродження етнічних традицій, збереження «етнографічної пам'яті» для наступних поколінь, адже традиції – це не тільки пам'ять предків, це все те унікальне та своєрідне, яке притаманне тій чи іншій нації в галузі культури, народної творчості, побуту, релігії, виробництва, природокористуванні у широкому розумінні.

Прикладом установ, що опікуються проблематикою збереження і відтворення історичних типів регіонального природокористування є етнографічні музеї – історичні музеї, які збирають, зберігають, вивчають і експонують етнографічні колекції, документують процеси етногенезу, побут і культуру різних етнічних спільнот.

Різновид етнографічних музеїв – скансени – найбільш повно розкривають історію природокористування певної території, адже об'єктом природокористування як науки є комплекс взаємовідносин між природними ресурсами, природними умовами життя суспільства і його соціально-економічним розвитком.

Найважливішим завдання музеїв просто неба є збирання, вивчення і широке демонстрування перш за все найтиповіших зразків народної архітектури – першої ознаки, котра є невід'ємною частиною показу переходу від одного типу природокористування до іншого [50, с. 4].

Головною особливістю музеїв просто неба є те, що архітектуру в експозиції подають не ізольовано, а в нерозривному зв'язку з іншими близькими до неї зразками матеріальної та духовної культури і природним

оточенням, відображаючи органічний зв'язок архітектури будівель з природою, засобами праці, предметами побуту, декоративно-прикладного мистецтва та іншими видами народної творчості.

Демонстрування народних промислів і ремесел у музеях допомагає виявленню та розкриттю конкретних історико-економічних умов, які впливають на зміст культури народу.

Кожна історико-етнографічна область може подаватися в скансенах окремим, ізольованим мікроселом. Експозиційний матеріал у секторах демонструється комплексно у формі тогочасних садиб різних соціальних прошарків, виробничих споруд, сакральних об'єктів – садиб, вітряків, водяних млинів, церков тощо.

Аналіз особливостей географічного розміщення скансенів на території України показав, що:

1) переважна кількість скансенів знаходиться у західних та північних регіонах країни;

2) головними «скансенними центрами» країни виступають Київ (скансен Національний музей народної архітектури та побуту України у с. Пирогів має найбільший відсоток відвідування), Львів, Чернівці, Переяслав-Хмельницький;

3) велика кількість музейних установ типу скансенів тяжіють до районів з багатими лісовими ресурсами (Карпати, Полісся), так як одним із профілів їх діяльності є реконструкція та експонування об'єктів дерев'яної архітектури;

4) скансени розвиваються переважно у районах із різноманітним складом етнографічних груп, а також із значними туристичними потоками (найбільш за даною особливістю виділяється Закарпатська область);

5) центрами розвитку етнографічних музеїв під відкритим небом часто слугують невеликі населені пункти з цікавим історичним минулим, яскравою культурою та архітектурою (с. Рокині на Волині, с. Крилос на Прикарпатті, с. Колочава на Закарпатті та ін.).

Провівши аналіз найбільших і найвідвідуваніших скансенів, ранжуючи їх за особливостями природокористування, населенням, розміщенням на історико-етнографічних землях України, варто зазначити, що досить багато регіонів взагалі не представлені, або подані у досить обмеженому (малорепрезентативному) виді.

Так, у найбільшому в Україні Музеї народної архітектури та побуту в Києві не представлено пам'яток з багатьох земель. Найбільш представленою серед історико-етнографічних земель України може вважатися Середня Наддніпрянщина, яка відображена в експозиції шости скансенів. П'ять скансенів репрезентують Слобожанщину, у чотирьох – Закарпаття, Гуцульщина і Полісся, у трьох музеях просто неба відображені Бойківщина, Поділля та Волинь.

Історико-етнографічні землі, які представлені у двох скансенах – це Лемківщина, Буковина, Покуття. І тільки по одному скансену репрезентують Галичину, Бессарабію, Таврію, Північне Причорномор'я, Опілля, Запоріжжя, Донщину [33, с. 52-53].

Взагалі не знайшли відображення у скансенах України такі землі, як Прикарпаття, Сіверщина, Брацлавщина, Буджак, Берестейщина, Підгір'я, та усі ті, що знаходяться сьогодні за границею державної території України. Що стосується зарубіжних скансенів, то вони представляють українські етнічні землі, які знаходяться на території даних держав (як правило країни-сусіди) та в цілому спадщину українського народу (скансени Канади, Словаччини, Польщі).

Отже, найбільш репрезентативним щодо відображення регіональних типів традиційного природокористування населення історико-етнографічних земель України є МНАП України («Музей Пирогів») у Києві та МНАП «Шевченківський гай» у Львові – тут представлені архітектура садиб, народні ремесла, млини, церковні споруди одразу десяти і більше регіонів. В інших скансенах представлені в цілому небагато історико-етнографічних

земель – переважно одна-дві, на теренах яких розміщений сам музей просто неба.

На території України розташовано 17 скансенів, які активно функціонують та приймають туристів як вітчизняних так і іноземних, а саме:

1. МНАП України («Музей Пирогів») у Києві;
2. МНАП «Шевченківський гай» у Львові;
3. Етнографічний комплекс «Українське село», с. Бузова Києво-Святошинського р-ну Київської обл.;
4. МНАП Прикарпаття, с. Кринос Галицького р-ну Івано-Франківської обл.;
5. МНАП та дитячої творчості, с. Прелесне Слов'янського р-ну Донецької обл.;
6. Народний музей історії сільського господарства Волині, смт. Рокині Луцького р-ну Волинської обл.;
7. Переяслав-Хмельницький МНАП Середньої Наддніпрянщини;
8. Закарпатський МНАП в Ужгороді;
9. Чернівецький обласний МНАП;
10. Музей архітектури і побуту «Старе село», с. Колочава Межигірського р-ну Закарпатської області;
11. ІКК «Мамаєва Слобода» у Києві;
12. Сарненський історико-етнографічний музей, м. Сарни Рівненської обл.;
13. Етнографічно-туристський комплекс «Козацький хутір», с. Стецівка Чигиринського р-ну Черкаської обл.;
14. МНАП державного історико-культурного заповідника «Посулля» с. Пустовійтівка Роменського р-ну Сумської обл.;
15. ІКК «Запорозька Січ» (о. Хортиця);
16. Приватний історико-етнографічний музей «Козацькі землі України», с. Вереміївка Чорнобаївського р-ну Черкаської обл.;

17. Етнографічний музей «Українська слобода», с. Писарівка Золочівського р-ну Харківської обл.

За масштабом діяльності в Україні нараховується 7 великих та середніх за площею музеїв просто неба.

1) всеукраїнський – Музей народної архітектури та побуту в Києві;

2) регіональні – Переяслав-Хмельницький музей архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини, Музей народної архітектури та побуту у Львові «Шевченківський гай», Скансен у Чернівцях;

3) обласні – Закарпатський музей народної архітектури та побуту у м. Ужгород, Музей народної архітектури та побуту Прикарпаття у с. Крилос, Івано-Франківська обл., Музей історії сільського господарства на Волині, с. Рокині [11, с. 112].

Один із найвідвідуваніших та найбільших музеїв під відкритим небом в Україні – це Національний музей народної архітектури та побуту України, який розташований поблизу Києва у с. Пирогів

Територія музею являє собою горбисту місцевість площею 150 гектарів, на якій розташовано більше 300 експонатів, зібраних по всій території країни. На території музею зосереджено 275 архітектурних експонатів народного будівництва XVI–XX століть. Садиби з сільськими хатами і господарськими будівлями сформовано з документальною достовірністю та згруповано відповідно до особливостей планування поселень того чи іншого історико-етнографічного регіону.

У фондах музею зберігається понад 70 тисяч предметів побуту, творів народного мистецтва, знарядь праці. Найцікавішими із експонатів обладнано інтер'єри будівель [33, с. 52-53].

Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини у Переяслав-Хмельницькому – перший в Україні музей просто неба, будівництво якого було започатковано в 1964 році. Унікальний музейний комплекс має площу 25 га. Тут розміщено понад 300 об'єктів, з яких – 122 пам'ятки народної архітектури; експонується понад 20 тис. експонатів –

речей побуту та вжитку, знарядь праці, витворів народних майстрів, археологічні матеріали, документи, світлини.

Особливістю музею є показ розвитку ремесел та основних етапів еволюції народного житла і пов'язаної з ним матеріальної і духовної культури українців.

У Музеї народної архітектури та побуту в Переяслав-Хмельницькому в окремих архітектурних пам'ятках та спеціально побудованих павільйонах створено експозиції дванадцяти тематичних музеїв, які більш поглиблено розкривають окремі теми з історії народного побуту, традицій, звичаїв та обрядів, народної творчості, землеробства, хлібопекарства, народного транспорту, розвитку науки та техніки.

У північно-східній частині древнього Львова, недалеко від Високого замку, у парку Шевченківський гай, знаходиться одна з найбільших перлин міста – Музей народної архітектури та побуту у Львові. Музей був створений за етнографічним принципом, у 1971 році, з метою порятунку пам'яток дерев'яної архітектури, предметів побуту і зразків народного мистецтва усіх історико-етнографічних груп Західної України, що сформувались наприкінці XIX - початку XX століття. На території, що становить 50 гектарів, відтворено 105 пам'яток народної дерев'яної архітектури. Серед них хати, найстаріші з яких збудовані у 1749, 1792, 1812, 1846, 1860 рр., господарсько-виробничі споруди (водяний млин, вітряки, сукновальня, тартак, кузня, олійня). Цікавими є будівлі та споруди, які характеризують карпатське полонинське господарство та лісозаготівельний промисел. Особливою окрасою та гордістю Музею є його храми [33, с. 54].

В Музеї їх налічується сім, що є найбільшою добіркою сакральної архітектури у світових скансенах. Надзвичайно багатими є музейні фондосховища. В них зібрано майже 22 тис. експонатів – це колекції одягу і тканин, меблів, музичних інструментів, кераміки, прикрас, ікон, предметів церковної атрибутики, тощо. Унікальною є збірка рукописів і стародруків, яка нараховує понад 120 експонатів.

Музей просто неба в Чернівцях – наймолодший з-поміж музеїв такого типу в Україні. Його почали створювати 1977 р., а першу чергу експозиції музею було відкрито для відвідувачів у 1986 р. Музей розташовано на околиці міста в урочищі Гореча на площі 20 га. Нині тут експонується понад 30 пам'яток архітектури, які охоплюють сектори «Західне Подністров'я» і «Хотинщина». У перспективі будуть створені «Підгір'я» і «Гуцульщина». Крім архітектурних споруд, тут зібрано близько 8 тис. предметів побуту та творів народного мистецтва.

Музей продовжує розбудовуватися і поповнюватися новими експонатами. У його фондах зібрано понад сім тисяч етнографічних експонатів, значна частина з яких є унікальними саме тому, що то є тогочасні знаряддя праці, оригінальні і цікаві речі домашнього вжитку, численні колекції чоловічого і жіночого одягу, вишивок, килимів, рушників, поясів, народних прикрас, вироби народних майстрів з дерева, шкіри, лози тощо. Музей зажив доброї слави серед шанувальників народного мистецтва. Його гостями вже стали близько 500 тис. чоловік.

Чернівецький музей-скансен став осередком відтворення різних національних звичаїв і обрядів буковинців-українських, молдавських, румунських, російських, польських. Тут проводяться масові етнографічні свята і ярмарки, на яких свою майстерність демонструють фольклорні колективи і народні майстри. Понад 800 виступів фольклорних колективів за останнє десятиліття відбулося на відкритих майданчиках музею, мистецтво роботи своїх рук продемонструвало понад дві тисячі народних майстрів.

На південному схилі Замкової гори, під стінами Ужгородського замку на площі 5,5 га розташований один з перших в Україні Закарпатський музей народної архітектури та побуту, побудований в 1970 р. в місці, яке називали «Відьмина яма» і де раніше спалювали тих, кого звинувачували у чаклунстві. Жителі міста називають музей просто «село».

Закарпатський музей народної архітектури та побуту — самобутній ансамбль української національної спадщини, що складається з

архітектурних перлин старовинного закарпатського села і зразків найдавніших та найпоширеніших видів народного ужиткового мистецтва.

Експозиція ужгородського скансену налічує 12 хат, корчму, водяний млин, ступу-сукновальню, кузню, церкву, дзвіницю, каплицю, школу, а загалом – понад 14 тисяч експонатів. Відвідувачі можуть ознайомитися зі зразками житла і садиб закарпатців низовинних районів – долинян, а на пагорбі – горян (лемків, бойків та гуцулів), а також типовою угорською та румунською архітектурою [50, с. 6].

Музей народної архітектури і побуту Прикарпаття у с. Крилос, Івано-Франківська обл. заснований 1981 р. Він міститься на території давнього городища. Скансен займає площу 6,9 га, на якій відтворено «мікросела» чотирьох етнографічних районів Івано-Франківщини: Покуття, Гуцульщини, Бойківщини та Опілля. 1994 р. музей увійшов до Національного заповідника «Давній Галич».

Музей просто неба є структурним підрозділом Національного заповідника «Давній Галич». Він знаходиться на території давнього городища, на першій лінії оборонних валів, навпроти урочища Прокаліїв сад. Цей острівок народної архітектури знайомить відвідувачів з архітектурою і побутом жителів Прикарпаття кін. XVII - поч. XX ст. Будівлі, що знаходяться на території музею, свідчать про самобутність українського народного зодчества і водночас про його нерозривні зв'язки з традиціями будівельної культури слов'янських народів.

На площі 4,5 га нині завершується будівництво «мікросіл» чотирьох етнографічних районів Прикарпаття: Покуття, Гуцульщини, Бойківщини та Опілля. Кожна з цих зон уміло розпланована в мікрорельєфі місцевості, опоянана малими архітектурними формами. В інтер'єрах пам'яток чимало етнографічних реліквій – предметів життя і побуту наших предків. Правда, невелика експозиційна площа зумовила ряд відмінностей цього музею від аналогічних йому. Зокрема, чимало архітектурних експонатів подаються не у вигляді садиб – житлово-виробничих ансамблів сільської забудови минулих

часів, а як поодинокі, типові зразки житлових, господарських та виробничих споруд. Нині в музеї встановлено 11 архітектурних пам'яток, що представляють різні типи житлового та господарського будівництва.

Музей історії сільського господарства Волині – це етнографічний музей і скансен в селищі Рокині, розташованому за 12 км від Луцька. Увесь музей – це практично самоокупне господарство із замкнутим господарським циклом. Тут є постійні працівники, котрі ночують у хатах, топлять піч, печуть хліб, доглядають худобу, обробляють посіви, косять сіно, пригощають гостей стравами української кухні. Кожен охочий відвідувач музею може взяти сільськогосподарське знаряддя праці в руки і попрацювати ним. На базі музею проводять різноманітні свята, ярмарки, конференції.

Рокинівський музей історії сільського господарства Волині був відкритий у 1979 році. У кінці 1980-х років директор музею О. Середюк вирішив створити на території Рокинівського дендропарку, що знаходився біля приміщення музею, скансен. Впродовж 1989-1991 рр. було перевезено і встановлено близько дванадцяти старих архітектурних споруд: вітряний млин, кілька хат, садибу, клуню, кузню та ін.

Нині скансен має вигляд вулички невеликого волинського села XIX ст. В експозиції просто неба представлені декілька типових волинських садиб, навколо яких створені селянські двори з клунями, хлівами, криницями й тинами. Є вітряк, баня, курна хата датується 1875 роком. Дерев'яна капличка на території музею зведена за кресленнями каплиці в селі Жадень (Рівненська область), освячена на честь Вознесіння Господнього.

Новими, перспективними музейними установами є локальні скансени. В Україні найбільших успіхів у цій справі досягли на Закарпатті, де створено окремі хати-музеї в селах Антонівка Ужгородського, Зубівка Мукачівського, Осій Іршавського, Тернове та Наресниця Тячівського, Горінчове Хустського районів. Цікавий скансен (церква і хата XIX ст.) формується у с. Стеблівка. Реконструкції місцевих житлових споруд виконані у селах Бронька та Довге Іршавського району.

Цілий комплекс будівель старого угорського села відтворено у с. Петрове Виноградівського району, до нього ввійшли садиби заможного селянина і бідняка, школа, криниця-журавель, водяний млин.

Оригінальний музей лісообробки і лісосплаву створено на Чорній Річці і біля озера Синевір у Міжгірському районі. Аналогічні музеї є і в інших областях України [13, 78].

Можна цілком обґрунтовано стверджувати, що скансени – це новий напрямок музейного туризму, який знаходиться на етапі свого становлення, це унікальні соціально-культурні комплекси, спрямовані на реалізацію рекреаційного, розвиваючого, естетичного потенціалу дозвілля, на формування духовної особистості, зміцнення сімейних цінностей і традицій.

2.2. Оцінка інвестиційного розвитку Національного музею народної архітектури та побуту як туристичного центра

Національний музей народної архітектури та побуту у с. Пирогів є важливим науково-методичним центром України по вивченню матеріальної та духовної культури, її збереженню, патріотичному вихованню нації. Наразі на території музею розміщено близько 300 унікальних пам'яток народної архітектури, датованих XVI–XX ст.

Національний музей народної архітектури та побуту у с. Пирогів засновано 06 лютого 1969 р. Цьому передувала низка громадських ініціатив, зокрема, публікація відкритого листа про необхідність створення музею народної культури в Києві від 14 серпня 1965 р. в газеті «Літературна Україна».

Урядова програма, схвалена партійним керівництвом УРСР, була розроблена з ініціативи та за участі тодішнього заступника Голови Ради Міністрів Української РСР (1961-1978 рр.), голови Українського товариства охорони пам'яток історії та культури П.Т. Тронька (1915-2011 рр.), якого

слушно вважають фундатором музею. У даній урядовій програмі було розроблено наукове обґрунтування потреби створення музею, розробку його концепції, штатного розкладу та тематико-експозиційного плану, а також необхідності проведення в усіх областях України комплексних польових історико-етнографічних експедицій із виявлення, обстеження, фіксації та маркування пам'яток народної архітектури. Всі дослідження було здійснено коштом Товариства і під безпосереднім постійним, подвійним керівництвом П.Т. Тронька. Голова Ради міністрів Української РСР О.П. Ляшко у своїх спогадах називав його не лише ініціатором, але й душею створення музею. П.Т. Тронько також особисто вибрав місце розташування музею та забезпечив землевідведення.

Демонтаж, консервацію, перевезення, реставрацію та встановлення на місці пам'яток народної архітектури (будинків, господарчих споруд, дерев'яних церков, вітряків тощо) здійснювала спеціалізована реставраційна майстерня, створена також Товариством на правах свого структурного підрозділу [34, с. 42].

Одночасно співробітники музею за активної участі активістів обласних організацій Товариства здійснювали пошук та збір цінних пам'яток етнографії, декоративно-ужиткового мистецтва, народних одягу, меблів, дерев'яного і глиняного посуду, чоловічого і жіночого одягу, музичних інструментів тощо.

Колекції музейних фондів розміщувалися у 19 корпусі Києво-Печерської лаври по вул. Січневого повстання, 21 (тепер – вул. Лаврська), у приміщенні колишньої кірхи по вул. Ф. Енгельса (тепер – вул. Лютеранська), у допоміжних спорудах безпосередньо на території музею.

Офіційно експозиція музею відкрита для відвідувачів у 1976 р. Товариство повністю фінансувало діяльність музею та реставраційної майстерні до 1989 року, коли музей було передано у відання Академії наук України, а згодом – до Міністерства культури України.

На території музею зосереджено 275 архітектурних експонатів народного будівництва XVI–XX століть. Садиби з сільськими хатами і господарськими будівлями сформовано з документальною достовірністю та згруповано відповідно до особливостей планування поселень того чи іншого історико-етнографічного регіону. У фондах музею зберігається понад 70 тисяч предметів побуту, творів народного мистецтва, знарядь праці. Найцікавішими із експонатів обладнано інтер'єри будівель [33, с. 52-53].

Тематичним планом створення Київського скансену передбачено показ народного будівництва з давніх-давен до сучасності: від найстарішої курної хати з с. Семари (1587 р.) Волинської області до сучасних українських будинків 60-70 років XX ст.

Архітектурний ансамбль музею охоплює всі історико-етнографічні регіони України: Середня Наддніпрянщина, Південь України, Слобожанщина, Полтавщина, Полісся, Карпати, Українське село 60-70-х р. XX ст.

В експозиції музею експонуються унікальні колекції вітряків, водяних млинів, кузні, колиба, парня, сільська управа, церковно-парафіяльна школа, садиба священика, шинок, крупорушка, хати, комори, клуні, сажі, курники, погребі тощо.

Незважаючи на те, що по всій Україні будували однакові типи будинків, господарчих та виробничих споруд, будівельні особливості кожного регіону мають ряд характерних рис, обумовлених не тільки природно-кліматичними умовами, але й етнічними традиціями. Поряд з показом матеріальної культури музей відтворює і духовну культуру.

У музеї діє три православні церкви, дві з них Київського патріархату та одна церква греко-католицького обряду. Завдяки їм набули духовного змісту щорічні народні свята: Різдво, Водохреща, Вербна неділя, Великдень, Зелені свята., Купала та інші.

В музеї вшановують загальнодержавні свята: день пам'яті поета та великого українського діяча Т.Г. Шевченка, день пам'яті Чорнобиля, день пам'яті жертв Голодомору, свято Незалежності України.

Кожні вихідні в музеї проходять свята та фестивалі, де можна відвідати етнографічні ярмарки та пройти майстер-класи по традиційним народним ремеслам, послухати українські пісні та навчитися народним танцям, долучитися до традиційного трудового процесу (оранка, сівба, жнива).

У музеї майже десяток постійно діючих виставок і кожного місяця відкриваються нові тимчасові виставки на базі експонатів музейного фонду та виробів народних майстрів.

Фондова збірка Музею налічує більше 70 тисяч експонатів декоративно-вжиткового мистецтва, знарядь праці, предметів побуту, серед яких є значна колекція ікон, рушників, одягу, кераміки, народних інструментів [50].

Відвідувачів чекають екскурсійні програми, свята, ярмарки. Вони можуть скуштувати українську кухню, замовити кінні прогулянки, проїхатись на електромобілі величезною територією скансена.

Унікальність послуг, які надає Національний музей народної архітектури та побуту у с. Пирогів, полягає в їх авторських програмах, націлених на активний пошук нових форм діяльності, успішне вивчення і використання передового досвіду організації і проведення національних і культурологічних заходів найвідоміших музеїв світу (табл. 2.1.).

Відмінною рисою музею, що, мабуть, виділяє його з величезної маси подібних світових музеїв, – є різні театралізовані подання, гуляння під час народних свят.

На території музею часто можна зустріти людей і працівників у національних костюмах, зайнятих різним ремеслом того часу – ткаць, ліпників посуду із глини й інших.

Таблиця 2.1.

Графік проведення свят в музеї у 2024 р.*

Дата проведення свята	Назва свята	Дата проведення свята	Назва свята
25.12	Свято Різдва	24.06.	Свято Івана Купала
31.12-01.01	Свято Меланки та Василя	28.06-30.06	Свято гончарства і ковальства
06.01	Водохреща	12.07-13.07	Мистецькі пленери
11.03.-17.03	Масниця. Колодій.	01.08	Маковія. Спас
09.03-10.03	Шевченківські дні	16-17.08	Свято меду.
21.04	Веснянки. Гаївки. Обливаний понеділок	23.08-25.08	День Незалежності
26.04	День пам'яті Чорнобиля	30.08-31.08	«Гостинна Україна» Фестиваль української традиційної кухні
27.04	День першої борозни	06.09-07.09	Національний осінній ярмарок народних майстрів
01.05-04.05	Національний весняний ярмарок народних майстрів	13.09-14.09	Осінь весільна
09.05-11.05	Фестиваль здоров'я «Столиця життя»	21.09	День батька. Батьківська школа
11.05	Свято матері. День дитячої творчості	27.09-28.09	День школяра
17-18.05	Молодіжний етно-фестиваль	01.10	Покрова
24.05-25.05	День Києва	04.10-05.10	День художника «Золота осінь»
30.05-01.06.	Мистецька Україна запрошує	24.11	День святої Катерини
08.06	Трійця	30.11	Свято Андрія або «Калита»
14.06-15.06.	Свято вишивки і ткацтва	06.12	Гостини до Святого Миколая
21.06-22.06	Свято плетіння і різьбярства	24.12	навечір'я Різдва Христового

*Джерело: складено автором на основі джерела [62].

Прогулянки під українську народну музику взагалі стають чимсь особливим, дарують незабутні відчуття. Під час українських народних свят на території музею проходять спеціальні театралізовані подання: танці й танці навколо багаття, спів.

Національний музей народної архітектури та побуту у с. Пирогів до обмежень, викликаних вірусом SARS-CoV-2 з 2019-2022 рр. та війною, розпочатою Росією у лютому 2022 р. був популярним не тільки серед українців, але також серед туристів із всіх куточків миру. Щорічно кількість

відвідувачів змінювалася, так у період з 2016 по 2019 рр. показник відвідувань збільшувався: 2016 р. музей відвідало 214500 туристів, у 2017 р. – 216315, 2018 р. – 226154, однак у зв'язку з коронавірусними обмеженнями 2019-2021 рр. та воєнним станом, введеним 24.02.2022 р., кількість відвідувань значно скоротилася 2019 р. – 88049, 2020 р. – 82198; 2021 р. – 56287, 2022 р. – 50349, 2023 р. – 57894 туристів.

Дослідження статистичної звітності музею щодо кількості проведених екскурсій показало, що в 2016 р. було проведено 1150 екскурсій, в 2017 р. – 1370, у 2018 р. – 1634, а за період 2019-2023 рр. кількість екскурсій значно скоротилася, тобто зв'язку зі зменшенням потоку туристів до музею відповідно зменшилась і кількість проведення екскурсій.

У своєму роді Національний музей народної архітектури та побуту є унікальним явищем – це перший музей, що зібрав не тільки будови й предмети побуту нації, але, що сконцентрував на своїй території кілька регіонів України.

Приїжджаючи в село Пирогів під Києвом туристи можуть відправитися в музей самостійно, або в складі екскурсії, під час якої їм будуть розповідати про кожен експонат, а також про історію й традиції народу того часу.

Музей проводить екскурсії своєю територією для різних вікових груп та категорій та на різну тематику.

Екскурсійна система музею продумана до дріб'язків – відвідувач може самостійно можете вибрати строк проведення екскурсії – від однієї (можливість ознайомлення тільки з одним із етнографічним регіонів) до трьох годин (загальна екскурсія), залежно від свого настрою й планів на день. Для іноземних туристів екскурсії проводяться на українській, англійській та німецькій мовах.

Вартість вхідних квитків у музей становить 65-90 гривень, однак для студентів, дітей і пільгових категорій громадян передбачені знижки. Тарифи на екскурсійні програми можуть мінятися залежно від пори року (табл. 2.2).

Таблиця. 2.2.

Розцінки екскурсійних програм в музеї*

Вхідний квиток	
Тип	Вартість, грн
Для дітей від 6 р., пенсіонерів та осіб з інвалідністю 2, 3 груп	65
Для школярів від 10 до 17 р., та студентів денної форми навчання	90
Для дорослих	130
Парковка на території	65
Екскурсії	
Для дітей до 10 років (1 академ. год.) до 15 осіб	400
Для дітей від 10 років, студентів (1 академ. год.) до 15 осіб	150
Для дорослих (1 академ. год.) до 15 осіб	500
Інтерактивна екскурсія (за 1 особу)	250
Проведення екскурсії сторонніми гідями	500
Проведення екскурсії іноземними мовами	1000

*Джерело: складено автором на основі [62].

Щорічно експозиція музею поповнюється новими експонатами за рахунок подарунків та проведення науково-пошукових експедицій (рис. 2.4.):

– за 2018 р. було проведено 13 науково-пошукових експедицій. У результаті науково-пошукової роботи зібрано і описано 145 експонатів, з них прийнято в дар – 54 експонати;

– за 2019 р. відбулося 14 експедицій, було зібрано та описано 162 експонати, з них прийнято в дар – 45 експонатів;

– за 2020 р. було організовано 15 експедицій, зібрано та описано 175 експонатів, з них прийнято в дар 52 експонати;

– за 2021 р. проведено 16 науково-пошукових експедицій. У результаті науково-пошукової роботи зібрано і описано 199 експонати, з них прийнято в дар – 61 експонати;

– за 2022 р. проведено 12 науково-пошукових експедицій. Зібрано і описано 396 експонатів, з них прийнято в дар – 298 експонатів.

– у 2023 р. у зв'язку з важким економічним становищем музею та ризиками, пов'язаними, з війною в Україні, науково-пошукові експедиції не проводилися.

Періодично архітектурний ансамбль музею потребує реставрації та оновлення експозицій. За 2022 р. було відреставровано:

1. січкарю окружного дому з с. Солов'ї Волинської області (експозиція «Полісся»);
2. вітряк з с. хутора Кудрявий Сумської області (експозиція «Полтавщина»);
3. хату з с. Попівка Зіньківського району Полтавської області (експозиція «Полтавщина»);
4. комору с. Бірки Зіньківського району Полтавської області (експозиція «Полтавщина»);
5. хату з с. Михайлівка Новоодеського району Миколаївської області (експозиція «Південь»);
6. дах на сажі з с. Глинськ Роменського р-ну Сумської обл. ;
7. 53 музейні експонати з фондової збірки, серед яких 9 ікон.

Музей веде активну науково-організаційну роботу. Тільки за 2023 р. наукові співробітники музею:

- захистили понад 40 наукових тем;
- підготували та опублікували 62 наукові та науково-популярні статті;
- взяли участь у 25 наукових конференціях, круглих столах, семінарах, культорологічних заходах у м. Києві, Луцьку, Кіровограді, м. Рожнов-под-Рожгостем (Чеська республіка);
- були учасниками міжнародної програми «Дерев'яна архітектура у природньому ландшафті» в рамках якої відбулося стажування у Словаччині, Польщі, Угорщині, Чехії [62].

Отже, можна з впевненістю сказати, що найбільший в Європі скансен – Національний музей народної архітектури та побуту у с. Пирогів провадить активну культурно-дозвілєву (обрядові події та свята календарного циклу, тематичні кулінарні заходи та видовища, фольклорно-етнографічні та музично-розважальні програми, фестивалі, майстер-класи) та науково-організаційну роботу, а тому є привабливим об'єктом для інвестицій та фінансових капіталовкладень як з боку держави так і іноземних інвесторів.

2.3. Діагностика факторів інвестиційного розвитку туристичних центрів на прикладі Національного музею народної архітектури та побуту

Головною метою проведення дослідження факторів інвестиційного розвитку туристичних центрів є оцінка стану інвестиційного забезпечення туризму в Україні та визначення основних заходів щодо підвищення інвестиційної привабливості держави як туристичного регіону.

Оцінка інвестиційного забезпечення здійснюється за чотирма основними напрямками (рис. 2.5.)

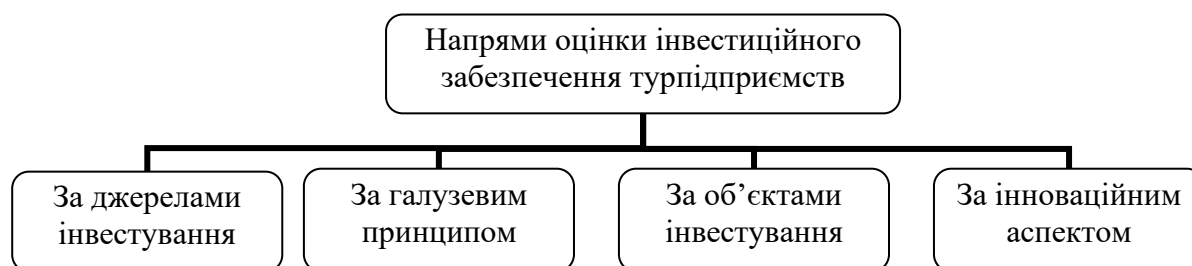


Рис. 2.5. Основні напрями інвестиційного забезпечення*

**Джерело: складено автором на основі [49].*

До джерел інвестиційного забезпечення розвитку туристичної галузі слід відносити: вкладення в туристичні підприємства іноземного та вітчизняного капіталу, кредитні фінансові ресурси, внутрішні інвестиційні джерела підприємств (амортизація, прибуток), заощадження населення (напрямку та через фінансові установи).

У сучасних реаліях України для підвищення інвестиційного інтересу з боку іноземного інвестора є безліч умов, обумовлених рядом досить суперечливих факторів.

Відсутність у даний час ефективної конкуренції серед вітчизняних туристичних підприємств, дешева робоча сила, відносно недорогий і ємний (хоча і не досить якісний) ринок матеріально-технічної бази, неосяжний споживчий ринок і, насамперед, можливість одержання значно більш високих норм прибутку в порівнянні з розвинутими країнами – все це

повинно робити українську економіку особливо привабливою для іноземних підприємців.

У той же час вирішальними факторами інвестиційної привабливості країни є стабільність економічної, політичної та соціальної ситуації в регіоні, відсутність яких в Україні фактично ліквідує всі попередньо зазначені умови.

Стосовно внутрішніх джерел інвестування слід визнати, що потреби туристичної індустрії в прямих капіталовкладеннях значно перевищують існуючу на вітчизняному фінансовому ринку інвестиційну пропозицію.

Оцінка інвестиційного забезпечення за об'єктами інвестування передбачає визначення суми інвестицій в придбання та поліпшення предметів майнового потенціалу туризму, або де саме були використані інвестиційні кошти. Зазначимо, що однією із важливих складових розвитку туризму є створення умов для залучення іноземних і вітчизняних інвестиційних та кредитних коштів у розвиток матеріально-технічної бази туристичної галузі.

Об'єкти інвестування в туризмі можна розділити на (рис. 2.6.):

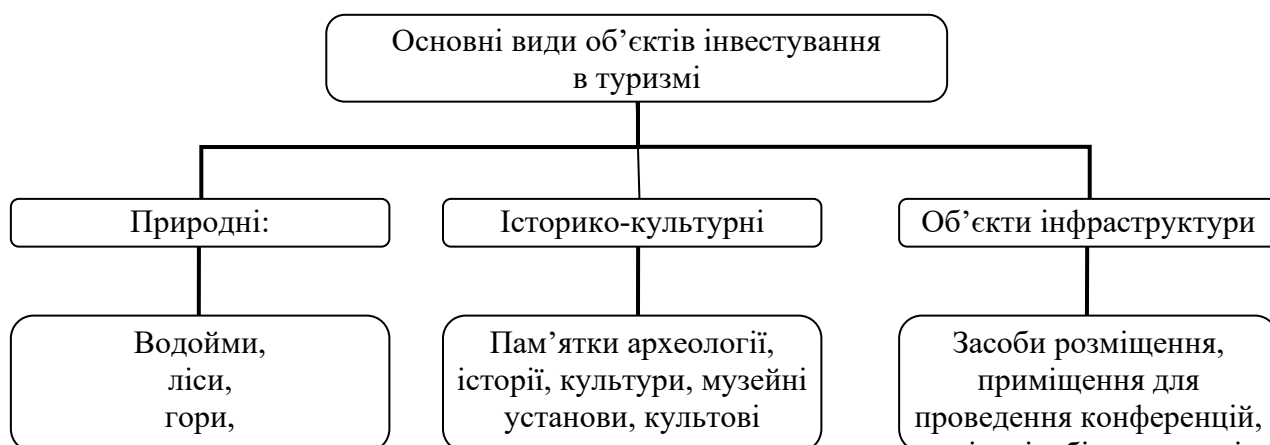


Рис. 2.6. Основні об'єкти інвестування в туризмі*

**Джерело: складено автором на основі [49].*

– природні: водойми, ліси, гори, степи тощо. Інвестиції в такі об'єкти будуть носити природоохоронний характер;

– історико-культурні: пам'ятники археології, історії та культури, музейні установи, культові споруди, – інвестиції відновлювального, реставраційного характеру;

– об’єкти інфраструктури: засоби розміщення, приміщення для проведення конференцій, семінарів та інших бізнес-заходів, засоби транспорту, наявність та якість доріг тощо, – інвестиції капітального характеру, тобто інвестиції на відтворення і покращення кількісного і якісного складу основних засобів туристичної інфраструктури.

Оцінка інвестиційного забезпечення за інноваційним аспектом передбачає оцінку вкладання інвестиційного капіталу в розвиток нових видів туризму, розробку новітніх туристичних маршрутів та способів відпочинку.

Музейні установи як підприємства туристичної галузі є одними із об’єктів інвестування в Україні, які потребують капіталовкладень як з боку держави, так і від іноземних інвесторів, проте це є проблемним питанням.

Національний музей народної архітектури та побуту, як найбільший та найвідвідуваніший музей під відкритим небом, потребує залучення інвестицій для реставрації власних експозицій, адже з кожним роком експозиція музею потребує оновлення.

Проте державне фінансування для проведення реставраційно-ремонтних робіт на території музею припинено ще в 2018 р. через нестачу коштів в державному бюджеті. На даний час музей функціонує за рахунок власних надходжень від надання туристичних послуг та благодійних внесків фондів.

Аналіз фінансової діяльності музею показав, що у 2019 р. надходження від власної діяльності становило 2871950 грн, в 2020 р. – 3986431 грн, у 2021 р. – 5278090 грн, в 2022 р. – 7144930 грн, однак у 2023 р. цей показник становив лише 3658909 грн.

Зокрема дослідження надходжень від благодійних фондів дало змогу зробити висновок, що саме благодійні внески відіграють велику роль при формуванні прибутку музею (рис 2.8.).

У 2019 р. надходження від благодійних фондів становили 60960 грн, у 2020 р. – 73750 грн, в 2021 р. – 183745 грн, в 2022 р. – 201945 грн, а в 2023 р. цей показник різко зменшився і становив 50350 грн.

Діагностика факторів інвестиційного розвитку туристичних підприємств на прикладі Національного музею народної архітектури та побуту дала змогу визначити головні стратегічні цілі інвестиційної політики в галузі туризму (рис. 2.9.):

- створення законодавчої бази та забезпечення гарантій інвестиціям в туристичний бізнес, як іноземним, так і внутрішнім (в т.ч. фінансовим заощадженням населення на рівні стабілізації банківської системи, що можуть в перспективі виступати потужним інвестиційним ресурсом);
- формування сприятливого іміджу країни, її туристичних регіонів;
- створення сприятливого інвестиційного клімату;
- стимулювання припливу капітальних вкладень у реконструкцію і будівництво сучасних туристичних комплексів, санаторіїв, готелів, відповідних до міжнародних вимог і стандартів;
- розробка нових турів, які повинні ураховувати етнокультурні, геополітичні, екологічні чинники туристичної місцевості.

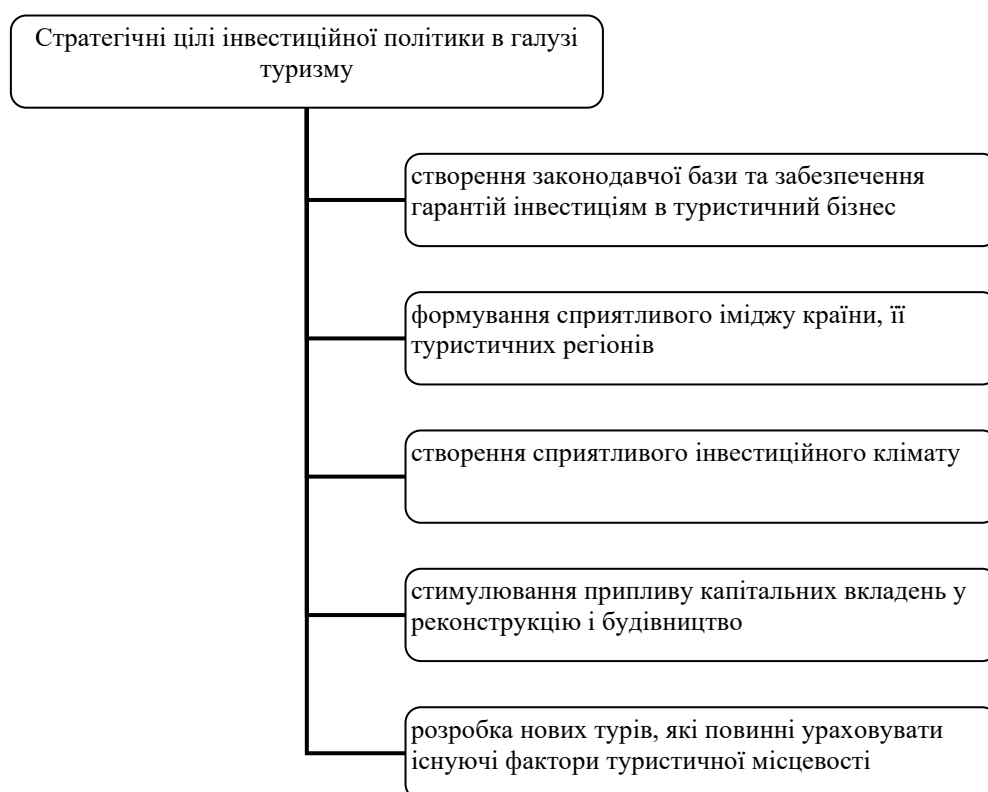


Рис. 2.9. Головні стратегічні цілі інвестиційної політики в галузі туризму*

**Джерело: складено автором на основі [47].*

Розглядаючи туристичну сферу, як фактор підвищення інвестиційної привабливості України, було визначено, що на інвестиційну привабливість сфери туризму впливає ряд факторів, які стримують запровадження інновацій в діяльності туристичних центрів, зокрема:

- недосконала національна туристична політика, яка пасивно реагує на захоплення ринку міжнародними консолідаторами; не спонукає до формування інвестиційної стратегії залучення коштів для пошуку та імплементації інновацій на внутрішньому ринку; не раціонально використовує і так обмежені державні кошти, спрямовуючи їх на просте відтворення туристичного процесу;

- національні виробники-продуценти туристичних послуг та турорганізатори не мають власних коштів на розвиток еволюційних, стратегічних, радикальних інновацій, тому і не можуть вийти на «зрілі» ринки економічно розвинених країн; не здатні конкурувати з міжнародними консорціумами, а отже змушені функціонувати в сегменті низькоприбуткового внутрішнього туризму, або здійснювати агентську посередницьку діяльність на більш доходному, але повністю консолідованому ринку міжнародного туризму;

- на результати економічних трансформацій суттєво впливають: кумулятивний характер інноваційних змін; низький рівень інноваційної культури; переважна більшість мікропідприємств з невеликими обсягами виробництва та фінансовими ресурсами.

Отже, проаналізувавши публікації науковців щодо визначення поняття «туристичне підприємство», можна впевнено стверджувати, що музейні установи, а саме музеї під відкритим небом також є підприємствами туристичної галузі.

Тому всі фактори, які впливають на становлення інвестиційного потенціалу туристичних підприємств безпосередньо впливають і на формування інвестиційної привабливості музейних установ та скансенів України.

З проведеного дослідження можна зробити висновок, що Національний музей народної архітектури та побуту у с. Пирогів потребує проведення активної політики щодо залучення капіталовкладень з боку інвесторів для проведення реставраційних робіт та підвищення ефективності та якості надання туристичних послуг відвідувачам.

РОЗДІЛ 3.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ

3.1. Оцінка ефективності інвестиційної діяльності туристичних центрів як об'єктів підприємницької діяльності

Для проведення оцінки інвестиційної привабливості туристичної галузі України, необхідно узагальнити теоретичні основи інвестиційної привабливості, проаналізувати сучасні тенденції та інвестиційну привабливість об'єктів інфраструктури туризму, визначити заходи щодо створення позитивного туристичного іміджу України.

Інвестиційна привабливість може розглядатися на рівні країни, галузі, регіону, підприємства. В економічній літературі існують різні підходи до визначення інвестиційної привабливості, інвестиційного клімату держави як сукупності політичних, правових, економічних та соціальних умов, що забезпечують інвестиційну діяльність національних та зарубіжних інвесторів. У найбільш загальному вигляді можна представити наступну систему факторів: політико-правове середовище, економічне середовище, ресурси та інфраструктура, соціально-культурне середовище, екологія.

Як нами вже було зазначено у п. 1.2 роботи, що туристичний центр є об'єктом туристичної інфраструктури та здійснює різні види діяльності, зокрема й підприємницьку. Тому його можна вважати підприємством.

Існують різні методи оцінки інвестиційної, інноваційної та інвестиційно-інноваційної привабливості. Всі вони ґрунтуються на аналізі різних сфер функціонування підприємств конкретних галузей і відрізняються одна від одної метою оцінки, функціональним призначенням, сукупністю показників для оцінки, алгоритмами їх розрахунків, інформаційним забезпеченням і іншим. Варто також зазначити, що кількість методик оцінки інвестиційно-інноваційної привабливості є досить незначною.

Тому, пропонуючи власну методику, розглянемо окремо сучасні підходи до оцінки інвестиційної та інноваційної привабливості.

Найбільш поширені методики оцінки інвестиційної привабливості – це ті, які ґрунтуються на аналізі фінансової діяльності. Такою методикою є визначення інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємства, що ґрунтується на максимізації індивідуальних оцінок аналітичних показників й вибору екстремальних інтегральних показників оцінки інвестиційної привабливості.

Об'єктивна оцінка фінансового стану підприємства може проводитися за розробленими методиками експрес-аналізу або поглибленого аналізу, які базуються на використанні абсолютних і відносних показників. Такі методики дають змогу виявляти проблемні напрямки діяльності підприємства і досліджувати причини, які їх зумовили, але не дають змоги зробити обґрунтовані висновки про його фінансовий стан в цілому, інвестиційну привабливість та потенційні можливості. Це питання вирішується за допомогою визначення інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємства.

Розрахунок інтегрального показника інвестиційної привабливості підприємства здійснюється у такій послідовності:

- уведення вихідних даних підприємства розрахунок показників за групами;
- розрахунок інтегрального показника інвестиційної привабливості.

Для оцінки інвестиційної привабливості підприємства можуть бути використані різні фінансово-економічні показники функціонування підприємства протягом певного періоду.

Визначення інвестиційної привабливості слід розглядати не тільки як інтегральний фінансово-економічний показник, а й як систему кількісних показників оцінки господарського, фінансового, технічного потенціалів підприємства, що дозволяє оцінити позицію конкретного підприємства, відповідної галузі та регіону.

Кінцевий результат щодо інвестиційної привабливості дає змогу інвесторам більш об'єктивно оцінити стан і можливості підприємства.

Оцінка інвестиційної привабливості повинна здійснюватися у два етапи:

- перший етап: розрахунок інтегрального показника за кожним підприємством окремо на підставі фінансової та бухгалтерської звітності;
- другий етап: визначення оцінки інвестиційної привабливості підприємства шляхом корегування інтегрального показника, розрахованого на першому етапі з урахуванням привабливості на економічному рівні, впливу результатів фінансово-господарської діяльності та ризиків діяльності підприємства [20].

На першому етапі для визначення показника привабливості конкретного підприємства використовується метод розрахунку інтегрального показника. Інтегральна оцінка дає змогу поєднати в одному показнику багато різних за назвою, одиницями виміру, вагомістю та іншими характеристиками чинників. Це спрощує процедуру оцінки конкретної інвестиційної пропозиції. Для розв'язання цих завдань і забезпечення об'єктивної оцінки інвестиційної привабливості підприємств використовується така послідовність визначення інтегрального показника

Результати експертних оцінок, що проводилися останніми роками, свідчать про досить низьку інвестиційну привабливість України. У різних рейтингах їй відводиться місце від 120-го до 150-го серед держав світу [85, с. 49].

Важливим напрямом розвитку економіки України має стати піднесення туристичної галузі. Туризм все більше набирає всіх ознак самостійної галузі національної економіки. Протягом, 2018-2019 рр. в Україні спостерігалися позитивні тенденції розвитку виїзного туризму, хоча темп приросту потоків уповільнився (табл. 3.1.). За 2019-2023 рр. кількість громадян України, які виїжджали за кордон зменшилася.

У період 2020-2023 рр. в Україні продовжувалися негативні тенденції у сфері в'їзного туризму. Вказане пов'язане з воєнними діями на території України.

Протягом 2019 р. Україну відвідали 24,67 млн. в'їзних (іноземних) туристів, що на 5,8%, або майже на 3,26 млн. осіб більше, ніж у 2018 р. (табл. 3.1.).

Таблиця 3.1.

Туристичні потоки протягом 2020-2023 рр.,*

Роки	Кількість громадян, які виїжджали за кордон		Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну	
	Усього, осіб	Темп зростання, %	Усього, осіб	Темп зростання, %
2020	17180034	112,0	21122157	101,6
2021	19773143	115,1	21415296	101,4
2022	132836	-108,4	2823	-307,5
2023	61287	-210,9	1227	-507,2

*Джерело: складено автором на основі аналізу статданих по Україні [61].

Пріоритетними видами туристичної діяльності у наразі є внутрішній туризм.

В цілому можна відзначити формування певних тенденцій розвитку туризму в Україні:

- туристична активність чергується із спадами, відтворюючи в цих коливаннях не лише стан внутрішнього ринкового середовища, але і світової ринкової кон'юнктури, де імідж України залишається ще невизначеним;

- у період 2016-2019 рр. спостерігалася тенденція перевищення виїзного потоку над в'їзним в структурі міжнародного туризму. Наразі, дана тенденція змінилася;

- незважаючи на позитивні зрушення на національному ринку туристичних послуг, слід відмітити мотиваційний і географічний перерозподіл виїзного туризму;

- у структурі туристичних потоків як з України, так і до України за мотивацією домінує приватний туризм;

- у географічній структурі туристичних потоків як з України, так і до України домінуюче значення мають перш за все країни Європейського континенту, Туреччини та Африки (Єгипет) [61].

Інвестування галузі туризму передбачає сукупність умов, ресурсів і заходів, необхідних для здійснення інвестиційного процесу. У сучасних реаліях України для підвищення інвестиційного інтересу з боку іноземного інвестора є безліч суперечливих умов.

Основна з них – війна на території України. Відсутність у даний час ефективної конкуренції серед вітчизняних туристичних підприємств, дешева робоча сила, відносно недорогий ринок матеріально-технічної бази, неосяжний споживчий ринок і, насамперед, можливість одержання значно більш високих норм прибутку в порівнянні з розвинутими країнами – все це повинно робити сферу українського туризму особливо привабливою для іноземних підприємців.

У той же час вирішальними факторами інвестиційної привабливості країни стабільність економічної, політичної та соціальної ситуацій, відсутність яких в Україні фактично ліквідує всі попередньо зазначені умови.

Стосовно внутрішніх джерел інвестування слід визнати, що потреби туристичної індустрії в прямих капіталовкладеннях значно перевищують існуючу на вітчизняному фінансовому ринку інвестиційну пропозицію.

Оцінка інвестиційного забезпечення за галузевим принципом передбачає виокремлення сукупності видів діяльності, що забезпечують розвиток туризму, а саме: готелів та ресторанів; транспорту та зв'язку (в т.ч. послуги з організації подорожей); санаторно-курортних закладів; у сфері культури та спорту, відпочинку та розваг; інші види діяльності (виробництво сувенірів, видавнича, фінансова діяльність, оренда машин та устаткування, прокат побутових виробів і предметів особистого вжитку, здавання в оренду власного нерухомого майна тощо).

Україна не здобула серйозних досягнень у забезпеченні національної конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості галузей економіки. Так капітальні інвестиції у туристичні види діяльності, що забезпечують розвиток туризму в Україні свідчать про їх скорочення у 2023 році (в діяльність готелів та ресторанів; транспорту та зв'язку, в т.ч. послуги з

організації подорожей). Позитивні тенденції капітальних інвестицій спостерігалися у 2019-2020 рр. (в діяльність готелів та ресторанів; транспорту та зв'язку) та 2021 р. (в діяльність у сфері культури та спорту, відпочинку та розваг) [61].

Оцінка інвестиційного забезпечення за інноваційним аспектом передбачає оцінку вкладання інвестиційного капіталу в розвиток нових видів туризму, розробку новітніх туристичних маршрутів та способів відпочинку. Так, слід звернути особливу увагу на необхідність інвестицій в розвиток музейного туризму, який у більшості країн розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку музейних установ та як один із засобів збереження та відтворення етнографічної культури народу.

Такі інвестиційні проекти повинні передбачати реконструкцію та облаштування експозицій музеїв, оновлення музейних експонатів тощо.

Стан туристичної галузі визначається соціально-економічними та політичними процесами, що відбуваються в Україні, відтворюючи перебіг реформування суспільного життя. В цілому можна відзначити формування певних тенденцій розвитку туризму в Україні: пожвавлення туристичної активності чергується із спадами, відтворюючи в цих коливаннях не лише стан внутрішнього ринкового середовища, але і світової ринкової кон'юнктури, де імідж України залишається ще невизначеним; спостерігається тенденція перевищення в'їзного потоку над виїзним в структурі міжнародного туризму, яка позначена зростанням потоку іноземних туристів до нашої країни; незважаючи на позитивні зрушення на національному ринку туристичних послуг, слід відмітити мотиваційний і географічний перерозподіл виїзного туризму; у географічній структурі туристичних потоків як з України, так і до України домінуюче значення мають перш за все країни Європейського континенту, Туреччини та Африки (Єгипет).

3.2. Напрями підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних центрів України

Абсолютну перевагу в сфері туризму країна (регіон) може ще більше підсилити інноваційною політикою створення специфічних туристичних продуктів, забезпечення ефективної спеціалізації в міжнародному туризмі, ефективною ціновою політикою в окремі сезони, формування унікального туристичного продукту чи послуги.

Інновації в туристичній сфері охоплюють використання нових технологій в індустрії розваг під час формування нового туристичного продукту й комплексу маркетингу (автоматизовані системи бронювання тощо). Завдяки застосуванню нових методів управління, активному використанню сучасних інформаційних засобів і нових матеріалів інновації істотно знижують ціну туристичного продукту. У практиці поширені кризові інновації та інновації розвитку.

Для туристичного бізнесу доцільно використовувати одночасно обидва види, зокрема кризові інновації – швидкі нововведення для запобігання зникненню з ринку туристичного продукту чи послуги, інновації розвитку – повільні, добре продумані, поетапно впроваджувані для запобігання старінню туристичних продуктів та послуг.

На регіональному рівні інновації в туристичній сфері переважно реалізуються у великих містах, оскільки суб'єкти туристичної діяльності мають більший доступ до інноваційних проєктів, новітніх інформаційних технологій, програмного забезпечення, закладів підвищення кваліфікації та формування інноваційних туристичних продуктів.

Аналіз стану вітчизняного туристичного ринку свідчить про те, що розвиток туризму в Україні перебуває лише на початковій стадії. Збільшення потоків внутрішнього та в'їзного туризму нині уповільнюється через низку негативних факторів, до яких належать:

- недостатній розвиток туристичної інфраструктури;

- не розробленість нормативно-правової бази;
- економічна та політична нестабільність у країні;
- обмеженість асортименту запропонованих послуг;
- відсутність комплексного бачення країни як перспективної туристичної дестинації;
- недосконалість реклами українських туристичних центрів за кордоном.

Зазначені проблеми неможливо вирішити без підтримки держави. Тому на цьому етапі до невідкладних завдань державних органів управління в галузі туризму можна віднести створення ефективних умов для роботи туристичних підприємств, установ та організацій, що, своєю чергою, потребує:

- розроблення і впровадження прогресивних методів і стандартів туристичного обслуговування; розвитку малого та середнього підприємництва в сфері туризму;
- підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини;
- зміцнення матеріально-технічної бази туризму;
- розвитку туристичної інфраструктури;
- вдосконалення інформаційного та рекламного забезпечення туризму;
- упровадження ефективної інноваційної діяльності; поліпшення кадрового забезпечення у сфері туризму;
- розширення міжнародної співпраці в туристичній галузі;
- підвищення іміджу держави на міжнародному рівні.

Усе це має сприяти створенню конкурентоспроможного національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби вітчизняних та іноземних туристів і забезпечити на цій основі комплексний розвиток регіонів України за умови збереження екологічної рівноваги та культурної спадщини.

Динамічний розвиток туризму в Україні неможливий без формування на інноваційних засадах мережі інформаційно-консультативного супроводу інтеграції туризму українсько-польського транскордонного регіону, що передбачає такі заходи:

1) створення взаємопов'язаної мережі туристичних інформаційних центрів у найбільших містах, малих історичних містах та територіях зі значною щільністю розміщення туристичних об'єктів та істотними обсягами потоків туристів;

2) формування мережі тренінго-консультативних центрів на базі навчальних закладів III-IV рівнів акредитації за участю місцевих органів самоврядування для навчання і перекваліфікації власників об'єктів сільського, зеленого та ремісничо-мистецького туризму;

3) локалізація міських туристично-інформаційних центрів на вокзалах, пунктах перетину кордону, у аеропортах для ознайомлення туристів та відвідувачів з туристично-рекреаційним потенціалом, туристичними маршрутами та продуктами;

4) розроблення спільного інформаційного українсько-польського туристичного порталу інформації про туристичні об'єкти, заклади розміщення та харчування, транспортне сполучення, з інтерактивною географічною туристичною картою, контактами туристичних підприємств, гідів, екскурсоводів, провідників, з перехресними посиланнями на сайти партнерських організацій.

Отже, Україна як самостійний суб'єкт міжнародної економічної діяльності залишається недостатньо залученою до міжнародних туристичних процесів, хоча особливості географічного розташування, сприятливий клімат, унікальні природно-рекреаційні ресурси та велика кількість історико-культурних пам'яток створюють можливості для інтенсивного розвитку багатьох видів туризму. Особливо стрімко розвиваються новітні види: екологічний, пригодницький, зелений та діловий туризм. Серед основних факторів, що гальмують розвиток національної туристичної галузі, є

незадовільний стан розвитку інфраструктури та матеріально-технічної бази туризму, високі ціни, екологічні та кримінальні ризики, низька інноваційна активність туристичних підприємств. Передумовою подальшого розвитку вітчизняного туризму, відповідно до тенденцій міжнародного ринку туристичних послуг, є залучення до міжнародної законодавчої та нормативно-правової бази туризму, передових надбань найбільш розвинених туристичних індустрій, впровадження стандартів якості туристичного обслуговування, прогресивних технологій та методів підвищення кваліфікації туристичних кадрів і практики формування організаційно-економічних механізмів ефективного функціонування туристичної індустрії [81, с. 48-51].

Значний туристичний потенціал України та наявність всіх ознак самостійної галузі економіки свідчать про необхідність вироблення чіткої інвестиційної політики в сфері і впровадження дієвих механізмів її реалізації на міжнародному, регіональному та національному рівнях.

Стратегічними цілями інвестиційної політики в галузі туризму повинні бути:

1. створення спеціальних програм розвитку музейного туризму;
2. створення законодавчої бази та забезпечення гарантій інвестиціям музейного туризму, як іноземним, так і внутрішнім;
3. формування сприятливого іміджу країни, її туристичних регіонів;
4. створення сприятливого інвестиційного клімату;
5. стимулювання припливу капітальних вкладень у реконструкцію і будівництво сучасних туристичних комплексів, санаторіїв, готелів, відповідних до міжнародних вимог і стандартів;
6. розробка нових турів, які повинні враховувати етнокультурні, геополітичні, екологічні чинники туристичної місцевості.

Спеціальні музейні програми є самобутньою унікальною системою роботи з відвідувачами (туристами) в музеї, що з'явилася в останні десятиліття минулого століття.

Спеціальні музейні програми – це одна з форм комплексної презентації колекцій музею, органічно входить в сучасну ментальність і включає естетичний, комунікативний і фандрейзинговий аспекти. Спеціальні програми мають ексклюзивний характер, і не тільки не бувають масовими, але і коригуються для кожної конкретної групи туристів (відвідувачів музею). Співробітники музею (наукові працівники, менеджери, маркетологи, соціологи, психологи, представники турбізнесу), створюючи такі програми, спираються на правову базу можливостей просування такого туристичного продукту в некомерційній організації [69, с. 53].

Особливість спеціальних музейних програм розкривається в принципово інший, у порівнянні з традиційними освітніми програмами цільової установки, що складається з декількох взаємопов'язаних позицій:

1) розробка сучасного методологічного підходу до колекції музею, що дасть можливість показати її в новому, часто несподіваному ракурсі.

2) об'єднання в програмі різного матеріалу, що належить до декількох сфер діяльності, що дозволяє відобразити синтетичний характер творчих пошуків сучасності.

3) осягнення колекції музею в її відносинах до сучасної культури.

Спеціальна програма може розроблятися на стику різних гуманітарних галузей, що збільшує її діапазон і примножує можливості порівняно з академічними формами освітньої та просвітницької діяльності.

За структурою спеціальна програма складається з трьох частин і включає: знайомство з історичними будівлями та колекцією музею у світлі поставленої в даній програмі завдання; здійснення основного завдання програми; рекламну акцію [68, с. 42].

Зміст спеціальних програм відображає ті позиції і функції, які відрізняють сучасну творчу діяльність в цілому. Це, насамперед, широка інтеграція, вростання художніх, історичних образів, методів і технологій у різні форми людської практики, серед яких медицина, дипломатія і т. п., що вже визначає синтетичність змісту таких програм.

Спеціальні програми можуть вирішувати різні завдання і враховувати соціальну диференціацію адресата, що виражається в розробці і створенні:

- 1) інтернаціональних програм для любителів мистецтва і професіоналів;
- 2) спеціальних програм для різних вікових категорій відвідувачів;
- 3) спеціальних циклів для представників різних соціальних груп.

Формування інвестиційної політики підприємства здійснюється у сфері взаємних інтересів як самого підприємства, так і його потенційних інвесторів.

Можливість залучення інвестицій залежить від розуміння та врахування інтересів партнерів, від можливості бачити об'єкт інвестування з позиції інвестора та оцінити його інвестиційну привабливість.

Туристичний центр також зацікавлений в підвищенні рівня інвестиційної привабливості. Кожен його суб'єкт господарювання прагне розвивати своє виробництво, підвищувати конкурентоспроможність продукції та підприємства в цілому.

Інвестиційна політика туристичного центру в межах даних йому законодавством повноважень повинна будуватися на таких принципах (рис. 3.2.):

- доброзичливості у взаєминах з інвестором;
- збалансованості публічних і приватних інтересів;
- відкритості і доступності інформації для всіх інвесторів;
- чіткості і простоти інвестиційного процесу;
- рівноправності інвесторів і уніфікованості публічних процедур;
- об'єктивності ухвалених економічних рішень;
- взаємної відповідальності керівництва підприємства й інвесторів.



Рис. 3.2. Головні принципи формування інвестиційної політики туристичного центру*

**Джерело: складено автором на основі аналізу [72] та власних уможовлювань.*

Дотримання даних принципів формування інвестиційної політики туристичного центру дасть змогу підвищити свою інвестиційну привабливість і здійснити комплекс перетворень для підвищення своєї бюджетної ефективності.

Цілеспрямований вплив регіональної влади на умови, що підвищують надійність і ефективність інвестицій, забезпечення прозорості діяльності на всіх рівнях, протекціонізм стосовно ефективних інвесторів - усе це і буде тим самим управлінням інвестиційною привабливістю туристичного центру, що характеризується високою швидкістю обороту капіталу, може стати провідною галуззю економіки регіону. Принаймні, на цьому шляху будуть створені всі необхідні умови.

Результати проведеного дослідження дають змогу зробити висновок щодо необхідності розробки єдиної механізми забезпечення інвестиційної привабливості підприємств, зокрема туристичних центрів.

3.3. Розробка механізму забезпечення інвестиційної привабливості туристичних центрів у музейному туризмі

Формування стратегії щодо розробки механізму забезпечення інвестиційної привабливості туристичного центру потрібно розглядати, насамперед, як стратегію забезпечення його ресурсної бази для реалізації одного з конкретних варіантів розвитку.

Як нами зазначалося у другому розділі роботи, туристичний центр, варто розглядати як підприємство. Тому, складність формування інвестиційної привабливості туристичного центру полягає в тому, що її вибір пов'язаний з пошуком оптимального варіанта альтернативних проектів підприємницької діяльності та інноваційних рішень, які відповідають меті діяльності центру і перспективам його інвестиційного розвитку. В цих умовах інвестиційна стратегія не є незмінною, а потребує перегляду та уточнення з врахуванням як змін внутрішнього і зовнішнього середовища туристичного центру, так і того, що інвестиції завжди мають елементи невизначеності та ризику.

Для залучення інвестиційних ресурсів туристичний центр виходить на позиковий ринок капіталів, на якому відбувається кругообіг пропонованих до розміщення ресурсів.

Оскільки обсяг пропонованих ресурсів істотно менше, ніж обсяг попиту на них, неминуче виникає конкурентна боротьба за найбільш дешеві інвестиційні ресурси. Потенційні вкладники порівнюють потенційні об'єкти вкладення коштів, вивчають їхню інвестиційну привабливість.

Звідси, інвестиційну привабливість туристичного центру, як різновиду підприємства, можна трактувати як сукупність характеристик, що дозволяє інвесторові оцінити, наскільки те чи інше підприємство інвестиційно привабливіше за інших. У результаті виникає завдання поліпшення інвестиційної привабливості підприємства як в короткостроковому, так і в довгостроковому періоді. У зв'язку з цим, керівництву підприємства

необхідно сформувати кредитну стратегію, основним завданням якої стала б оптимізація показників інвестиційної привабливості.

Інвестиційна стратегія підприємства розробляється відповідно до цілей його функціонування. Залучення інвестиційних ресурсів можливе лише за умов забезпечення належного рівня інвестиційної привабливості підприємства. Звідси розробка та впровадження інвестиційної стратегії на підприємстві є, по-перше, напрямом забезпечення його інвестиційної привабливості, по-друге, одним із основних способів досягнення мети підприємства.

Механізм забезпечення інвестиційної привабливості туристичного центру як підприємства стає невід'ємною частиною його стратегічного розвитку, під яким розуміється обрана модель довгострокових дій підприємства, що необхідно реалізувати для досягнення поставлених перед ним цілей.

У загальному виді інвестиційна стратегія реалізується у розробці плану та програми його здійснення на даному етапі розвитку туристичного центру, який формується з урахуванням існуючих джерел та форм інвестування, їхньої доступності і потенційної ефективності використання.

Оптимальна інвестиційна стратегія має відповідати критеріям (рис. 3.3.).

Інвестиційну привабливість туристичного центру неможливо розглядати окремо від такої важливої її складової як інвестиційний клімат країни, у якому він функціонує. Інвестиційний клімат являє собою комплекс об'єктивних умов здійснення інвестицій, виходячи з економічного та політичного розвитку країни. Саме позитивний інвестиційний клімат країни, регіону чи підприємства відіграє значну роль у формуванні інвестиційної привабливості.

Характер інвестиційного клімату залежить від дії комплексу взаємопов'язаних чинників: стабільності законодавства, ефективності інвестиційної політики держави щодо розвитку національної економіки

країни, регіонів та суб'єктів господарювання, наявності системи управління інвестиціями.

Клімат як економічна категорія має дві характеристики [24]: ризик і потенціал. Ранжування країн світової спільноти за індексом інвестиційного клімату або індексу ризику виступає узагальнюючим показником інвестиційної привабливості країни.

Інвестиційний клімат країни нерозривно пов'язаний та прямо впливає на інвестиційний імідж туристичного центру, який стає комплексним відображенням різних аспектів інвестиційного клімату країни на послугах туристичного центру як підприємства з точки зору інвесторів.

На нашу думку, саме клімат в країні та внутрішні процеси, які протікають всередині країни формують інвестиційний імідж туристичного центру, адже, якщо клімат в країні несприятливий, то уявити в цих умовах високий рівень інвестиційного іміджу туристичного центру, важко. Інвестиції в імідж без покращення інвестиційного клімату країни не забезпечать ефективних результатів.

Від того, наскільки сприятливим є інвестиційний клімат країни залежить і рівень інвестиційної привабливості туристичного центру, а також в значній мірі залежать пільги, рішення та умови, на яких залучатиметься капітал іноземних інвесторів.

На рівні підприємства інвестиційна привабливість туристичного центру виступає у вигляді максимізації можливого отримання прибутку від вкладання коштів та мінімізації ризику. Під час прийняття рішення про вкладання коштів у конкретний проект або напрям діяльності туристичного центру як підприємства, оцінюють фінансово-майновий стан, техніко-економічні показники діяльності, приналежність до певної стадії життєвого циклу тощо.

Розробка інвестиційної стратегії покликана забезпечити:

– безперебійну інвестиційну діяльність у передбачених обсягах;

- найбільш ефективне використання власних і особливо позикових інвестиційних коштів;
- фінансову стійкість підприємства у довгостроковій перспективі [46, с. 180].

Отже, інвестиційну стратегію туристичного центру можна трактувати як єдину високоінтегровану систему, що складається з багатьох організаційно-економічних аспектів, нерозривно пов'язаних між собою для забезпечення його інвестиційної привабливості.

Тому можна стверджувати, що інвестиційна привабливість туристичного центру – це сукупність показників господарської діяльності, які характеризують його фінансовий стан, стратегію розвитку, інноваційну спроможність, виділяють його місце серед інших суб'єктів певного рівня і виду діяльності, і обґрунтовують доцільність вкладання коштів інвестором з метою одержання прибутку або досягнення іншого позитивного ефекту.

На основі дослідження напрямів підвищення ефективності діяльності туристичного центру можна сформулювати механізм забезпечення його інвестиційної привабливості

Отже, на основі проведеного дослідження, можемо стверджувати, що інвестиційна діяльність туристичного центру не зводиться лише до фінансування його поточних інвестиційних потреб. У сучасних умовах вагомим чинником забезпечення інвестиційної привабливості туристичного центру є формування сприятливого інвестиційного іміджу. Розробка й реалізація інвестиційної стратегії, як довгострокового плану дій щодо мобілізації інвестиційних ресурсів може стати ефективним інструментом такого забезпечення.

Інвестиційна привабливість туристичного центру має східчасту структуру, сформовану з декількох ієрархічних рівнів: інвестиційного клімату країни, регіону та галузі, у яких функціонує центр. Отже, туристичні центри, які об'єктивно оцінюють власні можливості за основними чинниками інвестиційної привабливості всіх ієрархічних рівнів її формування, мають

змогу використати потенційні можливості розвитку інвестиційної діяльності і не лише зберегти свої конкурентні позиції на ринку, але й значно зміцнити свій економічний потенціал.

Щодо вибору потенційного інвестора, то керівництво туристичного центру повинно прагнути, щоб інвестор був зацікавлений в стабільному функціонуванні центру і був здатен вкласти кошти в його розвиток, усвідомлюючи, що певна частина прибутку буде використовуватися на інноваційну діяльність і соціальні потреби, що в майбутньому призведе до збільшення обсягів і підвищення рентабельності діяльності з усіма вигодами, що випливають з цього.

Цілеспрямований вплив регіональної влади на умови, що підвищують надійність і ефективність інвестицій, забезпечення прозорості діяльності на всіх рівнях, протекціонізм стосовно ефективних інвесторів – усе це і буде тим самим управлінням інвестиційною привабливістю реального сектора економіки регіону, і туризм, що характеризується високою швидкістю обороту капіталу, може стати провідною галуззю економіки регіону. Принаймні, на цьому шляху будуть створені всі необхідні умови.

Будь-який інвестор, насамперед, зацікавлений у надійності й ефективності власних вкладень. Тому, механізм забезпечення інвестиційної привабливості, побудований на врахуванні цих об'єктивних інтересів, буде працювати на будь-якому рівні й будь-де. І справа не в тому, щоб лише догоджати інвесторам: управління інвестиційною привабливістю тотожне керуванню розвитком регіону, тобто, крім інтересів інвесторів, важливо враховувати інтереси суспільства. А збіг інтересів суспільства з інтересами інвесторів виводить завдання управління інвестиційною привабливістю туристичного центру з розряду часткових у розряд суспільно важливих.

ВИСНОВКИ

У роботі здійснено узагальнення теоретико-методичних засад формування інвестиційної привабливості туристичних центрів в Україні та запропоновано інноваційні напрями удосконалення механізму забезпечення їх інвестиційної привабливості. Відповідно до мети дослідження було досліджено тенденції розвитку інфраструктури туризму та визначено фактори формування інвестиційної привабливості туристичних центрів України, а також проведено оцінку інвестиційного розвитку туристичних центрів на прикладі Національного музею народної архітектури та побуту України. Здійснене дослідження дозволяє зробити відповідні висновки:

1. Головна мета, що визначає зміст існування і функціонування туристичного центру, полягає в наданні реальних туристичних послуг при одночасному забезпеченні фінансової стійкості, відповідного рівня динаміки й позитивних фінансових результатів. В науковій літературі можна знайти трактування туристичного центру: організація, що займається створенням та збутом туристичних послуг споживачам. Отже, можна віднести музейні установи до складу підприємств туристичної галузі. На сучасному етапі розвитку музейної справи в Україні є необхідність у створенні музеїв нового типу. Зразком таких музеїв є історико-анімаційні скансени, які б репрезентували світові понад п'яти тисячолітню історико-культурну спадщину нашої країни.

2. Розвиток туристичної сфери сприяє не лише підвищенню конкурентоздатності України на світовому ринку туристичних послуг, але й забезпечує надходження додаткових коштів до бюджетів різних рівнів. Україна має величезний туристичний потенціал, проте це не достатньо впливає на залучення інвестицій у розвиток туристичної сфери. Саме тому досить актуальним є питання дослідження інвестиційної привабливості регіонів України та залучення інвестицій у туристичну сферу.

Необхідність активізації інвестиційного процесу в галузі туризму зумовлюється також існуванням залежності між розвитком туризму і

темпами процесу іноземного інвестування: чим більше іноземців прибуває в Україну з туристичними цілями, тим більше країна має можливостей залучити іноземні інвестиції. Ситуація ускладнюється низьким іміджем України на світовому інвестиційному ринку та воєнними діями в Україні. У всіх рейтингах вона посідає останні місця за привабливістю інвестиційного клімату і перші – за ризиками інвестування. Для забезпечення ефективної діяльності туристичної сфери України необхідні кошти, а державних видатків не завжди вистачає для підтримки та розвитку туристичної галузі. Тому важливим питанням є залучення інвестицій та збільшення інвестиційної привабливості туристичної сфери. Можливості впливу держави на інвестиційну привабливість туристичної галузі залежать від її здатності забезпечити баланс між врахуванням специфіки об'єкта інвестування та позитивною оцінкою регіону з позицій інвестиційної привабливості, тобто врахування взаємозв'язку, взаємозалежності і взаємопроникнення інвестиційної та інноваційної привабливості об'єктів різних рівнів.

3. Проведений аналіз діяльності музеїв дав змогу стверджувати, що скансени – це новий напрямок музейного туризму, який знаходиться на етапі свого становлення, це унікальні соціально-культурні комплекси, спрямовані на реалізацію рекреаційного, розвиваючого, естетичного потенціалу дозвілля, на формування духовної особистості, зміцнення сімейних цінностей і традицій. Найбільш репрезентативним щодо відображення регіональних типів традиційного природокористування населення історико-етнографічних земель України є Національний музей народної архітектури та побуту України у с. Пирогів, який веде активну культурно-дозвілєву (обрядові події та свята календарного циклу, тематичні кулінарні заходи та видовища, фольклорно-етнографічні та музично-розважальні програми, фестивалі, майстер-класи) та науково-організаційну роботу (експедиції, конференції, семінари). Тому є привабливим об'єктом для інвестицій та фінансових капіталовкладень як з боку держави так і іноземних інвесторів.

4. Оцінка інвестиційного забезпечення за об'єктами інвестування передбачає визначення суми інвестицій в придбання та поліпшення

предметів майнового потенціалу туризму, або де саме були використані інвестиційні кошти. Одним із важливих умов розвитку туризму є створення умов для залучення іноземних і вітчизняних інвестиційних та кредитних коштів у розвиток матеріально-технічної бази туристичної галузі. Результати проведеного аналізу інвестиційної привабливості туристичної галузі в цілому не вказують на високий рівень цього показника. Можна констатувати баланс позитивних і негативних чинників впливу. Враховуючи важливість туристичної галузі для національної економіки, необхідно розробити комплексні заходи, які б усували негативні чинники та підвищували привабливість туризму для вітчизняних і зарубіжних інвесторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про підприємства в Україні». Відомості Верховної ради України. 1992. №24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/887-12#Text> (дата звернення: 18.11.2024).
2. Закон України «Про туризм». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2004, N13, ст.180. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 18.11.2024).
3. Закон України «Про музеї та музейну справу». Відомості Верховної Ради України (ВВР), №249/95-ВР від 29.06.1995 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 18.11.2024).
4. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо спрощення умов провадження господарської діяльності в період воєнного (надзвичайного) стану в Україні» № 1282-IV від 18.04.2024 р. Відомості Верховної Ради. Офіц. вид. К. : Парлам. вид-во, 2024. № 13. 180 с.
5. Агафонова Л.Г., Каролоп О.В. Визначення показників і критеріїв конкурентоспроможності туристичних послуг. *Вісник Київського державного торговельно-економічного університету*. 2020. № 1. С.75-82.
6. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є., Коляда К.П. Напрями вдосконалення механізму управління вартістю туристичних послуг. *Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України*. 2022. № 3. С.51-57.
7. Аналіз динаміки та головні тенденції розвитку туризму. Державне агентство розвитку туризму *Офіційний сайт*. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (дата звернення: 18.11.2024).
8. Андраш О.А. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств туристичної галузі. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. 2023. С. 3-12.

9. Антонов А.Л. Державне регулювання використання природно-ресурсного потенціалу розвитку курортно-оздоровчих територій. *Економіка та держава*. 2021. №11. С. 84-86.

10. Артюхова І.В. Стратегія розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу. *Національна економіка*. 2018. № 24. С.107-109.

11. Афанасьєв О.Є. Скансени України як репрезентанти регіональних типів природокористування. *Географія та туризм*. 2022. Вип. 15. С. 111-119.

12. Батура О.В., Комарова К.В. Іноземні інвестиції в системі становлення ринкової економіки України: моногр. Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2022. 179 с.

13. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: моногр. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2021. 395 с.

14. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії. 3-вид. переробл. і доп. К: «Палітра», 2017. 130с.

15. Бережна О.О. Організаційні та економічні засади розвитку рекреаційно-оздоровчих комплексів середніх міст України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.05. Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України. Одеса, 2008. 19 с.

16. Бережна О.О. Шляхи інвестування діяльності та залучення природно-ресурсного потенціалу рекреаційно-оздоровчих комплексів. *Економіка та держава*. 2019. №7. С. 34-36.

17. Белофастова Т.Ю. Актуальні питання культурно-дозвілєвої діяльності музеїв як соціокультурних інститутів. *Сучасні проблеми дозвілєвої діяльності*. 2017. Вип. 1. С. 162-166.

18. Белофастова Т.Ю. Особливості реалізації соціальних технологій в музейному середовищі. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії і практики: Міжвузівський збірник наукових праць. 2020. Вип. 8. С. 26-35.

19. Божук Т.І. Поняття, функції та завдання релігійного туризму. *Вісник львів. ун-ту*. Сер.: Географія, 2020. № 38. С. 37-44.

20. Борисенко З.М. Основи конкурентної політики К.: Знання, 2019. 697с.
21. Бочелюк В.Й. Бочелюк В.В. Дозвіллезнавство : навч. посібн. К.: Центр навчальної літератури, 2018. 208 с.
22. Бриль К.Г. Визначення складових механізму підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості туристичних центрів. *Агросвіт*. 2023. № 24. С.66-71.
23. Бриль К.Г. Основні напрями розвитку туристичної галузі в Поліському регіоні. *Сіверянський літопис*. 2018. №5. С.201-205.
24. Вакалюк В.А. Інноваційно-інвестиційна привабливість регіону. *Вісник ЖДТУ. Економічні науки*. 2020. №4. С.224-226.
25. Веклич О.О. Формування економічного механізму сталого розвитку України. Теоретико-концептуальні засади. *Вісник НАН України*. 2021. №2. С.3-16.
26. Гаєвська Є.Є. Сутність маркетингу туристичних підприємств і етапи його розвитку. *Вісник ДІТБ*. 2017. № 11. С.230-239.
27. Гайдучкий П.І. Іноземні інвестиції в Україні: монографія. К. : УкрІНТЕІ, 2022. 248 с.
28. Гайдук А.Б. Фактори формування та розвитку туристичної системи в ринкових умовах. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Л.: Політехніка, 2019. С. 153-160.
29. Горізонтова О.В. Об'єктивна необхідність інноваційного розвитку підприємств у сучасних умовах. Забезпечення ресурсами малого і середнього бізнесу в Україні: матеріали міжвузів. наук.-практ. конф. Херсон, 21-22 березня 2021 р. Херсон: Херсонський економічно-правовий інститут, 2021. 329 с.
30. Гринькевич О.С. Біль М.М. Удосконалення оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту регіону. *Регіональна економіка*. 2019. №4. С.40-46.

31. Гудченко З.С. Музеї народної архітектури України. К.: Будівельник, 2021. 120 с.
32. Данилюк А. Музеї просто неба або скансени у світі і в Україні. *Краєзнавство. Географія. Туризм*. 2023. №7 (444). С. 20-23.
33. Данилюк А. Українські скансени. Історія виникнення, експозиції, проблеми розвитку. Тернопіль: Навчальна книга, 2023. 104 с.
34. Димеденко І.В. Методичні підходи до аналізу ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу. *Вісник ДІТБ*. 2019. №13. С.41-46.
35. Длугопольський О. Кластерна модель розвитку промислового виробництва як фактор ефективних структурних реформ. *Економічний часопис – XXI*. 2018. №2. С.1-8.
36. Дмитренко В.В. Державне регулювання регіонального рекреаційно-туристичного комплексу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр.: спец. 25.00.02. Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2018. 20с.
37. Дмитрук О.В., Мостенська Т.Л. Механізм впровадження процесної системи управління рекреаційними підприємствами. *Економіка та управління*. 2019. №4. С.71-78.
38. Дорофеєва О.В. Економічні і організаційні важелі регуляторної політики розвитку туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.02.03. Тернопільська академія народного господарства. Тернопіль, 2022. 19 с.
39. Дубовик О. В. Управління маркетинговими дослідженнями у процесі формування конкурентних переваг. Львів: ЛБІ НБУ, 2020. 230 с.
40. Дуткіна О.П. Релігійне паломництво як перспективний вид туризму. *Туристичні ресурси України. Туристичний щорічник*. К.: ІТФПУ, 2017. С. 112-116.
41. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. К.: ЦНД, 2017. 223 с.

42. Дядечко Л.П., Градінарова О.О. Розвиток туристичних підприємств на основі внутрішніх джерел інвестування. *Вісник ДІТБ*. 2018. №8. С.49-55.
43. Етнографія України. За ред. С.А. Макарича. Л.: Світ, 2020. 520 с.
44. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму (методологія формування, механізм реалізації). Чернівці, «Прут» 2020. 288с.
45. Зорін Г.Г. Особливості управлінського обліку. Забезпечення ресурсами малого і середнього бізнесу в Україні: матеріали міжвузів. наук.-практ. конф., Херсон, 21-22 березня 2024 р. Херсон: Херсонський економічно-правовий інститут, 2024. 329 с.
46. Ізюмська В. Оцінка інноваційно-інвестиційного клімату в регіоні. *Економічний аналіз*. 2020. № 7. С. 179-181.
47. Ілляшенко С.М. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: моногр. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 615 с.
48. Іляш О.І. Клепцова Б.Ю., Чергава К.Ю. Інвестиційно-інноваційна активність малих підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2019. Вип. 19. С. 139-142.
49. Ільїна О.В. Туризм. Рекреаційна географія: поняття і терміни. Луцьк: Терен, 2017. 104 с.
50. Каднічанський Д. Скансени України. *Краєзнавство. Географія. Туризм*. 2022. №16(645). С.3-8.
51. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2019. 300 с.
52. Клименко А.В. Стан та розвиток ресторанного господарства на локальному рівні. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. інт.-конф., 30 жовтня 2023 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2023. С. 342-343.
53. Клименко А.В. Збереження культурної спадщини: як туризм допомагає відновленню туристичних об'єктів. Програма студентської наукової конференції, приуроченої 160-річчю від дня народження видатного

науковця у галузі біологічних наук, професора Й.К. Пачоського, 25 квітня 2024 р., УНУС. Умань: УНУС, 2023. С. 10.

54. Клименко А.В. Сільський зелений туризм як вид зайнятості сільського населення. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 28-29 жовтня 2021 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2021. С.133-135.

55. Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О, Пархоменко О.Г., Андрєєва Г.П. Інноваційні стратегії розвитку туристично-рекреаційної сфери України. Формування інноваційної моделі розвитку національної економіки України: монографія: у 2-х ч. За заг. ред. д.е.н., професора Каленюк І.С. Чернігів: ЧДІЕіУ. 2019. 592 с.

56. Лушкін В.А. Інвестиції та економічний розвиток. Житомир: ПП «Степанов І.В.». 2022. 256 с.

57. Любіцева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. Туристичні ресурси України: навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2019. 369 с.

58. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. К.: Альтпрес, 2019. 435 с.

59. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч. посіб. 2-ге вид. доп. К. : Знання. 2019. 343 с.

60. Олофінський О.О. Малий бізнес як сучасний механізм розв'язання соціально-економічних проблем в Україні. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2021. № 2 (117). С.22-27.

61. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 18.11.2024).

62. Офіційний сайт Національного музею народної архітектури та побуту України. URL: <https://www.pyrohiv.com/> (дата звернення: 18.11.2024).

63. Пінчук О.Є. Сучасні технології організації сімейного дозвілля в музеях просто неба. Педагогічні та рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля: матеріали міжн. наук. конф. К.: Київ. нац. університет культури і мистецтв. 2024. 239 с.

64. Регіональна екологія і природні ресурси: підручник. За ред. Адаменко О.М., Приходько М.М. Івано-Франківськ: Вид. «Талія». 2019. 380 с.
65. Розвиток туризму в Україні. Проблеми і перспективи: Збірник наукових статей. К.: ІВЦ «Словянський діалог». 2020. 224 с.
66. Руденко В.П. Географія природно-ресурсного потенціалу України. Л.: Каменяр. 2022. 250 с.
67. Руденко В.П. Природно-ресурсний потенціал України. К.: Либідь. 2021. 150 с.
68. Рутинський М.Й. Музеєзнавство. К.: Знання, 2023. 428 с.
69. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посібник. К.: Альтерпрес. 2019. 256 с.
70. Стафійчук В.І. Рекреація: навч. посіб. 4-е вид. К.: Альтерпрес. 2022. 264 с.
71. Стеченко Д.М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика. К.: Вікар, 2022. 374 с.
72. Федоренко В.Г., Захожай В.Б., Чувардинський В.Г. Страховий та інвестиційний менеджмент. К.: МАУП, 2021. 344 с.
73. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: навч. посібник. К.: Вища школа. 2019. 195 с.
74. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури. 2021. 312 с.
75. Цибух В. Туризм в Україні: проблеми та перспективи. *Економіст*. 2022. № 6. С. 34-35.
76. Черчик Л.М. Методичні підходи до визначення оптимальних режимів використання природних рекреаційних ресурсів. *Регіональна економіка*. 2019. №4. С. 107-117.
77. Черчик Л.М. Оцінка сучасного стану та перспектив розвитку рекреаційного природокористування в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2020. № 6(84). С. 180-186.

78. Шаблій О.О., Шаблій З.В. Нові підходи до категорії «рекреаційний потенціал». *Проблеми регіональної політики*. 2023. С.101-109.

79. Шаптала О.Г. Державне управління сферою рекреаційного обслуговування в Україні: стан, шляхи формування, проблеми і перспективи розвитку. *Вісник Національної академії державного управління*. 2022. № 4. С.481-488.

80. Якубовський В.І. Музеєзнавство: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. І. Огієнка. Вид. доп. та перероб. Кам'янець-Подільський: ПП Мошак М.І. 2020. 352 с

81. Яхно Т.П., Зіник С.П. Пріоритетні напрями розвитку туристичних послуг в Україні. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2021. Вип. 21.6. С.45-51.

82. Compendium of Tourism Statistics. Methodological publications. WTO. Madrid, Spain, 2023. 243 p.

83. Dwyer L. International Handbook on the Economics of Tourism. Publisher: Edward Elgar Publishing. 2021. 495 p.

84. Hetman W., Zinko J. Turystyka w parkach narodowych Ukrainy. Użytkowanie turystyczne parków narodowych. Ojczyw. 2022. 455 s.

85. Makens J.C. Marketing for Hospitality and Tourism. Publisher: Prentice Hall; Inc. Category: Business. 4th edition. 2021. 220 p.