

Abstract.

Gatsko A.F., Sahachko Yu.N., Sklyar D.A. Formation of a small town development strategy.

The article reveals the need to develop a strategy for the region from the position of the center, which is impossible without taking into account the specifics of the functioning of individual urban communities, which actually act as local foci, ensuring the gradual implementation of the strategy through hierarchical construction. It is justified that the priority directions of the implementation of the development strategy of the city of Merefa for each component of the strategy, namely: for the social - the formation of a system for providing the population with high-quality medical care on the principles of family medicine; for the economic – improving the efficiency of existing enterprises; for the development of housing and communal services – the formation of a system for the provision of high-quality housing and communal services to the population; for environmental – atmospheric air (organization of the city's landscaping process for communication – improvement of management in the local government of Merefa. It was also established that the most important result of implementing the strategy for Merefa will be its positioning as an attractive investment city with developed infrastructure and favorable conditions for business development, territories with a high quality of life and comfortable living conditions for citizens.

Key words: *small town, socio-economic development, local government, SWOT analysis, strategy, housing and communal services, social component.*

УДК 338.431:631

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

**ОМЕЛЬЧЕНКО Г.Ю., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Конкурентоспроможність – це інтегрована властивість економічної системи, яка визначає реалізацію мети та досягнення результатів функціонування, необхідних і достатніх для активного позиціонування системи на конкурентному ринковому просторі [5-7]. Формування конкурентоспроможного продукту є можливим лише за умови формування відповідної матеріальної бази для запровадження його виробничого циклу. В галузі туризму основним продуктом є надання туристичних послуг, однак операційний цикл в туристичній галузі має свої особливості, зокрема, в частині фінансового забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Виходячи з наявного ресурсного потенціалу та реальних потреб регіону, створення

інвестиційної привабливості туристичного ринку Харківської області дозволить поєднати два пріоритетні галузі регіону – органічне виробництво та туризм.

В Україні розроблена концепція державної програми розвитку органічного виробництва. Метою Програми є:

- забезпечення сталого розвитку аграрного сектору України шляхом розвитку та підтримки органічного виробництва як одного з пріоритетних напрямків реалізації державної сільськогосподарської політики, спрямованої на збереження та покращення родючості ґрунтів;

- забезпечення конкурентоспроможності української продукції в умовах інтеграції України у світовий економічний простір;

- зміцнення здоров'я нації шляхом забезпечення населення якісною та безпечною сертифікованою органічною їжею;

- охорона навколишнього середовища;

- створення належних умов для розвитку сільської місцевості.

Органічне сільське господарство має великий потенціал для покращення економічної, соціальної та екологічної ситуації в країні. Це сприяє інтегрованому розвитку сільської місцевості та покращенню здоров'я населення.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в окресленні факторів формування, стратегій розвитку та можливого інструментарію забезпечення інвестиційної привабливості регіону з урахуванням особливостей галузі туризму та органічного виробництва агропродовольчої продукції, як базових напрямів для інвестування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Запровадження туристичного бізнесу вимагає значних фінансових інвестицій, що має забезпечуватись інвестиціями [13, 15]. Інвестиційна привабливість підприємств галузі туризму формується через надання «особливого товару». Останнє є результатом функціонування в сучасних конкурентних умовах туристичного ринку.

Продовольча безпека та продовольча безпека населення є одними з основних проблем, як соціального, так і економічного розвитку, на національному та глобальному рівнях. Ефективне функціонування сільськогосподарських підприємств на основі раціонального використання природних ресурсів є основою для вирішення цієї проблеми. у зв'язку з цим останнім часом все більшого значення набуває розвиток виробництва органічної їжі. Його принципи спрямовані на збереження та відновлення довкілля, підвищення якості їжі, поліпшення здоров'я та умов життя.

В Україні є всі передумови розвитку органічного виробництва - сприятливі природні та кліматичні умови, родючі ґрунти, низький рівень мінеральних добрив та засобів захисту рослин, значний ринок потенційних споживачів та позитивний досвід вітчизняних підприємств. Розвиток органічного руху в Україні здійснюють Федерація органічного руху України, Асоціація «Чиста флора», Міжнародна громадська асоціація учасників біопродукції «BIO-Lan Україна», Клуб органічного землеробства та інші. Однак органічне виробництво в Україні розвивається досить повільними темпами.

Органічне виробництво допомагає створити екологічну рівновагу через розвиток сільськогосподарських систем та підтримку біологічного аграрного різноманіття. В останнє десятиліття ми можемо спостерігати тенденцію насичення внутрішнього ринку українською органічною продукцією через переробку власної органічної сировини. Наприклад, можна знайти українські молочні та м'ясні продукти, рис, гречку, борошно, мед, соки, соняшникову олію, лікарські трави та чаї [4, 10].

Запорукою ефективного органічного землеробства та органічного виробництва є визначення придатності земель для виробництва органічної сільськогосподарської продукції. Їх оцінку проводить орган із сертифікації відповідно до висновку відповідних наукових установ, науково-дослідних інститутів, лабораторій якості та безпеки відповідно до закону «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини».

Типовими відмінностями у виробництві органічної продукції є повна відмова під час такого виробництва від використання синтетичних мінеральних добрив, консервантів, штучних барвників, стимуляторів росту, хімічних засобів, гормонів, антибіотиків, ароматизаторів, стабілізаторів, підсилювачів смаку та іншого. Забороняється також використання ГМО, похідних ГМО та продуктів, виготовлених з ГМО, продуктів харчування, кормів, технологічних добавок, поліпшувачів ґрунту, насіння, рослинного походження посадкового матеріалу, мікроорганізмів та тварин тощо. Використання іонізуючого випромінювання для обробки органічних кормів або кормів заборонено.

Гідропонічне виробництво в органічному виробництві також заборонено. Лише в деяких випадках за згодою центрального органу виконавчої влади можливо використовувати традиційну продукцію при виробництві органічної продукції (продукція, виготовлена використанням звичайних методів виробництва, де будь-які хімічні

засоби, синтетичні мінеральні добрива, консерванти, штучні барвники, стимулятори росту, гормони, антибіотики, ароматизатори, стабілізатори, підсилювачі смаку та ін.) та засоби захисту рослин, добрива та поліпшувачі ґрунту, неорганічні кормові матеріали слинні, тваринного та мінерального походження, кормові або технологічні добавки, продукти для очищення та дезінфекції ставків, кліток, споруди та установки для виробництва тваринництва та рослинної продукції, включаючи приміщення для зберігання такої продукції. У таких випадках сертифікат видається лише за умови, що принаймні 90 % інгредієнтів переробленої сільськогосподарської продукції є технічно органічними.

Перевагами органічного виробництва є збереження природного середовища у процесі виробництва, поліпшення структури ґрунту, що сприяє його родючості. Органічні продукти містять більше поживних речовин, мінералів та вітамінів, зводячи до мінімуму хімічні речовини. Крім того, органічне виробництво має ряд екологічних та економічних переваг, оскільки забезпечення населення якісною та безпечною органічною їжею сприяє покращенню здоров'я нації та посиленню продовольчої безпеки держави. Методи органічного землеробства допомагають заощадити ресурси та знизити енергоємність сільськогосподарського виробництва, тим самим підвищуючи конкурентоспроможність виробників на міжнародному та внутрішньому ринках. Значний попит на органічну продукцію дає змогу підприємствам продавати свою продукцію за вищою ціною та збільшувати власні доходи.

Органічні продукти характеризуються натуральністю та продовольчою безпекою. Однак його вирощування має певні особливості, більшість з яких є негативними для країни сьогодні, але в той же час ці особливості дають переваги виробникам.

Незважаючи на прогрес, досягнутий у розвитку органічного виробництва в Україні, експерти вказують на низку факторів, які перешкоджають реалізації великого потенціалу України в цьому сегменті сільськогосподарського сектору. Це недосконалість діючої нормативної бази щодо органічного виробництва; відсутність ефективної системи державного нагляду (контролю) з боку держави за виробництвом та якістю продукції, що спричиняє недобросовісну конкуренцію серед виробників, підприємств роздрібною торгівлі та призводить до шахрайства (псевдоорганічної продукції) на внутрішньому та міжнародному ринках; відсутність системи ефективного захисту прав споживачів та ефективної системи санкцій за підроблену продукцію тощо [4-12].

На сьогоднішній день в Україні це чи не найважливіший гальмівний чинник розвитку органічного виробництва та вирощування екологічно чистої сільськогосподарської продукції.

Розвиток конкурентоспроможного органічного виробництва в нашому регіоні можливий на основі створення агротуристичного кластеру, який має на меті поєднання органічного виробництва та туризму.

Кластери в економічній літературі визначаються як промисловий комплекс, сформований на основі територіальної концентрації мереж спеціалізованих постачальників, основних виробників і споживачів, пов'язаних технологічним ланцюгом. Кластери також включають, крім виробників, велику кількість різних видів суб'єктів господарювання, важливих для конкуренції, - постачальників нових технологій, послуг з доданою вартістю, спеціальних інструментів, інфраструктури, ресурсів тощо. Багато кластерів також включають урядові установи, університети, центри стандартизації, різні асоціації, які надають спеціалізовану підготовку, освіту, інформацію, дослідження та технічну підтримку.

У науковій літературі окреслені такі передумови створення кластерів:

- близькість до ринків;
- забезпечення спеціалізованої робочої сили;
- наявність постачальників, виробничих потужностей та інших ресурсів;
- наявність конкретних місцевих ресурсів;
- масштабний ефект у виробництві;
- наявність інфраструктури;
- низькі транзакційні витрати;
- якісний доступ до інформації.

Хоча всі ці показники є важливими для кластерних підприємств, практично для кожного з них є такий показник, як спеціалізована робоча сила. Якщо завдяки використанню сучасних інформаційних технологій можна певною мірою компенсувати фактор близькості до постачальників, можливостей науково-дослідної роботи або доступу до обладнання виробників, то альтернативи спеціалізованій робочій силі немає. Отже, відповідність робочої сили у поєднанні зі спеціалізованою підготовкою забезпечує найбільш вагому регіональну конкурентну перевагу для кластерів.

Швидкий розвиток кластерних ініціатив у різних сферах діяльності розпочався у 1980-х роках, і сьогодні цей механізм визнаний

одним із найефективніших – він був успішно перевірений як інструмент підвищення конкурентоспроможності галузей та територій. Сьогодні кластерний підхід до розвитку регіонального туризму широко використовується у всьому світі, оскільки його ефективність вже не викликає сумнівів. Так, пам'ятки культури, природи чи архітектури стають ядром кластеру, а місця розміщення та їжа, інфраструктура доповнюють та обслуговують їх, створюючи додаткову рекламу для себе та атракціонів.

Фахівці Асоціації індустрії готельного господарства України впевнені, що розвиток ініціатив туристичних кластерів сприятиме збільшенню в'їзного та в'їзного туристичного потоку, а отже, сталого та всебічного економічного зростання України.

Успішний розвиток кластерів вимагає:

– наявності адекватних ресурсів (природних, трудових, капітальних та інших ресурсів);

– високого рівня розвитку допоміжних галузей (фонди венчурного капіталу, компанії, що проводять маркетингові дослідження, дослідницькі організації тощо);

– платоспроможний попит (включаючи споживчі сегменти, яким потрібні товари різної якості, диференційовані марки та пред'являють високі вимоги до стандартів якості);

– конкуренція та прагнення до конструктивної співпраці (ефективні кластери базуються на помірному конкурентному тиску та взаємній підтримці ділових партнерів).

Висновки. Таким чином, виходячи з наявного ресурсного потенціалу та реальних потреб регіону, створення інвестиційної привабливості туристичного ринку дозволить поєднати два пріоритетні галузі регіону – органічне виробництво та туризм. Розвиток конкурентоспроможного органічного виробництва в нашому регіоні можливий на основі створення агротуристичного кластеру, який має на меті поєднання органічного виробництва та туризму. Подальших досліджень також вимагають механізми створення туристичних кластерів у сільській місцевості.

Необхідно окремо зупинитися на необхідності створення туристичних кластерів у сільській місцевості. На жаль, для українського села, яке зараз перебуває у занедбаному стані, створення агротуристичних, агорекреаційних та агроекологічних кластерів може стати справжнім порятунком. Саме тому державні установи спільно з Асоціацією індустрії готельного господарства проводить систематичну роботу з підтримки кластерних ініціатив – сприяння створенню агротуристичних кластерів.

Література.

1. **Батюк Л.А.** Транснаціоналізація національних економічних систем в умовах глобалізації. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. 2018. Вип. 200. С. 95-103.
2. **Горкавий В.К.** Використання статистичних методів в маркетингових дослідженнях. *Економіка АПК*. 2008. № 7. С. 105-111.
3. **Квятко Т.М.** Агрмаркетинг як складова підвищення ефективності діяльності вітчизняних сільгосп підприємств. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького*. 2014. № 1(1). С. 213-218.
4. **Лещенко А.О.** Стан, проблеми та перспективи розвитку овочівництва в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 12. С. 28-33.
5. **Мандич О.В.** Стратегії підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: інструментальний підхід. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2016. Вип. 172. С. 141-146.
6. **Мармуль А.О.** Потенціал конкурентоспроможності підприємницької діяльності у галузі сільського зеленого туризму. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2017. № 1. С. 37-42.
7. **Науменко І.В., Науменко А.О.** Складові механізми забезпечення економічного зростання сільського господарства. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2016. Вип. 177. С. 99-109.
8. **Нікітіна О.М.** PR-маркетинг як один з інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: економічні науки*. 2016. Вип. 177. С. 160-165.
9. **Нікітіна О.М.** Особливості впровадження маркетингових комунікацій в туристичні послуги. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: економічні науки*. 2016. Вип. 174. С. 212-218.
10. **Носкова К.Є.** Перспективи розвитку виробництва органічної продукції в Україні. 2019. С. 140-142.
11. **Романюк І.А.** Системно-структурні дефініції категорій у галузі сільського зеленого туризму: узагальнення та використання. *Науковий вісник ХДУ. Серія «Економічні науки»*. 2015. № 15. С. 29-31.
12. **Романюк І.А.** Формування корпоративної культури та ділової репутації туристичних підприємств. *Економіка і менеджмент культури*. 2016. № 2. С. 26-31.
13. **Рижикова Н.І.** Генезис теорії конкуренції та прикладні засади їх імплементації в інноваційно-інвестиційному розвитку соціально-економічних систем. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. № 4. С. 45-54.
14. **Babenko V., Nazarenko O., Nazarenko I., & Krutko M.** (2018). Aspects of program control over technological innovations with consideration of risks. *Восточно-Европейский журнал передовых технологий*. № 3(4). С. 6-14.

15. **Grynychuk J.** (2018). Development of rural green tourism in the regions of Ukraine on the basis of European integration.

16. **Lomovskykh L.O., Kovalenko O.O., Karasova N.A., & Orzel A.** (2019). The algorithm of analysis of agricultural risks under influence of incomplete information about their parameters. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*/ № 3(30). pp. 112-120.

17. **Naumenko I.** (2016). Development strategy competitive domestic agricultural enterprises. *Стратегія збалансованого використання економічного, технологічного та ресурсного потенціалу країни*. С. 157-159.

References.

1. **Batuyk L.A.** (2018). Transnatsionalizatsiya natsional'nykh ekonomichnykh system v umovakh hlobalizatsiyi [Transnationalization of national economic systems in the conditions of globalization]. *Visnyk Kharkiv's'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 200, pp. 95-103 [in Ukrainian].

2. **Horkavyy V.K.** (2008). Vykorystannya statystychnykh metodiv v marketynhovykh doslidzhennyakh [Use of statistical methods in marketing research]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, no. 7, pp. 105-111 [in Ukrainian].

3. **Kvyatko T.M.** (2014): Ahromarketynh yak skladova pidvyshchennya efektyvnosti diyal'nosti vitchyznyanykh sil'hospodidpryyemstv [Agromarketing as a warehouse for efficient business activities of foreign companies]. *Naukovyy visnyk L'viv's'koho natsional'noho universytetu veterynaranoi medytsyny ta biotekhnolohiy im. S.Z. Gzhyts'koho – L'viv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology. S.Z. Gzhytsky*, no. 1(1), pp. 213-218 [in Ukrainian].

4. **Leshchenko L.O.** (2017). Stan, problemy ta perspektyvy rozvytku ovochivnytstva v Ukraini [Status, Problems and Prospects of Vegetable Growing in Ukraine]. *Investytsiyi: praktyka ta korystuvannya – Investments: Practice and Use*, no. 12, pp. 28-33 [in Ukrainian].

5. **Mandysh O.V.** (2016). Stratehiyi pidvyshchennya konkurentospromozhnosti ahrarykh pidpryyemstv: instrumentalnyy pidkhid [Strategies for increasing the competitiveness of agricultural enterprises: an instrumental approach]. *Visnyk Kharkiv's'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 172, pp. 141-146 [in Ukrainian].

6. **Marmul' L.O.** (2017). Potensial konkurentospromozhnosti pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti u haluzi sil's'koho zelenoho turyzmu [Competitiveness potential of entrepreneurship in rural green tourism]. *Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu – Bulletin of Berdyansk University of Management and Business*, no. 1, pp. 37-42 [in Ukrainian].

7. **Naumenko I.V. & Naumenko A.O.** (2016). Skladovi mekhanizmu zabezpechennya ekonomichnoho zrostannya sil's'koho hospodarstva [Components of the mechanism for ensuring the economic growth of agriculture]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'nobo tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 177, pp. 99-109 [in Ukrainian].

8. **Nikitina O.M.** (2016). PR-marketyng yak ody`n z instrumentiv pidvy`shhennya konkurentospromozhnosti pidpry`emstva [PR-marketing as one of the tools of increasing the competitiveness of the enterprise]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'nobo tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 177, pp. 160-165 [in Ukrainian].

9. **Nikitina O.M.** (2016). Osoblyvosti vprovadzheniya marketynhovykh komunikatsiy v turystychni posluhy [Features of introduction of marketing communications in tourist services]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'nobo tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 174, pp. 212-218 [in Ukrainian].

10. **Noskova K.Ye.** (2019). Perspektyvy rozvytku vyrobnytstva orhanichnoyi produktsiyi v Ukrayini [Prospects for the development of organic production in Ukraine] pp. 140-142. [in Ukrainian].

11. **Romanyuk I.A.** (2015). Systemno-strukturni definitsiyi katehoriy u haluzi sil's'koho zelenoho turyzmu: uzahal`nennya ta vykorystannya [System-structural definitions of categories in rural green tourism: generalization and use]. *Naukovyy visnyk KHDU. Seriya «Ekonomichni nauky» – KSU Scientific Bulletin. Economic Sciences Series*, no. 15, pp. 29-31 [in Ukrainian].

12. **Romanyuk I.A.** (2016). Formuvannya korporativnoyi kul'tury ta dilovoyi reputatsiyi turystychnykh pidpryyemstv [Formation of Corporate Culture and Business Reputation of Tourist Enterprises]. *Ekonomika i menedzhment kul'tury – Economy and Management of Culture*, no. 2, pp. 26-31 [in Ukrainian].

13. **Ryzhykova N.I.** (2017). Henezys teoryi konkurentsiyi ta prykladni zasady yikh implementatsiyi v innovatsiyno-investytsiynomu rozvytku sotsial'no-ekonomichnykh system [Genesis of competition theories and applied principles of their implementation in innovation and investment development of socio-economic systems]. *Aktual'ni problemy innovatsiynoyi ekonomiky – Actual problems of innovative economy*, no. 4, pp. 45-54 [in Ukrainian].

14. **Babenko V., Nazarenko O., Nazarenko I., & Krutko M.** (2018). Aspects of program control over technological innovations with consideration of risks. *Vostochno-Yevropeyskiy zhurnal peredovykh tekhnologiy – East European Journal of Advanced Technology*, no. 3(4), pp. 6-14 [in English].

15. **Grynychuk J.** (2018). Development of rural green tourism in the regions of Ukraine on the basis of European integration. [in English].

16. **Lomovskyykh L.O., Kovalenko O.O., Karasova N.A., & Orzel A.** (2019). The algorithm of analysis of agricultural risks under influence of incomplete information about their parameters. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, no. 3(30), pp. 112-120 [in English].

17. **Naumenko I.** (2016). Development strategy competitive domestic agricultural enterprises. *Stratehiya zbalansovanoho vykorystannya ekonomichnoho, tekhnobichnoho ta resursnogo potentsialu krayiny – Strategy for Balancing the Economic, Technological and Resource Potential of the Country*, pp. 157-159 [in English].

Анотація.

Омельченко Г.Ю. *Інвестиційна привабливість підприємств туристичної сфери.*

В статті окреслені фактори формування, стратегії розвитку та можливий інструментарій забезпечення інвестиційної привабливості регіону з урахуванням особливостей галузі туризму та органічного виробництва агропродовольчої продукції, як базових напрямів для інвестування. Запровадження туристичного бізнесу вимагає значних фінансових інвестицій, що має забезпечуватись інвестиціями. Інвестиційна привабливість підприємств галузі туризму формується через надання «особливого товару». Виходячи з наявного ресурсного потенціалу та реальних потреб регіону, створення інвестиційної привабливості туристичного ринку дозволить підняти два пріоритетні галузі регіону - органічне виробництво та туризм. Розвиток конкурентоспроможного органічного виробництва можливий на основі створення агротуристичного кластеру. Подальших досліджень також вимагають механізми створення туристичних кластерів у сільській місцевості.

Ключові слова: управління, економічний розвиток, туризм, стратегія, результативність, підприємство.

Аннотация.

Омельченко Г.Ю. *Инвестиционная привлекательность предприятий туристической сферы.*

В статье обозначены факторы формирования, стратегии развития и возможные инструменты обеспечения инвестиционной привлекательности региона с учетом особенностей отрасли туризма и органического производства агропродовольственной продукции, как базовых направлений для инвестирования. Введение туристического бизнеса требует значительных финансовых инвестиций, должно обеспечиваться инвестициями. Инвестиционная привлекательность предприятий отрасли туризма формируется путем предоставления «особого товара». Исходя из имеющегося ресурсного потенциала и реальных потребностей региона, создание инвестиционной привлекательности туристического рынка позволит совместить два приоритетные отрасли региона – органическое производство и туризм. Развитие конкурентоспособного органического производства возможен на основе создания агротуристического кластера. Дальнейших исследований также требуют механизмы создания туристических кластеров в сельской местности.

Ключевые слова: управления, экономическое развитие, туризм, стратегия, результативность, предприятие.

Abstract.

Omelchenko H.Yu. Investment attractiveness of tourist enterprises.

The article outlines the factors of formation, development strategies and possible tools to ensure the investment attractiveness of the region, taking into account the characteristics of the tourism and organic production of agro-food products, as the basic directions for investment. The introduction of the tourism business requires considerable financial investment, which must be supported by investments. The investment attractiveness of tourism enterprises is shaped by the provision of a «special product». Based on the existing resource potential and the real needs of the region, creating investment attractiveness of the tourist market will allow to combine the two priority areas of the region – organic production and tourism. The development of competitive organic production is possible based on the creation of agritourism cluster. Further studies also require mechanisms to create tourism clusters in rural areas.

Key words: *management, economic development, tourism, strategy, efficiency, enterprise.*

УДК 351.82

РОЛЬ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У ФІНАНСУВАННІ ІНФРАСТРУКТУРНИХ ПРОЄКТІВ

ПОТИШНЯК О.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,

МІНЕНКО С.І., АСПРАНТКА,

РАКЧЄЄВ І.Ю., ЗДОБУВАЧ,

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах фінансової кризи велике значення надається державно-приватному партнерстві (ДПП), головна роль якого особливо простежується в дослідженні фінансування інфраструктурних проєктів.

В Україні існує практика, як позитивна, так і негативна, стосовно впровадження державно-приватного партнерства. Зокрема у сфері транспортної інфраструктури – проєкти концесійної дороги «Львів-Краківець», платної дороги «Харків-Дніпропетровськ», Південної транс'європейської магістралі «Західний кордон-Київ».

У сфері житлово-комунального господарства напрацьована низка проєктів концесії на об'єкти інфраструктури та надання послуг тепло-, водопостачання, вивозу та утилізації твердих побутових відходів (механізм передачі об'єктів і послуг теплопостачання вперше напрацьовано у м. Львові за участі французьких експертів, низка концесійних договорів у комунальній сфері укладені в АР Крим,