

the Conditions of Global Instability]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 5 (2024): 34-40.

DOI: 10.32752/1993-6788-2024-1-275-34-40

Panchenko, V. A., and Baran, R. Ya. "Perspektyvni sfery ta napriamy rozvytku turystychnoho sektora Ukrainy iz zastosuvanniam suchasnoho marketynhovoho instrumentarii" [Perspective Areas and Directions of Development of the Ukraine Tourist Sector with the Application of Modern Marketing Tools]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*, vol. 1, no. 5 (2021): 76-81.

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-13

Ryha, I. I., and Roshko, S. M. "Tendentsii rozvytku svitovoho rynku turystychnykh posluh" [Development Trends of the World Market of Tourist Services]. *Vis-*

*nyk Khersonskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu*, no. 4 (2023): 396-400.

DOI: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.4.51>

Savchenko, T. et al. "Management of the development of the regional markets for poultry products in Ukraine". *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, vol. 45, no. 3 (2023): 267-275.

DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2023.27>

Velychko, O. et al. "A guarantor in the quality management system of educational programs: a case of Ukrainian universities". *Problems and Perspectives in Management*, vol. 18, no. 4 (2020): 153-166.

DOI: [https://doi.org/10.21511/ppm.18\(4\).2020.14](https://doi.org/10.21511/ppm.18(4).2020.14)

УДК 338.48:658.5

JEL: H54; L83; O18; R11; Z32; Z33

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-9-280-286>

## УПРОВАДЖЕННЯ ЛАНЦЮЖКІВ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ЯК ЗАПОРУКА ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРА

©2024 БІЛЕЦЬКА Н. В.

УДК 338.48:658.5

JEL: H54; L83; O18; R11; Z32; Z33

### Білецька Н. В. Упровадження ланцюжків доданої вартості як запорука підвищення інвестиційної привабливості туристичного сектора

Статтю присвячено вивченню впливу ланцюжків доданої вартості на розвиток туристичного сектора, підвищення його інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності. Метою статті є аналіз, систематизація та узагальнення теоретико-методичних засад упровадження ланцюжків доданої вартості задля підвищення інвестиційної привабливості туристичного сектора. У статті акцентується увага на трансформації ролі споживача в умовах сучасних викликів ринку туризму, що змушує туристичні компанії адаптувати свої послуги під індивідуальні потреби клієнтів. Виділено важливість використання інновацій та технологій для створення комплексних туристичних продуктів, що сприяють диференціації пропозицій і підвищенню їхньої якості. У дослідженні наведено приклади успішної інтеграції місцевих підприємств, розвитку інфраструктури та залучення інвестицій, що дозволяє створювати нові конкурентні пропозиції. Дослідження дозволило виявити, що явища ланцюжка доданої вартості та інвестицій тісно пов'язані, оскільки вони відіграють ключову роль в економічному розвитку та конкурентоспроможності підприємств і регіонів. Ланцюжок створення вартості як послідовність етапів, через які продукт або послуга проходить від початкової розробки до кінцевого споживача, формує певну цінність продукту чи послуги, що відбивається у збільшенні їх вартості. Проаналізовано соціальні, економічні й екологічні ефекти впровадження ланцюжків доданої вартості, які демонструють важливість інтеграції різних аспектів розвитку туризму для створення стійкого та ефективного туристичного продукту, який би задовольняв як потреби туристів, так і соціально-економічні й екологічні цілі регіону. Обґрунтовано, що ефекти ланцюжків доданої вартості в туризмі нерозривно пов'язані з інвестиціями, оскільки інвестиції в різні аспекти туристичного сектора є основою для створення та підтримки цих ефектів. Отже, інвестиції в туризм не лише стимулюють економічний розвиток регіонів, але й сприяють збереженню культурних і природних ресурсів, поліпшенню інфраструктури та технологій, що, своєю чергою, підвищує конкурентоспроможність туристичного сектора та дає можливість залучити більше туристів. Зазначено, що застосування комплексного підходу до проектування та реалізації ланцюжків доданої вартості позитивно впливає на створення якісного туристичного продукту, який задовольняє сучасні потреби споживачів і сприяє розвитку регіональних економік.

**Ключові слова:** ланцюжки доданої вартості, туристичний сектор, туризм, інвестиційна привабливість, конкурентоспроможність.

**Рис.:** 1. **Бібл.:** 9.

**Білецька Наталія Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри оподаткування, фінансів та підприємництва, Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва (просп. Космонавтів, 7, Вінниця, 21021, Україна)

**E-mail:** [tukviynat@ukr.net](mailto:tukviynat@ukr.net)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-6922-3614>

UDC 338.48:658.5

JEL: H54; L83; O18; R11; Z32; Z33

### **Biletska N. V. Introduction of Value Chains as a Guarantee of Increasing the Investment Attractiveness of the Tourism Sector**

The article is devoted to the study of the impact of value chains on the development of the tourism sector, increasing its investment attractiveness and competitiveness. The article is aimed at analyzing, systematizing and generalizing the theoretical and methodological foundations of the introduction of value chains to increase the investment attractiveness of the tourism sector. The article focuses on the transformation of the role of the consumer in the context of modern

challenges of the tourism market, which forces travel companies to adapt their services to the individual needs of customers. The importance of using innovations and technologies to create complex tourist products that contribute to the differentiation of offers and improving their quality is highlighted. The study provides examples of successful integration of local enterprises, infrastructure development and attracting investments, which allows creating new competitive offers. The study revealed that the phenomena of the value chain and investments are closely related, since they play a key role in the economic development and competitiveness of enterprises and regions. The value chain as a sequence of stages through which a product or service passes from initial development to the final consumer, forms a certain value of the product or service, which is reflected in an increase in its value. The social, economic and ecological effects of the introduction of value chains are analyzed, which demonstrate the importance of integrating various aspects of tourism development to create a sustainable and effective tourist product that would meet both the needs of tourists and the socioeconomic and environmental goals of the relevant region. It is substantiated that the effects of value chains in tourism are inextricably linked to investments, since investments in various aspects of the tourism sector are the basis for creating and maintaining these effects. Thus, investments in tourism not only stimulate the economic development of regions, but also contribute to the preservation of cultural and natural resources, improvement of infrastructure and technologies, which, in turn, increases the competitiveness of the tourism sector and makes it possible to attract more tourists. It is further noted that the application of an integrated approach to the projecting and implementation of value chains has a positive effect on the creation of a high-quality tourism product that meets the modern needs of consumers and contributes to the development of regional economies.

**Keywords:** value chains, tourism sector, tourism, investment attractiveness, competitiveness.

**Fig.:** 1. **Bibl.:** 9.

**Biletska Natalia V.** – PhD (Economics), Associate Professor, Professor of the Department of Taxation, Finance and Entrepreneurship, Vinnytsia Institute of Designing Clothes and Entrepreneurship (7 Kosmonavtiv Ave., Vinnytsia, 21021, Ukraine)

**E-mail:** tukviynat@ukr.net

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-6922-3614>

**Н**еобхідність підвищення конкурентоспроможності та стійкості галузі туризму в умовах сучасних економічних і соціальних викликів зумовлює актуальність впровадження ланцюжків доданої вартості як запоруки підвищення інвестиційної привабливості туристичного сектора, який відіграє важливу роль у розвитку національних економік багатьох країн, особливо тих, що мають значний природний, культурний та історичний потенціал. Проте для забезпечення стійкого розвитку туристичної галузі важливо впроваджувати ефективні механізми створення доданої вартості на кожному етапі туристичного продукту. Ланцюжки доданої вартості допомагають створювати більш комплексні та якісні туристичні послуги, що сприяє збільшенню споживчого інтересу, а також забезпечує диверсифікацію джерел доходу. Це дозволяє галузі бути менш залежною від сезонних коливань попиту та створює передумови для тривалої економічної активності в регіоні. Інвестори, знаючи про такі перспективи, частіше розглядають туристичний сектор як привабливу сферу для вкладень, оскільки високоякісні туристичні послуги мають більший попит і можуть забезпечувати стабільні прибутки. Крім того, інтеграція місцевих підприємств у глобальні ланцюжки доданої вартості сприяє розвитку локальних економік, підвищенню рівня зайнятості та підтримці малих і середніх бізнесів, що створює сприятливі умови для соціально-економічного зростання регіонів. Усе це формує передумови для більшої інвестиційної привабливості туристичної галузі, оскільки вона стає більш структурованою, стійкою до зовнішніх впливів та здатною до довготривалого розвитку.

Питання впровадження ланцюжків доданої вартості висвітлені у великій кількості наукових

праць. Зокрема, такі вітчизняні та закордонні вчені, як Zhang X., Song H., Huang G. Q. [4], Жовновач Р., Левченко А., Малаховський Ю. [6], Дугінець Г. [7], Россоха В., Нечипоненко О. [8], Грушко В., Ковчар Р. [9] та інші присвятили свої дослідження вивченню питань ланцюжків доданої вартості. Незважаючи на широке висвітлення зазначеної тематики, деякі питання ще потребують систематизації, узагальнення й удосконалення.

*Метою* статті є аналіз, систематизація та узагальнення теоретико-методичних засад упровадження ланцюжків доданої вартості задля підвищення інвестиційної привабливості туристичного сектора.

**В** умовах сучасних коливань на туристичному ринку роль споживача в процесі створення туристичного продукту суттєво трансформується. Споживач стає не лише кінцевим користувачем, але й активним учасником формування попиту, що змушує туристичні компанії адаптувати свої послуги під індивідуальні потреби клієнтів. У таких умовах упровадження ланцюжків доданої вартості стає ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств та їх інвестиційної привабливості. Створення комплексних продуктів із високою доданою вартістю дозволяє залучати більшу кількість споживачів і забезпечувати довготривалий розвиток галузі, що робить її перспективним об'єктом для інвесторів.

У ХХІ ст. попит на туристичні послуги починає формувати пропозицію, а це вимагає від туристичних компаній гнучкості та інноваційного підходу. Попит наразі є більш диференційованим через розширення фінансових і часових можливостей туристів, що створює нові виклики для ту-

ристичних компаній. У звіті Future Traveller Tribes 2030 відзначено, що «гуманізація технологій» стає важливим аспектом роботи з туристами. Це передбачає більш інтуїтивно зрозумілу взаємодію з клієнтами, що включає персоналізацію послуг і використання технологій, які спрощують процес планування та бронювання поїздок [1].

У сучасних умовах туристичного ринку споживачі перетворюються на активних учасників процесу створення туристичного продукту. Поява онлайн-платформ і технологій, що дають можливість туристам планувати й організувати самостійно подорожі, зумовлює необхідність зміни підходів до надання туристичних послуг. Самостійний туризм стає все більш популярним, що змушує туристичні компанії шукати нові способи створення доданої вартості та персоналізації пропозицій. Для успішної адаптації до цих змін підприємствам необхідно інтегрувати сучасні технології, розширювати спектр послуг і більш гнучко реагувати на індивідуальні запити споживачів, що дозволить їм зберегти конкурентоспроможність і привабливість для інвесторів.

Туристичні компанії тепер повинні враховувати не тільки звичні маршрути та послуги, а й адаптувати свої пропозиції до індивідуальних потреб і вподобань мандрівників. Тому для глибокого розуміння поточних процесів та успішного функціонування в умовах цього ринку необхідне адекватне дослідження механізмів формування споживчого попиту та його впливу на туристичні пропозиції.

Ланцюжки доданої вартості в туризмі відіграють ключову роль у формуванні конкурентоспроможного сектора, забезпечуючи створення якісних і комплексних туристичних продуктів. Цей підхід передбачає інтеграцію різних галузей і послуг, що спільно створюють цінність для кінцевого споживача. Ланцюжки доданої вартості в туризмі сприяють підвищенню ефективності використання ресурсів, інтеграції місцевих підприємств, розвитку інфраструктури та залученню інвестицій. За допомогою ланцюжків доданої вартості туристичні підприємства можуть створювати унікальні пропозиції, адаптовані до потреб ринку, що підвищує їх привабливість для споживачів і інвесторів. Це робить туристичний сектор більш стійким до зовнішніх викликів і забезпечує його довгостроковий розвиток [2].

Туризм є потужним каталізатором економічного зростання, що підтверджується його внеском у створення близько 10% світового ВВП та аналогічної частки зайнятості у 2023 р. [3]. Завдяки своїй міжсекторальній природі та високій трудомісткості туризм стимулює розвиток інших галузей національної економіки, роблячи його важливим

елементом національних стратегій економічного зростання. Розвиток цього сектора не лише сприяє залученню інвестицій, але й створює нові робочі місця, тим самим забезпечуючи стійке економічне зростання та підвищення добробуту населення.

З точки зору вибору оптимальних організаційно-економічних форматів доцільно використати результати дослідження [4], у якому ланцюжок поставок туристського продукту (TSC) визначено як мережу організацій сфери туризму різних видів діяльності, що формують цінність з різних складових туристичних продуктів або послуг у загальному туристському продукті на певній туристичній дестинації, що включає широке коло учасників як у приватному, так і в державному секторах. Узагальнюючи вищезазначене, варто відмітити, що ланцюжок доданої вартості в туризмі починається із основних туристичних продуктів і послуг, таких як готелі, ресторани, транспорт і екскурсії. Ці компоненти є основою туристичного відпочинку, проте їх успішність і привабливість значно підвищуються завдяки додатковим елементам і послугам, що додають цінність і зручність.

Також доцільно розглянути туризм і з галузевої точки зору, що, своєю чергою, дозволить проаналізувати інвестиційні потоки. Такі культурні та розважальні заходи, як фестивалі, музеї, театри і спортивні події, додають значну культурну та розважальну складову до туристичного досвіду, роблячи його більш цікавим і насиченим. Екологічно чисті практики та «зелені» ініціативи для сучасного туризму є ключовими, забезпечуючи збереження природних ресурсів і привабливість місцевих природних ландшафтів для туристів. З метою розвитку ланцюжків доданої вартості важливо також враховувати інтеграцію з місцевою економікою та соціальними аспектами. Підтримка місцевих виробників, ресторанів та ремісників сприяє сталому розвитку спільнот та підвищує соціальну відповідальність сектора туризму.

Дослідження [2; 4–6] показали, що поняття ланцюжка створення вартості та інвестицій тісно пов'язані, оскільки вони відіграють ключову роль в економічному розвитку та конкурентоспроможності підприємств і регіонів. Ланцюжок створення вартості як послідовність етапів, через які продукт або послуга проходить від початкової розробки до кінцевого споживача, формує певну цінність продукту чи послуги, що відображається у збільшенні їх вартості. Інвестиції, своєю чергою, є засобом збільшення цієї доданої вартості в різних формах, наприклад інвестиції в удосконалення послуг і впровадження сучасних технологій, підвищення кваліфікації залученого персоналу, розширення

виробничих потужностей тощо. Коли підприємства чи регіони інвестують у вдосконалення різних етапів ланцюжка доданої вартості, вони можуть не лише підвищити ефективність виробництва, але й створити конкурентну перевагу.

Важливо відзначити, що інвестиції в ланцюжок створення вартості не тільки сприяють зростанню підприємства, але й позитивно впливають на економіку загалом. Удосконалення виробничих процесів та підвищення конкурентоспроможності компаній приводить до створення робочих місць, підвищення рівня життя та розвитку регіону. Таким чином, інвестиції, спрямовані на поліпшення ланцюжка доданої вартості, є важливим фактором сталого економічного зростання та розвитку.

Отже, розвиток ланцюжків доданої вартості в туризмі сприяє створенню комплексного, збалансованого та конкурентоспроможного туристичного продукту, який задовольняє вимоги сучасних споживачів та сприяє сталості розвитку туристичної галузі загалом.

Ефекти ланцюжків доданої вартості в туризмі можна розглядати в контексті різних груп, які впливають на розвиток і підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту (рис. 1). Отже, основні групи ефектів ланцюжків доданої вартості в туризмі включають:

#### 1. Економічні ефекти:

- ✦ стимулювання місцевої економіки через формування попиту на місцеві товари та послуги, такі як місцеві продукти, ресторани, ремесла та транспортні послуги в межах проектування туристичного продукту;
- ✦ створення робочих місць у готельному бізнесі, ресторанному господарстві, екскур-

сійному секторі та інших суміжних галузях завдяки збільшенню туристичного потоку;

- ✦ збільшення цільових інвестицій в інфраструктуру, готельні комплекси, транспортні засоби та інші сектори.

#### 2. Соціокультурні ефекти:

- ✦ збереження та популяризація культурної спадщини, традицій та місцевих звичаїв як туристичного ресурсу;
- ✦ сприяння культурному обміну та залученості до міжнародного соціокультурного простору;
- ✦ розвиток творчих індустрій через підвищення інтересу до локальних традицій, мистецтва, музики, літератури та інших творчих галузей.

#### 3. Екологічні та сталі ефекти:

- ✦ збереження природних ландшафтів і біорізноманіття через розвиток екологічно сталого туризму;
- ✦ упровадження екологічно чистих технологій у готельному та транспортному секторах є фактором енергоефективності.

#### 4. Технологічні ефекти:

- ✦ упровадження мобільних застосунків, віртуальної реальності та інших цифрових технологій, що позитивним чином впливає на соціально-економічні процеси;
- ✦ розвиток інформаційної інфраструктури, зокрема поліпшення доступу до інформації про місцеві атракції, події та сервіси через інтернет та соціальні медіа.

Ці ефекти демонструють важливість інтеграції різних аспектів розвитку туризму для створення сталого й ефективного туристичного продукту, який би задовольняв як потреби туристів, так і соціально-економічні й екологічні цілі регіону.



Рис. 1. Різновиди ефектів від упровадження ланцюжків доданої вартості

Джерело: сформовано на основі [4; 6; 7].



Ефекти ланцюжків доданої вартості в туризмі нерозривно пов'язані з інвестиціями, оскільки інвестиції в різні аспекти туристичного сектора є основою для створення та підтримки цих ефектів. Отже, інвестиції в туризм не лише стимулюють економічний розвиток регіонів, але й сприяють збереженню культурних і природних ресурсів, поліпшенню інфраструктури та технологій, що, своєю чергою, сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичного сектора та залученню більшої кількості туристів.

Проектування ланцюжка доданої вартості в туризмі вимагає комплексного підходу та системної організації, щоб забезпечити ефективне інтегрування різних послуг і аспектів, які відповідають потребам туристів і сприяють розвитку місцевих господарств [7–9].

Першим етапом процесу проектування ланцюжка доданої вартості є визначення стратегічних цілей та завдань проекту. Це може включати поліпшення інфраструктури, розвиток туристичних маршрутів, підвищення якості обслуговування, залучення нових інвестицій та збільшення конкурентоспроможності регіону.

Задля успішності проекту варто враховувати інтереси зацікавлених сторін, зокрема органи місцевої влади, туристичні організації, підприємства готельного та ресторанного бізнесу, місцеві спільноти й екологічні організації. Кожен з цих учасників може зробити свій внесок у розвиток та імплементацію ланцюжка доданої вартості.

Ключовим етапом процесу є аналіз та ідентифікація ключових елементів ланцюжка доданої вартості, таких як готельні послуги, транспорт, ресторани, екскурсії, культурні та розважальні події. Ці компоненти мають бути інтегровані таким чином, щоб створити синергію та забезпечити гармонійний туристичний продукт.

Для ефективного проектування необхідно також враховувати сучасні технології та інновації (такі як використання цифрових платформ для бронювання й обслуговування, впровадження віртуальної реальності для вдосконалення туристичного досвіду) та використання аналітики даних для поліпшення управління та прийняття рішень.

Узагальнюючи, слід зазначити, що успішне проектування ланцюжка доданої вартості в туризмі вимагає стратегічного підходу, співпраці різних стейкхолдерів і використання сучасних інструментів для забезпечення сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту.

Інвестиційне забезпечення ланцюжка доданої вартості в туризмі є ключовим аспектом розвитку цієї галузі, що визначає її конкурентоспроможність

і здатність залучати туристів. Ефективне управління інвестиціями дозволяє оптимізувати витрати, поліпшувати якість послуг, розширювати спектр пропозицій і підвищувати рівень задоволення клієнтів.

По-перше, важливо зазначити, що туризм є комплексною системою, яка включає в себе різні елементи (транспорт, готелі, ресторани, розваги, екскурсії, сувеніри, освітньо-наукові установи та інші). Кожен з цих елементів додає свою частку до загальної вартості туристичного продукту. Тому інвестиції повинні бути спрямовані на всі етапи ланцюжка доданої вартості.

Інвестиції в інфраструктуру, такі як дороги, аеропорти, порти та громадський транспорт, є базовими для розвитку туристичної пропозиції. Вони забезпечують зручність і доступність для туристів, що підвищує привабливість регіону. Крім того, інвестиції в будівництво та модернізацію готелів, ресторанів та інших об'єктів гостинності підвищують рівень якості обслуговування та загального комфорту користування послугами.

Окрему увагу слід приділити інвестиціям у людські ресурси, оскільки туризм є сервісною сферою, а отже, якість послуг безпосередньо залежить від професійності залученого персоналу. Підвищення кваліфікації залучених працівників і забезпечення комфортних умов праці та мотиваційних програм сприяють підвищенню рівня обслуговування та, відповідно, задоволеності туристів.

Важливим аспектом є також інвестиції в маркетинг і просування туристичних продуктів. Створення бренду регіону, проведення рекламних кампаній, а також активна участь у міжнародних виставках і форумах відіграють важливу роль у залученні потенційних туристів та формуванні позитивного іміджу території. Ці заходи не лише підвищують обізнаність про туристичні можливості регіону, але й сприяють його впізнаваності на міжнародному рівні, що є ключовим фактором для розвитку туристичного сектора та економічного зростання регіону загалом.

Окремо варто виділити інновації та технології. Впровадження сучасних інформаційних систем для бронювання та управління, розвиток онлайн-платформ і мобільних застосунків, а також використання віртуальної та доповненої реальності є ключовими напрямками інвестування в туристичний сектор. Ці технології не лише оптимізують операційні процеси та знижують витрати, але й сприяють створенню інноваційних туристичних продуктів, які підвищують інтерактивність і пропонують нові враження для туристів. Такий підхід сприяє зміцненню конкурентних позицій регіону

та залученню більшої кількості відвідувачів, що, своєю чергою, стимулює розвиток індустрії.

Підсумовуючи – інвестиційне забезпечення ланцюжка доданої вартості в туризмі є комплексним і багатогранним процесом. Від ефективності інвестицій залежить розвиток, конкурентоспроможність туристичного бізнесу на міжнародному ринку та здатність залучати й утримувати туристів. Тільки при збалансованому та стратегічно обґрунтованому підході до інвестування можна досягти сталого розвитку туризму і максимального використання його потенціалу.

Упровадження концепції ланцюжків доданої вартості в туризмі вимагає системного підходу та співпраці різних зацікавлених сторін. Основними аспектами є координація, співпраця й інтеграція різних галузей і послуг для створення збалансованого туристичного продукту, що має високу привабливість для туристів і сприяє сталому розвитку регіону.

## ВИСНОВКИ

Упровадження ланцюжків доданої вартості в туризмі є ключовим аспектом для стимулювання економічного розвитку, соціокультурного обміну та забезпечення екологічної сталості. Економічні ефекти від розвитку туристичних продуктів включають створення нових робочих місць, стимулювання місцевої економіки через попит на локальні товари та послуги, а також залучення інвестицій в інфраструктуру. Соціокультурні ефекти сприяють збереженню та популяризації культурної спадщини та традицій, стимулюючи розвиток творчих індустрій. Екологічні аспекти зосереджуються на збереженні природних ресурсів та впровадженні енергоефективних технологій.

Технологічний розвиток, зокрема застосування цифрових платформ, мобільних застосунків та інноваційних технологій, таких як віртуальна і доповнена реальність, сприяє оптимізації процесів та підвищенню конкурентоспроможності туристичних послуг. Це дозволяє створювати унікальні туристичні продукти, що підвищують рівень задоволення клієнтів і забезпечують довгострокове зростання галузі.

Інвестиції відіграють вирішальну роль у забезпеченні сталого розвитку туризму. Вони стимулюють інфраструктурні проекти, підвищують якість обслуговування та підтримують інновації, що в кінцевому підсумку сприяє збільшенню туристичних потоків і створенню позитивного іміджу регіону на міжнародному рівні.

Упровадження концепції ланцюжків доданої вартості вимагає комплексного підходу, коорди-

нації між усіма зацікавленими сторонами та інтеграції різних секторів, щоб забезпечити стійкий розвиток регіону та підвищення його туристичної привабливості. ■

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Future Traveller Tribes 2030. Building a more rewarding journey. Amadeus. 2023. URL: <https://amadeus.com/documents/en/blog/pdf/2015/07/amadeus-traveller-tribes-2030-airline-it.pdf>
2. Лютак О. М. Особливості формування та сучасні тенденції функціонування глобальних туристичних мереж. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 12. С. 31–34. URL: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/9.pdf>
3. Travel and Tourism Development Index 2024. *World Economic Forum*. May 2024. URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Travel\\_and\\_Tourism\\_Development\\_Index\\_2024.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf)
4. Zhang X., Song H., Huang G. Q. Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*. 2009. Vol. 30. Iss. 3. P. 345–358. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.010>
5. Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран С. та ін. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. Зведений звіт. Київ, 2021. 111 с. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>
6. Жовновач Р. І., Левченко А. М., Малаховський Ю. В. Проблеми та перспективи використання міжнародного досвіду організації макрораківництва у сфері державного регулювання туристичного кластеру національної економіки України. *Ефективна економіка*. 2017. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5789>
7. Дугінець Г. В. Глобальні ланцюги вартості : монографія. Київ : Київський національний торговельно-економічний університет, 2018. 412 с.
8. Россоха В. В., Нечипоненко О. М. Побудова ланцюгів доданої вартості на засадах кластерної організації виробництва. *Агросвіт*. 2024. № 10. С. 12–19. DOI: 10.32702/2306-6792.2024.10.12
9. Грушко В., Ковчар Р. Сучасне розуміння глобальних ланцюгів вартості. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2023. № 1. С. 9–14. DOI: 10.31732/2663-2209-2022-69-9-14

## REFERENCES

- Duhinets, H. V. Hlobalni lantsiuhy vartosti [Global Value Chains]. Kyiv: Kyivskiy natsionalnyi torhivelnno-ekonomichnyi universytet, 2018.
- “Future Traveller Tribes 2030. Building a more rewarding journey”. Amadeus. 2023. <https://amadeus.com/documents/en/blog/pdf/2015/07/amadeus-traveller-tribes-2030-airline-it.pdf>
- Hrushko, V., and Kovchar, R. “Suchasne rozuminnia hlobalnykh lantsiuhiv vartosti” [Contemporary Inter-

- pretation of Global Value Chains]. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*, no. 1 (2023): 9-14.  
DOI: 10.31732/2663-2209-2022-69-9-14
- Liutak, O. M. "Osoblyvosti formuvannia ta suchasni tendentsii funktsionuvannia hlobalnykh turystychnykh merezh" [The Features of Formation and Current Trends of Functioning of Global Tourist Networks]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, iss. 12 (2016): 31-34. <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/9.pdf>
- Nikolaieva, O. et al. "Kreatyvni industrii: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy. Zvedenyi zvit" [Creative Industries: Influence on the Development of the Economy of Ukraine. Summary Report]. Kyiv, 2021. <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>
- Rossokha, V. V., and Nechyponenko, O. M. "Pobudova lantsiuhiv dodanoi vartosti na zasadakh klasternoi orhanizatsii vyrobnytstva" [Construction of Added Value Chains on the Basis of the Cluster Organization of Production]. *Ahrosvit*, no. 10 (2024): 12-19.  
DOI: 10.32702/2306-6792.2024.10.12
- "Travel and Tourism Development Index 2024". *World Economic Forum*. May 2024. [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Travel\\_and\\_Tourism\\_Development\\_Index\\_2024.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf)
- Zhang, X., Song, H., and Huang, G. Q. "Tourism supply chain management: A new research agenda". *Tourism Management*, vol. 30, no. 3 (2009): 345-358.  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.010>
- Zhovnovach, R. I., Levchenko, A. M., and Malakhovskiy, Yu. V. "Problemy ta perspektyvy vykorystannia mizhnarodnoho dosvidu orhanizatsii makrorakhivnytstva u sferi derzhavnoho rehuliuвання turystychnoho klasteru natsionalnoi ekonomiky Ukrainy" [Problems and Perspectives of Using International Experience for Macroaccounting in the Field of the State Regulation of Ukraine National Economy' Tourist Cluster]. *Efektivna ekonomika*, no. 4 (2017). <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5789>