

К. Г. Бриль,
к. е. н., доцент кафедри туризму,
Чернігівський національний технологічний університет, м. Чернігів

МІСЦЕ СТРАТЕГІЧНИХ ПРІОРИТЕТІВ РОЗВИТКУ У ПІДВИЩЕННІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

К. Bryl,
PhD in Economics Associate Professor, Chernihiv National Technological University

THE ROLE OF THE STRATEGIC PRIORITIES OF DEVELOPMENT IN INCREASING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF TOURISM

У статті розкривається проблема визначення місця туризму в національній економіці. Спад туризму в Україні вимагає знаходження нових моделей організації та менеджменту. Держава має визначити стратегічні пріоритети розвитку туризму та координувати зусилля з приватним бізнесом.

У наявній ситуації стратегічною метою розвитку українського туризму має бути комплексний розвиток внутрішнього (на відміну від зовнішнього, який довго домінував) туризму. Це може бути досягнуто за допомогою таких засобів, як: переорієнтація туристичних підприємств з зовнішнього на внутрішній туризм; створення відкритої бази даних для потенційних інвесторів; забезпечення належного соціального економічного та екологічного середовища; активізація кооперації туристичних та інших підприємств; запровадження нових стандартів якості туристичного продукту тощо.

Одним з перспективних напрямів розвитку є промисловий туризм, який також може бути використаний для патріотичного виховання, іміджевої політики, інтернаціональної реклами торгових марок.

Щоб скористатися туристичним потенціалом, необхідно, по-перше, використовувати приватні інвестиційні ресурси, оскільки держава не в змозі забезпечити достатнє інвестування всіх галузей економіки. По-друге, слід досягнути максимального використання інформаційних ресурсів.

Існують численні методи оцінки інвестиційної привабливості. Однак позитивна оцінка регіону не гарантує реальних інвестицій в його економіку. Важливим є взаємозв'язок інвестиційної та інноваційної привабливості на всіх рівнях (підприємство, регіон, галузь, країна).

Показано, що головними факторами інвестиційно-інноваційної привабливості туризму є: розміри ринку, матеріальні, трудові та іміджеві ресурси; наявність туристично атрактивних об'єктів (дестинацій); розвиток інфраструктури; ризики інвестування; інвестиційні преференції; інноваційний потенціал. Список факторів може бути корисним для державного регулювання туризму, оскільки він дозволяє визначити стратегічні пріоритети державного впливу.

The article expounds the problem of defining the place of tourism in the national economy. The decrease of tourism in Ukraine demands finding new models of organization and management. The state should fix the strategic priorities of its development and co-ordinate efforts with the private business.

In the current situation the strategic development aim of Ukrainian tourism must be the complex development of inner (as an opposite to long-dominant outer) tourism. It can be achieved using such means as: re-orientation of the touristic enterprises from outer to inner tourism; forming an open data base for potential investors; providing suitable social, economical and ecological environment; activation of co-operation of touristic and other enterprises; introducing new quality standards of touristic products etc.

One of the perspective vectors of development is industrial tourism that can be also used for patriotic education and image policy, and also for the international advertisement of trade marks.

To make use of the touristic potential, it is necessary, firstly, to introduce private investment resources, because the state cannot provide sufficient investment for all the branches of economy. Secondly, maximal use of the informational resources must be achieved.

There are numerous methods of evaluation of investing attractiveness. Still, the positive evaluation of a region does not guarantee actual investments in its economy. The interrelations of investment and innovation attractiveness of all levels (enterprise, region, branch, country) is crucial.

As we show in the article, the main factors of investment-innovative attractiveness of tourism include: the scope of the market, the material, work and image resources, existence of touristic attractive objects (destinations), infrastructure development, investment hazards, investment preferences, innovative potential. The list of factors can be useful for the state regulation of tourism, as it allows defining the strategic priorities of state influence.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість, інновації, стратегічний пріоритет, фактори, розвиток.

Key words: investment, investment attractiveness, innovations, strategic priority, factors, development.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Однією з проблем туристичного бізнесу є визначення його місця і ролі в системі народногосподарського комплексу. Її вирішення залежить від чіткого розмежування сфер впливу держави і приватного сектору. Держава повинна встановлювати стратегічні пріоритети розвитку, а також акцентувати зусилля на окремих напрямках співпраці з приватним сектором економіки.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Низька прибутковість туризму на даний час є наслідком специфіки галузі та її позиції в конкурентному середовищі. Своїм фінансовим втручанням держава може нівелювати негативні ефекти ринку. З огляду на те, що туристична галузь пов'язана з багатьма іншими, держава також має сприяти підвищенню зацікавленості суміжних галузей в одержанні прибутків від участі у створенні та функціонуванні туристичних фірм. Важливість даного завдання в державному регулюванні розвитку туризму розглядається, зокрема, такими науковцями, як В.Г. Герасименко, Л.П. Дядечко, Н.В. Гошин, В.Ф. Кифяк, О.В. Крехівський, Л.О. Мармуль, В.Г. Явкін та ін.

Охарактеризовані вище роль та значення туристичної галузі в системі національного господарства та особливості її розвитку підтверджують необхідність більш активної позиції держави у встановленні стратегічних пріоритетів у даній сфері та підвищенні її інвестиційної привабливості.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ

Вплив туристичної галузі на економіку країни здійснюється насамперед через формування частини валового національного продукту. Тому однією з основних цілей реалізації програми розвитку туризму повинна бути максимізація впливу туристичної галузі на валовий внутрішній продукт країни, що можливо лише за умови чіткого визначення факторів інвестиційної привабливості та їх узгодження зі стратегічними пріоритетами її розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Стратегічне планування розвитку туризму України має здійснюватись з врахуванням двох процесів. Особливості сучасного світового туристичного ринку полягають в жорсткій конкурентній боротьбі за клієнта, ринки збуту та сфери впливу. В результаті зростання окремих туристичних фірм відбувається посилення концентрації туристичного ринку.

Водночас через військові загрози на Сході, підривається створення успішних туристичних брендів, унеможливується включення Сходу України в ринок туристично-рекреаційних послуг. В'їзний туризм знизився через негативний імідж України у зв'язку з військовими подіями. Внутрішній туризм також переживає не найкращі часи. Завантаженість готелів сягає лише 25—40% [1]. Через різке підвищення курсу валют і низьку платоспроможність громадян скоротився виїзний туризм — за окремими оцінками [2], приблизно на 80%.

У цих умовах виникає необхідність пошуку нових моделей організації та управління вітчизняними туристичними підприємствами. Для досягнення максимального економічного ефекту, в Україні необхідно запроваджувати нові підходи щодо заохочення розвитку туризму. Вони мають базуватися на кооперації (за умови переважного збереження національного характеру виробництва та національного власника) у вигляді угод між готельними і транспортними підприємствами, туроператорами і турагентами.

Досягнення зазначених завдань вимагає об'єднання ресурсів та зусиль усіх зацікавлених суб'єктів, в тому числі держави, на реалізації єдиних стратегічних пріоритетів. Враховуючи поточну ситуацію, стратегічною метою розвитку туризму в Україні має бути комплексний розвиток внутрішнього туризму з одночасним забезпеченням соціальної спрямованості, тобто доступності для тих категорій громадян, які відпочивають в Україні. На нашу думку, до стратегічних пріоритетів розвитку туристичної галузі, спроможних забезпечити інвестиційну привабливість, слід віднести:

— удосконалення нормативно-правової бази в напрямі переорієнтації роботи туристичних підприємств з виїзного на в'їзний туризм;

— отримання актуальної для інвесторів інформації про стан туристичної галузі та формування відкритої бази даних з цих питань;

— забезпечення стабільної соціально-економічної та сприятливої екологічної ситуації;

— надання податкових пільг підприємствам інших галузей, які займаються інвестуванням туристичної галузі;

— активізацію господарських зв'язків туристичних підприємств з іншими галузями економіки, що можливо через кластерні механізми взаємодії;

— формування у споживачів за допомогою спільної маркетингової політики екологічного підходу до споживання турпродукту;

— підвищення ролі туризму в соціально-економічному розвитку країни;

— впровадження нових стандартів якості туристичного продукту, приведення їх у відповідність з міжнародними стандартами;

— вдосконалення системи управління державними туристичними підприємствами і статистичного обліку;

— забезпечення зростання якості життя населення територіальних громад за рахунок розвитку туризму;

— підвищення конкурентоздатності, координація зусиль всіх зацікавлених структур щодо просування туристичного продукту на внутрішньому і міжнародному ринках;

— розвиток сфери туристичних послуг у рамках транскордонного співробітництва;

Крім того, необхідно використовувати невраховані компоненти туристичного потенціалу. Мова йде про ті категорії туристів, які готові або потенційно могли б відпочивати в Україні. До них відносяться: забезпечені люди, які вибирають готелі 5* в Карпатах, Трускавці та інших регіонах, де рівень готелів і цін порівнянний із закордонним; сім'ї з дітьми, які відпочивають близько місяця, орієнтуються на вартість відпочинку, а не його якість; туристи, які звикли відпочивати за кордоном по системі "Все включено", але унаслідок різкого подорожчання валюти вимушені були переорієнтуватися на внутрішні курорти; компанії друзів або родичів, які відвідують місця відпочинку у вихідні дні; студенти, особливо, жителі великих міст, які знаходять шляхи зменшення витрат на подорож, але все одно не залишаються удома та ін. Кількість таких людей збільшується, вони готові розглядати альтернативи закордонному відпочинку на території України. Але вони мало знайомі із структурою вітчизняного турпродукту і невпевнені в якості послуг, що пропонуються. Крім того, доцільно розвивати міські бізнес-готелі, де спостерігається стабільне звантаження і невелике зростання в середньому на 5—10% від аналогічних показників минулого року [3].

Перспективним вважається також розвиток промислового туризму та його інфраструктури. Його можна використовувати для організації та проведення екскурсій по об'єктах, у т.ч. для здійснення цільової патріотичної та іміджевої політики, популяризації конкурентоспроможних торговельних марок на міжнародних ринках [4].

Перелічені стратегічні пріоритети для своєї реалізації потребують двох визначальних ресурсів. Першим ресурсом є можливість залучення інвестиційних ре-

сурсів приватного сектора, адже досвід свідчить, що покладання надій передусім на державні кошти у вітчизняних умовах є безперспективним. Держава не може в достатній мірі забезпечувати коштами одночасно усі перспективні сфери економіки. Другим важливим ресурсом у реалізації вказаних стратегічних пріоритетів є організаційний. Його забезпечення також повинне бути покладене на державу, адже лише її регуляторна діяльність може спрямувати діяльність економічно та юридично самостійних суб'єктів у єдине стратегічне русло.

Науковці для оцінки інвестиційної привабливості підприємства пропонують аналізувати показники фінансового стану, доповнюючи проведений аналіз оцінкою перспектив існування та розвитку фірми [5]. Інші фахівці наголошують на важливості аналізу рівня ризику [6] і зовнішніх умов діяльності підприємства [7]. Серед основних напрямів оцінки інвестиційної привабливості проектів вказують на показники результативності, ресурсоемності та часові параметри досягнення результатів [8].

На макроекономічному і регіональному рівні важливими вважаються такі фактори як геополітичне розміщення, природно-ресурсна забезпеченість, вартість та кваліфікація робочої сили, місткість ринку [9]. Аналіз розвитку ринкової інфраструктури базується на вивченні кількості бірж, комерційних банків, інвестиційних та страхових компаній, аудиторів, фондів підтримки підприємництва, бізнес-центрів та бізнес-інкубаторів, що діють в межах регіону [10].

У процесі узагальнення цих підходів, може здатися, що набір факторів і показників для аналізу інвестиційної привабливості залежить від об'єкта дослідження. На нашу думку, даний висновок був би неточним. Безперечно, застосування, наприклад, коефіцієнтів аналізу фінансової діяльності підприємства для оцінки привабливості регіону проблематичне та недоцільне, тому врахування специфіки об'єкта дійсно необхідне. Разом з тим, позитивна оцінка регіону з позицій інвестиційної привабливості ще не є запорукою залучення інвестицій у його економіку. Якщо інвестор не знайде достатньо привабливого підприємства, вкладення коштів не відбудуться. Тобто ми вважаємо за доцільне акцентувати увагу на взаємозв'язку, взаємозалежності та взаємопроникненні інвестиційної й інноваційної привабливості об'єктів різних рівнів (підприємства, регіону, галузі, країни).

Часто інвестор цікавиться показниками діяльності підприємства тільки після того, як країна, регіон та галузь даної фірми визначені достатньо привабливими в інвестиційному плані. І навпаки — навіть інвестиційно привабливий проект може бути відхилений через незадовільну оцінку регіону чи галузі. Даний висновок необхідно враховувати при потребі залучення інвестицій на усіх рівнях економічної системи і якщо якийсь із рівнів справляє небажаний вплив на інвестиційну привабливість решти, слід вживати заходів щодо нівелювання цього негативного впливу. Запропонуємо власне бачення факторів оцінки інвестиційної привабливості туристичної галузі. Систематизуючи наведені підходи, можна виділити кілька основних факторів інвестиційної привабливості незалежно від рівня об'єкта:

- обсяги ринку збуту;
- ресурсозабезпеченість;
- рівень розвитку інфраструктури;
- рівень віддачі від вкладеного капіталу;
- ризики;
- наявність інвестиційних преференцій.
- потенціал у створенні інновацій;
- стан внутрішніх підсистем підприємства (управлінської, ресурсної, товарної, функціональної, організаційної);
- готовність досягати стратегічних цілей;
- здатність забезпечити реалізацію інновацій;
- відповідність внутрішнього і зовнішнього середовища особливостям інновацій.

Таким чином, ми визначили 11 основних напрямків оцінки інвестиційно-інноваційної привабливості. Кожен із них необхідно розглядати не тільки з позицій актуальної ситуації, а й враховуючи перспективи її розвитку. Розглянемо визначені фактори через призму особливостей туристичної галузі.

При оцінці обсягів ринку збуту слід враховувати внутрішній та зовнішній попит на туристичні послуги. Аналізуючи ж перспективи зміни ринкової ситуації, необхідно звернути увагу на динаміку доходів населення в країні та регіоні. Важливими резервами розширення ринку збуту туристичної галузі є поширення інформації про місцеві туристичні продукти за кордоном, переорієнтацію виїзного туристичного потоку на внутрішні туристичні об'єкти.

Оцінюючи ресурсозабезпеченість галузі, слід акцентувати увагу на виробничих ресурсах (основні засоби та необхідні для надання туристичних послуг матеріальні цінності), природних та антропогенних рекреаційних і туристичних ресурсах (природні об'єкти, визначні історичні пам'ятки тощо), трудових ресурсах (персонал, що відповідає кваліфікаційним, освітнім та іншим вимогам) та іміджевих ресурсах (уявлення про дану територію серед широкого загалу).

До інфраструктури туризму можна віднести виробництва та засоби, що забезпечують туристичним фірмам умови для ведення діяльності, тобто транспорт і зв'язок, житлово-комунальну, побутову, ринкову, фінансову сфери та консультаційну, інформаційну й організаційну підтримку. Стан інфраструктури визначає передусім довгострокові перспективи розвитку галузі. За умови недостатності послуг і товарів, що виробляються підприємствами інфраструктури, неможливе розширення діяльності туристичних фірм. Крім того, потреба нарощення інфраструктури вимагатиме значних ресурсів та часу.

Оцінка рівня віддачі від вкладеного капіталу цікавить інвестора як остаточний результат вкладення коштів. Під результатом переважно мається на увазі прибуток, тому і оцінювати пропонується норму прибутковості (середню по галузі, регіону і т. д.). При цьому з поля зору науковців часто випадає можливість здійснення інвестицій державою чи приватними інвесторами для досягнення соціального ефекту.

Імовірність досягнення бажаного результату інвестування визначається та оцінюється передусім через ризики, притаманні даній діяльності, галузі, території, проекту тощо. Ризик визначається як вартісний (кіль-

кісний) вираз імовірнісної події в умовах вибору однієї з альтернатив, реалізація якої може зумовити як отримання додаткових прибутків, так і погіршення фінансового стану компанії порівняно з попереднім. Ризики можуть бути викликані як зовнішніми так і внутрішніми факторами об'єкта оцінювання. Адекватний аналіз та врахування ризиків у інвестуванні можливі лише за умови вірної ідентифікації їх видів, які притаманні даному об'єкту. Виходячи з даної класифікації, оцінку та прогнозування ризиків слід проводити на основі аналізу політичної, макроекономічної ситуації та законодавчого процесу в країні. Характеристика специфічних ризиків повинна виходити з особливостей проекту чи підприємства, і більше пов'язана з мікрорівнем.

Наявність інвестиційних преференцій може бути джерелом спрощення діяльності інвестора та отримання додаткових доходів. З іншого боку, встановлення нерівних умов інвестування є дієвим засобом державного регулювання інвестиційно-інноваційної привабливості окремих галузей і територій. Далеко не завжди інвестиційні преференції слід пов'язувати зі зменшенням надходжень до бюджету. Податкові пільги та державне сприяння кредитуванню окремих галузей економіки — це не єдиний з можливих варіантів. Позитивний ефект часто досягається шляхом спрощення процедур реєстрації, ліцензування, отримання дозволів, надання інформаційної та організаційної підтримки через спеціалізовані державні установи тощо.

Потенціал у створенні інновацій науковці пов'язують з такими факторами як: нормативно-правові, фінансово-економічні та організаційні. На нашу думку, даний перелік необхідно доповнити таким фактором як наявність кваліфікованих творчих спеціалістів, які приймають безпосередню участь у створенні інновацій, та система їх матеріального заохочення.

Готовність до сприйняття інновацій визначається особливостями управління суб'єктами господарювання.

Наведений перелік факторів, можливо, має дискусійний характер, проте дозволяє констатувати ключову роль менеджменту у подоланні інерційності організації та підготовці її до запровадження інновацій. Зовнішніми характеристиками готовності організації до сприйняття інновацій є її розмір (чим більша організація, тим більша вона інерційна) та вік менеджерів на всіх рівнях (старші люди, як правило, більш консервативні).

Запропонований нами перелік факторів інвестиційно-інноваційної привабливості туристичної галузі, на нашу думку, є достатньо повним для потреб держави при розробці заходів щодо підвищення інвестиційної активності в галузі.

При цьому основними показниками досягнення стратегічної мети розвитку туризму в Україні вважаємо:

- збільшення попиту на вітчизняний туристичний продукт усередині країни;
- приваблення більшої кількості іноземних туристів;
- розширення набору послуг, які споживають туристи;
- подовження терміну перебування туристів в українських закладах відпочинку;

- розвиток соціального туризму;
- збільшення частки туризму в структурі ВВП.

Викладене вище дозволяє акцентувати увагу на необхідності пошуку деякого оптимального перерозподілу функцій та відповідальності за покращення інвестиційно-інноваційного клімату туристичної галузі між державою і приватним сектором. Система заходів із забезпечення такого перерозподілу, на нашу думку, повинна знайти своє відображення у законодавчих та програмних документах, а її практична реалізація повинна спиратися на відповідне організаційне забезпечення. Тому подальше дослідження доцільно спрямувати на виявлення ефективних форм організаційного забезпечення державної політики у сфері туризму.

ВИСНОВКИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Проведені в даному дослідженні термінологічні пошуки дозволяють запропонувати авторський підхід до трактування поняття "інвестиційно-інноваційна привабливість" та визначення основних груп факторів, що впливають на інвестиційно-інноваційну привабливість туристичної галузі. До них відносяться: обсяги ринку збуту, забезпеченість галузі матеріальними, трудовими, іміджевими ресурсами та наявність туристично привабливих об'єктів, рівень розвитку інфраструктури, рівень віддачі від вкладених інвестицій, ризику інвестування, наявність інвестиційних преференцій, потенціал у створенні інновацій, готовність до їх сприйняття. Запропонований перелік факторів дозволяє виділити стратегічні пріоритети впливу держави на формування її інвестиційної привабливості.

Література:

1. Рейтинги направлений и туроператоров в зимнем сезоне 2014/2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.turprofi.com.ua/rejtingi/719-rejtingi-napravlenij-i-turoperatorov-v-zimnem-sezone-2014-2015>
2. Выездной туризм в Украине сократился на 80% [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.newslines.com.ua/economics/vyezdnoy-turizm-v-ukraine-sokratilsya-na-80-analitik-09032015192700>
3. Внутренний туризм. Аналитика. Мнения отельеров — как относиться, чего ждать, что делать? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://hotelier.pro/etc/item/249-turizm>
4. "Щодо перспектив розвитку промислового туризму на Сході України". Аналітична записка [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1561/>
5. "Про затвердження Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій": Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій № 22 від 23.02.1998 р. // <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0214-98>
6. Андраш О.А. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств туристичної галузі / О.А. Андраш // *Вестник Национального технического университета "ХПИ": сб. науч. тр. Вып. 8: Технический прогресс и эффективность производства / Отв. ред.: П.Г. Перерва, Н.И. Поторелов. — Х.: НТУ "ХПИ", 2010. — С. 3—12.*

7. Носова О.В. Інвестиційна привабливість підприємства / О.В. Носова // *Стратегічні пріоритети. — 2007. — № 1. — С. 120—126.*

8. Серіков А.В. Про показники привабливості інноваційно-інвестиційних проектів розвитку підприємства / А.В. Серіков, Є.О. Бурлака // *Вісник економіки транспорту і промисловості, 2011. — № 33. — С. 259—264.*

9. Золочевська Л.М. Інвестиційна привабливість регіонів і міст // <http://kds.org.ua/blog/zolochevska-lm-tvorcha-robota-investitsijna-privablivist-regioniv-i-mist>

10. Михайлюк О.Л. Шляхи підвищення інвестиційної привабливості Одеської області / О.Л. Михайлюк // *Стратегічні пріоритети. — 2008. — № 1. — С. 120—130.*

References:

1. Schur, N. Ovsianyk, V. and Savchenko, T. (2015), "Ratings destinations and tour-operators in the winter season 2014/2015", available at: <http://www.turprofi.com.ua/rejtingi/719-rejtingi-napravlenij-i-turoperatorov-v-zimnem-sezone-2014-2015> (Accessed 10 May 2015).
 2. Newslines (2015), "The outer tourism in Ukraine decreased by 80 %", available at: <http://www.newslines.com.ua/economics/vyezdnoy-turizm-v-ukraine-sokratilsya-na-80-analitik-09032015192700> (Accessed 10 May 2015).
 3. Hotelier (2015), "Inner tourism. Analytics. The hoteliers' opinions-how to relate, what to wait for, what to do?", available at: <http://hotelier.pro/etc/item/249-turizm> (Accessed 10 May 2015).
 4. Klymenko, O.Yu. (2014), "About development perspectives of industrial tourism in Eastern Ukraine", available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/1561/> (Accessed 10 May 2015).
 5. Agency for the Prevention of bankruptcy (1998), "Ratification of Methodic of integral evaluation of investment attractiveness of enterprises and organizations", available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0214-98> (Accessed 10 May 2015).
 6. Andrash, O.A. (2010), "Evaluating the investment attractiveness of touristic enterprises", *Vestnik Natsional'nogo tekhnicheskogo universiteta KhPI*, vol. 8, pp. 3-12.
 7. Nosova, O.V. (2007), "Enterprise's investment attractiveness", *Strategichni prioriteti*, vol. 1, pp. 120-126.
 8. Serikov, A.V. (2011), "About the attractiveness indicators of innovation-investment projects of enterprise development", *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 33, pp. 259—264.
 9. Zolochevska, L.M. (2011), *Investytsiyna pryvablyvist' regioniv i mist* [Investment attractiveness of regions and cities], available at: <http://kds.org.ua/blog/zolochevska-lm-tvorcha-robota-investitsijna-privablivist-regioniv-i-mist> (Accessed 10 May 2015).
 10. Mykhailyuk, O.L. (2008), "Ways of increasing the investment attractiveness of Odessa region", *Strategichni prioriteti*, vol. 1, pp. 120—130.
- Стаття надійшла до редакції 14.05.2015 р.*