

ВПРОВАДЖЕННЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

©2024 БІЛЕЦЬКА Н. В.

УДК 338.48:330.322:332.1
JEL Classification: L83; O31; R11

Білецька Н. В.

Впровадження смарт-спеціалізації в контексті формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі

У статті досліджено роль смарт-спеціалізації як інноваційного підходу до розвитку туристичного сектора в регіонах України. Метою дослідження є аналіз, систематизація, узагальнення та удосконалення теоретико-методичного забезпечення впровадження смарт-спеціалізації в контексті формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі. Визначено, що розвиток туризму у контексті смарт-спеціалізації дозволяє поєднувати економічне зростання з інноваціями та сталим розвитком. Смарт-спеціалізація орієнтована на концентрацію зусиль і ресурсів на обмеженій кількості стратегічних напрямів, що мають найбільший потенціал для залучення інвестицій та підвищення конкурентоспроможності регіонів. Дослідження показало, що впровадження смарт-спеціалізації у туристичному секторі сприяє структурним змінам у регіональних економіках, підвищенню доданої вартості туристичних послуг і стимулює місцевий розвиток. Обґрунтовано процес розробки проекту збільшення інвестиційного потенціалу туристичної галузі на основі впровадження смарт-спеціалізації, що складається з восьми етапів, а саме аналіз туристичного потенціалу регіону, метою якого є оцінка наявного туристичного потенціалу регіону, що передбачає виявлення його унікальних ресурсів, можливостей для розвитку та існуючих обмежень; стратегічне планування розвитку туризму, метою якого є визначення основних напрямів розвитку туристичної галузі, встановлення пріоритетів і розробка довгострокової стратегії; аналіз інфраструктурного розвитку, метою якого є вивчення наявної туристичної інфраструктури та визначення напрямів для її покращення; партнерство та співпраця, метою якого є встановлення партнерських відносин із місцевими бізнесами, науковими установами та громадянським суспільством для спільної реалізації проекту; розробка інноваційних рішень, метою якого є інтеграція інновацій у всі аспекти туристичної галузі для підвищення її конкурентоспроможності; розробка стратегії залучення інвестицій, метою якого є формування ефективної стратегії для залучення зовнішніх і внутрішніх інвесторів у розвиток туристичної галузі; маркетинг і просування, метою якого є створення ефективної системи просування туристичного продукту регіону на внутрішньому та міжнародному ринках; моніторинг та оцінка, метою якого є відстеження ефективності реалізації проекту та забезпечення його відповідності поставленим цілям.

Ключові слова: смарт-спеціалізація, туристична галузь, регіональний розвиток, інновації, інвестиційний потенціал.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2024-3-84-91>

Рис.: 1. **Бібл.:** 9.

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

E-mail: tukviynat@ukr.net

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

UDC 338.48:330.322:332.1
JEL Classification: L83; O31; R11

Biletska N. V. Introduction of Smart Specialization in the Context of Formation of Investment Potential of the Tourism Sector

The article examines the role of smart specialization as an innovative approach to the development of the tourism sector in the regions of Ukraine. The aim of the study is to analyze, systematize, generalize and improve the theoretical and methodological support for the introduction of smart specialization in the context of the formation of the investment potential of the tourism sector. It is determined that the development of tourism in the context of smart specialization allows combining economic growth with innovation and sustainable development. Smart specialization is focused on concentrating efforts and resources on a limited number of strategic areas that have the greatest potential for attracting investment and increasing the competitiveness of regions. The study showed that the introduction of smart specialization in the tourism sector contributes to structural changes in regional economies, increases the added value of tourism services and stimulates local development. The process of developing a project to increase the investment potential of the tourism sector on the basis of the introduction of smart specialization, consisting of eight stages, is substantiated as follows: analysis of the tourism potential of the region with the purpose of assessing the existing tourism potential of the region, which involves identifying its unique resources, opportunities for development and existing limitations; strategic planning of tourism development, the purpose of which is to determine the main directions of development of the tourism sector, set priorities and develop a long-term strategy; analysis of infrastructure development in order to study the existing tourist infrastructure and identify areas for its improvement; partnership and cooperation, the purpose of which is to establish partnerships with local businesses, scientific institutions and civil society for the joint implementation of the project; development of innovative solutions with the purpose of integrating innovations into all aspects of the tourism sector to increase its competitiveness; development of a strategy for attracting investments, aiming at formation of an effective strategy for attracting foreign and domestic investors in the development of the tourism sector; marketing and promotion, the purpose of which is to create an effective system for promoting the region's tourism product in the domestic and international markets; monitoring and evaluation, in order is to track the effectiveness of the project and ensure that it meets the set goals.

Keywords: smart specialization, tourism sector, regional development, innovations, investment potential.

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

Biletska Natalia V. – Candidate of Sciences (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>

Вступ. Сучасні виклики і глобальні тенденції в економіці, які вимагають пошуку нових інструментів для підвищення конкурентоспроможності регіонів, обумовлюють необхідність дослідження впровадження смарт-спеціалізації в контексті формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі. Туризм є одним із найдинамічніших секторів світової економіки, а в умовах зростання попиту на індивідуалізовані та екологічні послуги, адаптація туристичних пропозицій до нових потреб стає вирішальним фактором для залучення інвестицій. Смарт-спеціалізація дозволяє регіонам концентруватися на своїх унікальних конкурентних перевагах, використовуючи інноваційні технології та інтеграцію міжгалузевих зв'язків для стимулювання економічного зростання. Впровадження смарт-спеціалізації в туризмі сприяє не лише залученню капіталу, а й сталому розвитку, оскільки підтримує збалансоване використання природних, культурних та історичних ресурсів, що є важливими для збереження унікальних регіональних особливостей. Дослідження є ґрунтовним для розробки ефективних стратегій підвищення інвестиційного потенціалу регіонів шляхом впровадження інновацій та спеціалізації в туристичному секторі, що є основою для конкурентоспроможного і сталого розвитку туристичної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню впровадженню смарт-спеціалізації на регіональному рівні присвячено велику кількість наукових праць. Такі закордонні та вітчизняні вчені, як Березняк Н. [1], Б'яджі Б. [2], Брандано М. [2], Ортега-Аргілес Р. [2], Боршекова К. [3], Ваньова А. [3], Віталішова К. [3], Беннер М. [4], Савина Г. [5], Джерелюк Ю. [5], Фролова Н. [5], Билим О. [5], Корчевська Л. [5], Сергеев Я. [5], Антонюк К. [6], Березіна О. [7], Федяєва М. [8], Македон Г. [9] та інші, присвятили свої роботи вивченню зазначеної тематики. Незважаючи на широке висвітлення в літературі, деякі питання впровадження смарт-спеціалізації не висвітлені повною мірою та потребують аналізу, систематизації та уточнення.

Мета дослідження – аналіз, систематизація, узагальнення та удосконалення теоретико-методичного забезпечення впровадження смарт-спеціалізації в контексті формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі.

Викладення основних результатів дослідження. Зростання ролі туризму в економіці України підвищує значущість місцевих органів самоврядування в реалізації національної туристичної політики. Важливою частиною цієї політики є туристична стратегія регіонів і громад. В контексті країн ЄС смарт-спеціалізація є ключовою концепцією реформованої політики згуртування. Смарт-спеціалізація є новим політичним підходом, спрямована на зміну пове-

дінки управління, заснована на підході «знизу вгору», коли ключові зацікавлені сторони розробили спільне бачення за допомогою динамічного та підприємницького процесу відкриття. Ці стратегії зосереджені на визначенні пріоритетів для інвестування у конкретні види діяльності з метою посилення порівняльних переваг у існуючих або нових сферах [1].

За даними Європейської комісії, підхід смарт-спеціалізації став ключовим інструментом для місцевого розвитку. Смарт-спеціалізація є ефективним інструментом для стимулювання структурних змін у регіональних економіках, зокрема у туристичній галузі. Вона забезпечує можливість створення нових спеціалізацій через поєднання знань, компетенцій та інноваційних рішень, що дозволяє регіонам ефективно використовувати свої унікальні ресурси. Впровадження смарт-спеціалізації в туристичному секторі сприяє розвитку інфраструктури, модернізації послуг і продуктів, що, своєю чергою, підвищує інвестиційну привабливість регіонів. Це, своєю чергою, сприяє сталому економічному зростанню та збереженню культурних і природних ресурсів. Смарт-спеціалізація створює основу для формування конкурентоспроможних і стійких туристичних продуктів, що відповідають сучасним потребам ринку та сприяють розвитку регіональних економік. Цей новий політичний підхід повністю змінює перспективу попередньої надання територіям і державам можливостей вибирати стратегії відповідно до економічних переваг, заснованих на місцевості, і вирішувати, яким конкретним секторам віддавати пріоритет [2].

У дослідженні [3] запропоновано концепцію розумного розвитку, яка ґрунтується на взаємозв'язку між інноваціями, конкурентною перевагою та туризмом. Основна мета цієї роботи – це визначити та оцінити вплив цих взаємодій на сталий просторовий розвиток. Такий підхід дозволяє глибше зрозуміти, як інновації можуть підсилювати конкурентоспроможність туристичних регіонів, сприяючи їхньому сталому економічному зростанню та збалансованому використанню природних і культурних ресурсів. Ключем до створення просторової конкурентної переваги є інновації, які враховують соціальні, культурні та інституційні контексти. Синтез теоретичних концепцій регіональної економіки, туристичних інновацій та сталого розвитку дозволяє сформулювати роль туризму в стратегії смарт-спеціалізації в міжгалузевому плані [4].

Дослідження [2] є першою роботою, що емпірично досліджує зв'язок між політикою розумної спеціалізації та туристичним сектором і надає повний огляд туризму як однієї з основних стратегій, обраних регіонами ЄС. Висновки дослідження підтверджують наявність зв'язку рішень про визначення пріоритетів із спостережуваними потенційни-

ми процесами трансформації (регенерації), що з'являються в регіонах, охоплюючи аспекти, пов'язані з промисловою диверсифікацією, регіональним брендингом, новою підприємницькою діяльністю в диверсифікованих областях і використанням ключових сприятливих технологій (KETs) для підвищення доданої вартості туристичної діяльності в регіоні. Такий висновок зроблено на основі розгляду пріоритетів, пов'язаних з туризмом, обраних регіонами NUTS-21, дослідження стратегій диверсифікації економіки (комплементарності), місцевих дій та інвестицій в цьому напрямку. Потенційно велика кількість регіонів може бути зацікавлена в інвестиціях у туризм: регіони, що мають природні та культурні ресурси та регіони, які вже характеризуються високим рівнем туристичних потоків, а також регіони, які перетворилися б на напрямок туризму.

Спеціалізація в секторі сектору туризму має плюси та мінуси, які необхідно враховувати [2]. Галузь туризму, з одного боку, динамічно розвивається і виглядає відносно більш стійкою до економічних потрясінь або кризи порівняно з іншими секторами. Натомість туристичний сектор базується на низькому рівні капіталу на працівника, технологіях та інноваціях. Крім того, якщо туристичне споживання не регулюється належним чином місцевою політикою, розвиток сектора може призводити до негативного впливу на якість життя населення, а також різних типів негативних зовнішніх ефектів. Туризм є найкращим вибором для регіонів, що мають сильну регіональну порівняльну перевагу в галузі, щоб і далі її використовувати, і регіонів, де туризм є додатковим сектором для диференціації регіональної економіки. Однак туризм може бути не правильним вибором для відстаючих регіонів без дійсно потужних туристичних ресурсів, таких як регіони без «унікальних» природних об'єктів та/або туристичної інфраструктури (житло, ресторани, культурні заходи тощо).

Туризм у контексті смарт-спеціалізації наразі є одним із ключових напрямків розвитку регіонів, що дозволяє поєднати економічне зростання з інноваціями та сталим розвитком. Методологія смарт-спеціалізації орієнтована на те, щоб регіони визначали унікальні сильні сторони та потенціал для розвитку. Завдяки своєму комплексному характеру та можливості реалізації різноманітних проектів туризм може стати одним із потенційних напрямків впровадження.

Регіональні одиниці, що прагнуть до смарт-спеціалізації в туризмі, повинні визначити свої унікальні туристичні атракції та ресурси. Це можуть бути культурні, історичні, природні або гастрономічні цінності, які відрізняють регіон від інших. Важливим є також виявлення існуючих інфраструктурних можливостей та визначення тенденцій у сфері туризму. Таким чином, регіони можуть розробити стратегію, яка буде включати ключові напрямки розвитку туризму з урахуванням потреб і бажань сучасних туристів.

Одним із найважливіших аспектів смарт-спеціалізації в туризмі є інноваційний підхід до створення та просування туристичних продуктів. Сучасний туризм виграє від використання технологій, таких як доповнена та віртуальна реальність, для створення інтерактивних і незабутніх вражень для туристів. Інноваційні маршрути та програми можуть зробити туризм у регіоні більш привабливим для

міжнародної аудиторії. Крім того, концепція може включати розвиток екотуризму та сталого туризму, спрямованих на збереження природних ресурсів та підтримку місцевих громад. Це може передбачати створення екологічних стежок, програм волонтерства для туристів, а також просування локальної кухні та ремесл. Організація тематичних фестивалів та подій, пов'язаних з культурною спадщиною та традиціями регіону, може привернути додаткову увагу туристів. Важливою частиною концепції є також активне співробітництво з місцевими бізнесами, готелями та ресторанами для створення спеціальних пропозицій та пакетів для туристів. Загалом ця концепція розвитку туризму в регіоні поєднує унікальні місцеві атракції з інноваційними технологіями та підходами для забезпечення незабутнього та індивідуального досвіду для кожного туриста.

Партнерство та співпраця з місцевими бізнесами, науковими установами та громадянським суспільством є ключовими факторами впровадження смарт-спеціалізації в туристичному секторі. Така взаємодія дозволяє мобілізувати ресурси, об'єднати знання і компетенції, що сприяє розвитку інноваційних підходів і конкурентоспроможних туристичних продуктів. Завдяки залученню місцевих стейкхолдерів забезпечується адаптація інфраструктури до сучасних викликів, а також підвищується здатність регіонів до сталого просторового розвитку. Це, своєю чергою, стимулює економічне зростання, покращує якість туристичних послуг і сприяє збереженню культурних і природних ресурсів. Отже, співпраця між різними організаціями дозволяє створити комплексні рішення, які відповідають потребам туристів і забезпечують взаємовигідні відносини для всіх сторін.

Ефективний маркетинг та просування регіону як туристичного напрямку є ще однією важливою складовою стратегії смарт-спеціалізації. Використання соціальних мереж та цифрових технологій дозволяє досягти більш широкої аудиторії та підвищити інтерес до регіону. Організація культурних та спортивних заходів, фестивалів та інших подій також сприяє залученню туристів та підвищенню репутації регіону.

У контексті смарт-спеціалізації важливим є розроблення інноваційної концепції розвитку туризму в регіоні, що має зосередитися на створенні інтерактивного та персоналізованого туристичного досвіду, який поєднує унікальні культурні та природні атракції з новітніми технологіями. Ця концепція передбачає розробку тематичних маршрутів, які зосереджуються на різних аспектах регіональної спадщини, таких як історія, культура, гастрономія або природа.

Інвестиційний потенціал регіонального туризму на основі смарт-спеціалізації є темою, яка поєднує економічний розвиток, інновації та стратегічне планування, спрямоване на підвищення конкурентоспроможності регіонів. Цей підхід дозволяє регіонам максимізувати свій потенціал, використовуючи власні унікальні ресурси та переваги для залучення інвестицій у туризм, що є важливим чинником економічного зростання.

Смарт-спеціалізація є новітнім підходом до регіонального розвитку, який акцентує увагу на концентрації зусиль і ресурсів на обмеженій кількості стратегічних на-

прямів. Вона спрямована на стимулювання інновацій, що здатні підвищити продуктивність та додану вартість у регіоні. У випадку туризму це означає визначення та розвиток туристичних продуктів та послуг, що мають найбільший потенціал для залучення туристів, а отже, інвесторів.

Регіональний туризм, зокрема, є сферою, яка може значно виграти від впровадження стратегії смарт-спеціалізації. Зосередження на певних видах туризму, таких як культурний, екологічний, гастрономічний, або медичний туризм, дозволяє створити висококонкурентний туристичний продукт, що привертає увагу як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів. Важливим аспектом є також створення унікальних туристичних маршрутів і кластерів, які базуються на місцевих особливостях і культурних традиціях, що дозволяє створювати унікальні пропозиції на ринку туризму.

Інвестиційний потенціал туризму, який базується на смарт-спеціалізації, полягає не лише у можливості отримання прямих інвестицій в інфраструктуру чи послуги, а й у створенні сприятливого середовища для розвитку малого і середнього бізнесу, стартапів та соціальних підприємств. Важливо, що розвиток туризму в контексті смарт-спеціалізації включає в себе не лише економічну складову, а й соціальну, культурну та екологічну, що сприяє сталому розвитку регіонів. Як зазначалось раніше, ключовим фактором успіху є залучення різних стейкхолдерів, таких як місцеві громади, бізнес, наукові установи та державні органи. Спільні зусилля дозволяють сформулювати чітку візію та стратегію розвитку туризму, яка враховує специфіку регіону та його потенціал. Важливою складовою є також міжнародна співпраця, яка дозволяє переймати досвід та залучати іноземні інвестиції.

Загалом смарт-спеціалізація є ефективним інструментом для підвищення інвестиційного потенціалу регіонального туризму. Вона дозволяє спрямовувати ресурси на розвиток напрямків із найбільшим потенціалом для залучення інвестицій, що, своєю чергою, сприяє сталому економічному зростанню регіону, створенню нових робочих місць та підвищенню у цілому якості життя в регіоні.

Для успішного розвитку інвестиційного потенціалу регіонального туризму на основі смарт-спеціалізації необхідно комплексно підходити до планування та реалізації проектів, залучаючи широкий спектр інструментів і методів.

Дослідження наявних теоретико-методичних розробок [2–9] дозволили сформулювати процес розробки проекту збільшення інвестиційного потенціалу туристичної галузі на основі впровадження смарт-спеціалізації (рис. 1).

Отже, процес розробки проекту збільшення інвестиційного потенціалу туристичної галузі на основі впровадження смарт-спеціалізації складається з таких етапів:

1. Аналіз туристичного потенціалу регіону. На цьому етапі основною метою є оцінка наявного туристичного потенціалу регіону, що передбачає виявлення його унікальних ресурсів, можливостей для розвитку та існуючих обмежень. Завданнями є проведення інвентаризації туристичних об'єктів, оцінка рівня розвитку туристичних послуг і визначення найперспективніших напрямів розви-

тку. Для цього використовують такі інструменти, як SWOT-аналіз, збір даних про туристичні потоки та оцінка конкурентних переваг регіону. Заходи в рамках етапу:

- проведення ґрунтового аналізу наявних ресурсів, включаючи природні ландшафти, кліматичні умови, історико-культурну спадщину, наявні туристичні об'єкти та послуги, та ідентифікація унікальних особливостей регіону
 - використання геоінформаційних систем (ГІС) для створення карт туристичних ресурсів, що допоможе у візуалізації та визначенні ключових зон розвитку;
 - оцінка туристичного попиту та тенденцій (регіональних, національних та міжнародних);
 - вивчення потреб і очікувань різних категорій туристів (внутрішніх та іноземних) через опитування, фокус-групи та аналіз ринкових даних;
 - аналіз існуючої туристичної інфраструктури (готелі, ресторани, пам'ятки тощо);
 - оцінка існуючих інвестиційних можливостей та аналіз бар'єрів для залучення інвестицій, зокрема правових та регуляторних обмежень.
2. Стратегічне планування розвитку туризму. Метою цього етапу є визначення основних напрямів розвитку туристичної галузі, встановлення пріоритетів та розробка довгострокової стратегії. Завдання полягають у формуванні бачення та місії туристичного розвитку, визначенні ключових цілей і завдань, а також визначенні необхідних ресурсів та потенційних інвесторів. Інструменти включають стратегічні сесії з експертами та представниками індустрії, розробку бізнес-моделей для різних сегментів туризму та консультації з місцевими громадами й підприємцями. Заходи в рамках етапу:
 - ідентифікація найбільш перспективних напрямків розвитку туризму на основі аналізу ринкових трендів та конкурентних переваг регіону;
 - визначення цільових ринків та аудиторії;
 - створення «дорожніх карт» для кожного пріоритетного напрямку, які визначатимуть ключові етапи, необхідні ресурси, відповідальні органи та потенційні ризики;
 - визначення ключових показників ефективності (KPI) для кожного напрямку, що дозволить контролювати успішність реалізації стратегії смарт-спеціалізації.
 3. Аналіз інфраструктурного розвитку. На цьому етапі метою є вивчення наявної туристичної інфраструктури та визначення напрямів для її покращення. Завдання включають оцінку транспортної доступності, огляд стану готелів, ресторанів та інших туристичних об'єктів, а також виявлення інфраструктурних прогалин, які можуть стримувати розвиток туризму. Для цього проводять аудит інфраструктури, аналізують проекти державно-приватного партнерства та розробляють план модернізації. Заходи в рамках етапу:

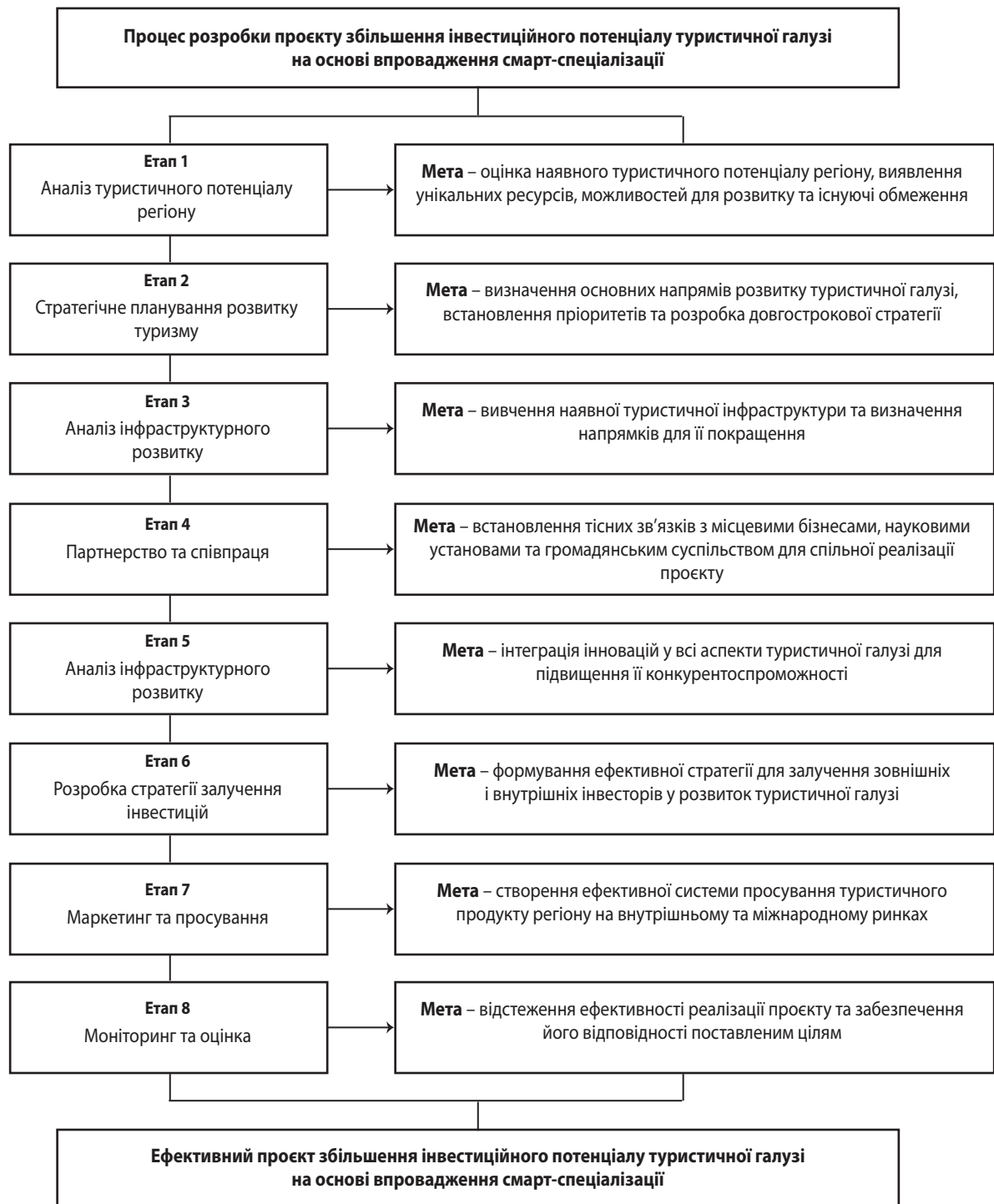


Рис. 1. Етапи процесу розробки проєкту збільшення інвестиційного потенціалу туристичної галузі на основі впровадження смарт-спеціалізації

Джерело: удосконалено автором

- розробка та реалізація довгострокових планів щодо модернізації інфраструктури, зокрема дорожньої мережі, що забезпечить зручний доступ до ключових туристичних локацій;
- розширення залізничного та авіаційного сполучення (за можливості), включаючи відкриття нових маршрутів, що з'єднують регіон з великими містами та туристичними центрами;
- впровадження сучасних транспортних рішень, таких як інтегровані системи громадського транспорту та розширення мережі велосипедних доріжок, що сприятиме розвитку екотуризму;
- створення паркінгів у популярних туристичних місцях для зниження транспортного навантаження на центральні зони та покращення умов для відвідувачів;

- підтримка будівництва нових та модернізація існуючих готелів, хостелів, кемпінгів та інших об'єктів розміщення, які відповідають потребам різних категорій туристів;
 - створення тематичних парків, музеїв, виставкових центрів та інших культурно-розважальних об'єктів, що відображають унікальність регіону та сприяють залученню інвесторів;
 - розвиток інфраструктури для активного відпочинку, включаючи мережі туристичних маршрутів, спортивні комплекси, водні атракціони, велопарки та інші об'єкти, що забезпечують різноманітність туристичних пропозицій;
 - розробка програми підтримки зеленого туризму, що передбачає будівництво та підтримку екологічних туристичних об'єктів, таких як екоферми, екопоселення та екооджі;
 - створення інтегрованих цифрових платформ для бронювання туристичних послуг, що об'єднують пропозиції місцевих операторів, готелів, ресторанів та екскурсійних агентств;
 - розробка мобільних додатків, які надаватимуть туристам інформацію про туристичні маршрути, визначні місця, заходи, доступні послуги, а також інтерактивні карти та аудіогіди;
 - впровадження систем «розумного туризму» (smart tourism), які використовують великі дані (Big Data) для аналізу туристичних потоків, управління туристичною інфраструктурою та надання персоналізованих рекомендацій для туристів;
 - створення віртуальних турів для потенційних туристів, що дозволять ознайомитися з регіоном та його визначними місцями до приїзду, підвищуючи таким чином рівень інтересу до регіону.
4. Партнерство та співпраця. Метою цього етапу є встановлення партнерських відносин із місцевими бізнесами, науковими установами та громадянським суспільством для спільної реалізації проекту. Завдання полягають у формуванні партнерств між різними стейкхолдерами, створенні мережі взаємодії між бізнесом, владою та громадою, а також залученні наукових установ до розробки нових туристичних продуктів. Інструменти включають організацію круглих столів, підписання меморандумів про співпрацю та створення консультативних комітетів. Заходи в рамках етапу:
- вироблення формату залучення до співпраці місцевих бізнесменів, науковців, представників громадськості та органів влади з метою формування туристичних кластерів, які спільно розроблятимуть та просуватимуть туристичні продукти;
 - створення спільних проектів між різними регіонами для розвитку транскордонного туризму та обміну досвідом у галузі управління туристичними ресурсами;
 - стимулювання інноваційних рішень у туризмі через організацію хакатонів, конкурсів стартапів, семінарів та інших заходів, які сприятимуть створенню нових туристичних продуктів і послуг;
 - розробка та реалізація програм спільного маркетингу та промоції, які залучатимуть увагу до регіону на національному та міжнародному рівні;
 - створення бізнес-інкубаторів та акселераторів для підтримки місцевих туристичних стартапів, що надаватимуть консультації, фінансову підтримку та доступ до інфраструктури;
 - організація навчальних програм та тренінгів для підприємців, що працюють з акцентом на розвиток бізнес-навичок, інновацій та маркетингу;
 - запровадження грантових програм для підтримки соціальних підприємств задля сприянню розвитку туристичного сектора та віцління культурної спадщини регіону;
 - спрощення доступу до кредитних ресурсів малих та середніх суб'єктів господарювання для створення спеціалізованих банківських продуктів та державних гарантій в рамках публічно-приватних партнерств.
5. Розробка інноваційних рішень. Метою цього етапу є інтеграція інновацій у всі аспекти туристичної галузі для підвищення її конкурентоспроможності. Завдання включають розробку нових туристичних продуктів на основі цифрових технологій, створення інтерактивних платформ для бронювання та планування турів, а також впровадження «зелених» технологій для сталого розвитку туризму. Основні інструменти цього етапу – це використання Big Data для аналізу туристичних потоків, розробка мобільних додатків для туристів та впровадження інноваційних методів маркетингу, як-от VR-тури. Заходи в рамках етапу:
- створення нових туристичних маршрутів або продуктів, які відображають унікальність регіону;
 - інтеграція технологій (наприклад, доповнена реальність, віртуальні тури) для покращення туристичного досвіду;
 - створення платформи для залучення туристів (наприклад, онлайн-бронювання, мобільні додатки).
6. Розробка стратегії залучення інвестицій. Метою цього етапу є формування ефективної стратегії для залучення зовнішніх та внутрішніх інвесторів у розвиток туристичної галузі. Завдання включають підготовку інвестиційних пропозицій, розробку програми стимулювання інвестицій та організацію заходів для потенційних інвесторів. Для цього використовують інструменти, як-от презентація інвестиційних можливостей регіону, проведення інвестиційних форумів і розробка спеціальних програм для підтримки інвесторів. Заходи в рамках етапу:
- формування привабливого інвестиційного клімату шляхом спрощення процедур для інвесторів, зниження адміністративних бар'єрів та забезпечення прозорості у взаємодії з державними органами;
 - розробка пакета інвестиційних пропозицій, який включатиме детальну інформацію про регіон, до-

ступні ресурси, інфраструктурні проекти, а також можливі форми державної підтримки, такі як гранти, субсидії та податкові пільги;

- залучення до процесу міжнародних та національних консалтингових компаній для розробки ефективної стратегії просування регіону на міжнародній арені;
 - пошук фінансування для проекту (державне фінансування, гранти, приватні інвестиції);
 - оптимізація використання ресурсів для забезпечення сталого розвитку;
 - розробка спеціальних інвестиційних програм для малих та середніх суб'єктів господарювання, що орієнтуються на створення інноваційних туристичних продуктів.
7. Маркетинг і просування. Метою цього етапу є створення ефективної системи просування туристичного продукту регіону на внутрішньому та міжнародному ринках. Завдання полягають у розробці брендингу туристичних продуктів, просуванні через цифрові канали й соціальні мережі, а також участі у міжнародних туристичних виставках. Інструменти включають створення вебсайту та мобільного додатку для туристів, впровадження інструментів онлайн-маркетингу (SEO, SMM) і залучення інфлюенсерів та блогерів для просування регіону. Заходи в рамках етапу:
- розробка маркетингової стратегії для просування регіону як туристичного напрямку;
 - застосування соціальних мереж і цифрових платформ для просування;
 - організація заходів і фестивалів для залучення туристів.
8. Моніторинг та оцінка. Метою фінального етапу є відстеження ефективності реалізації проекту та забезпечення його відповідності поставленим цілям. Завдання полягають у визначенні ключових показників ефективності (KPI), регулярному моніторингу виконання проекту та внесенні корективів до стратегії за необхідності. Інструменти включають впровадження системи збору та аналізу даних, проведення регулярних аудитів проекту та розробку звітності для зацікавлених сторін. Заходи в рамках етапу:
- встановлення механізмів для відстеження результатів проекту (кількість туристів, рівень задоволеності, економічний вплив);
 - оцінка ефективності проекту та внесення необхідних корективів.

Отже, процес розробки проекту збільшення інвестиційного потенціалу туристичної галузі на основі смарт-спеціалізації складається з восьми етапів, кожен з яких має свою мету, завдання та інструменти. Відмінною рисою процесу розробки проекту збільшення інвестиційного потенціалу туристичної галузі на основі впровадження смарт-спеціалізації є його інтегративний та системний підхід. Порівняно з існуючими запропонований процес передбачає тісну взаємодію між усіма зацікавленими сторонами (місцевим бізнесом, науковими установами, громадським сус-

пільством) на всіх етапах, що забезпечує адаптацію стратегії до реальних потреб ринку та специфіки регіону. Таким чином, смарт-спеціалізація не тільки забезпечує ефективний розвиток туристичної галузі, а й надає можливість інтегрувати інновації, залучати інвестиції та формувати партнерства, що є суттєвими відмінностями від традиційних моделей розвитку.

Висновки. Зростання ролі туризму в економіці України підкреслює важливість смарт-спеціалізації як ефективного підходу до розвитку регіонального туризму. Використання концепції смарт-спеціалізації сприяє не лише визначенню унікальних туристичних ресурсів, але й формуванню конкурентоспроможних продуктів, які відповідають сучасним вимогам ринку. Ефективне управління та стратегічне планування в цій сфері дозволяють регіонам залучати інвестиції, модернізувати інфраструктуру, а також забезпечувати сталий розвиток природних і культурних ресурсів. Важливо зазначити, що успіх впровадження стратегії смарт-спеціалізації вимагає активної участі всіх зацікавлених сторін: місцевих органів влади, бізнесу, наукових установ і громади. Співпраця цих учасників забезпечує більш адаптивний підхід до розвитку, дозволяє створювати інноваційні туристичні продукти та підвищувати інвестиційну привабливість регіонів. Таким чином, смарт-спеціалізація в туризмі може стати основою для розвитку сталого економічного зростання, підвищення якості життя населення та збереження культурних спадщин, забезпечуючи Україні нові можливості в глобальному туристичному ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Березняк Н. В. Європейська платформа смарт-спеціалізації – нові можливості для інновацій в Україні. *Наука, технології, інновації*. 2019. № 1. С. 3–7.
2. Biagi B., Brandano M. G., Ortega-Argiles R. Smart specialization and tourism: Understanding the priority choices in EU regions. *Socio-Economic Planning Sciences*. 2021. Vol. 74. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100883>
3. Borseková K., Vaňová A., Vitálišová K. Smart Specialization for Smart Spatial Development: Innovative Strategies for Building Competitive Advantages in Tourism in Slovakia. *Socio-Economic Planning Sciences*. 2017. Vol. 58. P. 39–50. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.seps.2016.10.004>
4. Benner M. Tourism in the context of smart specialization: The example of Montenegro. *Current Issues on Tourism*. 2020. Vol. 23 (21). P. 2624–2630.
5. Савина Г. Г., Джерелюк Ю. О., Фролова Н. Є., Билим О. С., Корчевська Л. О., Сергєєв Я. С. та ін. Соціально-економічний розвиток регіонального бізнес-середовища на засадах туристичного пріоритету СМАРТ – спеціалізації території : кол. моногр. Херсон : ФОП Вишемирський В. С., 2021. 327 с. URL: <http://eir.kntu.net.ua/jspui/handle/123456789/999>
6. Антонюк К. Перспективи використання смарт-спеціалізації у формуванні програми розвитку туризму Вінницької області. *Modern engineering and innovative technologies*. 2022. Іs. 20. P. 2. P. 96–100. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4220055>
7. Березина О. Ю. Смарт-спеціалізація для покращення умов життя домогосподарств: європейський досвід. *Економіка і організація управління*. 2018. № 4 (32). С. 35–46.--

8. Федяєва М. С. «Розумна» спеціалізація як інструмент трансформації національної економіки (теоретичний аспект). *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 26–1. С. 87–92.

9. Македон Г. М. SMART-спеціалізація як інструмент стратегічного розвитку Чернігівського регіону. *Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка*. 2023. № 30. С. 123–130.

REFERENCES

Antoniuk, K. "Perspektyvy vykorystannia smart-spetsializatsii u formuvanni prohramy rozvytku turyzmu Vinnytskoi oblasti" [Prospects for the Use of Smart Specialization in the Formation of the Tourism Development Program of the Vinnytsia Region]. *Modern engineering and innovative technologies*, vol. 2, no. 20 (2022): 96-100.

DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4220055>

Benner, M. "Tourism in the context of smart specialization: The example of Montenegro". *Current Issues on Tourism*, vol. 23 (21) (2020): 2624-2630.

Berezina, O. Yu. "Smart-spetsializatsiia dlia pokrashchennia umov zhyttia domohospodarstv: yevropeyskyi dosvid" [Smart Specialization to Improve the Living Conditions of Households: European Experience]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, no. 4(32) (2018): 35-46.

Berezniak, N. V. "Yevropeiska platforma smart-spetsializatsii - novi mozhlyvosti dlia innovatsii v Ukraini" [The European Smart Specialization Platform - New Opportunities for Innovation in Ukraine]. *Nauka, tekhnolohii, innovatsii*, no. 1 (2019): 3-7.

Biagi, B., Brandano, M. G., and Ortega-Argiles, R. "Smart specialization and tourism: Understanding the priority choices in EU regions". *Socio-Economic Planning Sciences*, vol. 74 (2021).

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100883>

Borsekova, K., Vanova, A., and Vitalisova, K. "Smart Specialization for Smart Spatial Development: Innovative Strategies for Building Competitive Advantages in Tourism in Slovakia". *Socio-Economic Planning Sciences*, vol. 58 (2017): 39-50.

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.seps.2016.10.004>

Fediaieva, M. S. "«Rozumna» spetsializatsiia yak instrument transformatsii natsionalnoi ekonomiky (teoretychnyi aspekt)" ["Smart" Specialization as a Tool for the Transformation of the National Economy (Theoretical Aspect)]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, no. 26-1 (2018): 87-92.

Makedon, H. M. "SMART-spetsializatsiia yak instrument stratehichnoho rozvytku Chernihivskoho rehionu" [SMART Specialization as a Tool for Strategic Development of the Chernihiv Region]. *Podilskyi visnyk: silske hospodarstvo, tekhnika, ekonomika*, no. 30 (2023): 123-130.

Savyna, H. H. et al. "Sotsialno-ekonomichni rozvytok rehionalnoho biznes-seredovyshcha na zasadakh turystychnoho prioritytetu SMART - spetsializatsii terytorii" [Socio-economic Development of the Regional Business Environment on the Basis of the Tourism Priority SMART - Specialization of the Territory]. Kher-son : FOP Vyshemyrskyi V. S., 2021. <http://eir.kntu.net.ua/jspui/handle/123456789/999>

Стаття надійшла до редакції 07.09.2024 р.

Статтю прийнято до публікації 24.09.2024 р.