

привело до структурних та якісних змін, поглиблення вже сформованого дисбалансу на ринку праці.

Станом на 1 січня 2023 р. найбільша кількість зареєстрованих безробітних була у Запорізькій, Дніпропетровській та Сумській областях [1] (перші дві входять до Придніпровського ЄР).

Ситуація на ринку праці також залежить від віддаленості регіону від лінії фронту, рівня підприємницької активності, ступеня мобільності робочої сили та від ефективної державної політики сприяння зайнятості населення та підтримки бізнес-середовища.

Для стабілізації регіональних ринків праці в умовах війни та повоєнної відбудови необхідно, на нашу думку, реалізувати низку заходів, спрямованих на розвиток та модернізацію бізнес-середовища: підвищення адаптивності робочої сили, її навчання найконкурентнішим професіям, максимальне залучення внутрішніх мігрантів до трудової діяльності; ефективність заходів, спрямованих на працевлаштування молоді, на основі прикладів успішного досвіду в інших європейських країнах. Відкриття нових індустріальних парків створить нові якісні робочі місця, де зможуть розвиватися нові підприємства та зростуть масштаби діяльності вже переміщених галузей. Активізація діяльності центрів підтримки бізнесу, надання консультаційної підтримки бізнес-ініціативам, впровадження програм модернізації державних підприємств та механізмів страхування від воєнних ризиків та інші заходи сприятимуть боротьбі з безробіттям, вирішенню проблеми зайнятості населення в регіонах країни в цілому та у Придніпровському ЄР, зокрема.

Список використаних джерел

1. Відновлення ринку праці в Україні в умовах війни: регіональні аспекти. [Електронний ресурс] / Національний інститут стратегічних досліджень. Режим доступу: <https://surli.cc/pogtqx> (дата звернення 02.05.2025).
2. Регіони України, 2021. Статистичний збірник. Частина 1. [Електронний ресурс] / За редакцією І. Вернера . Київ: Державна служба статистики України. Київ, 2022 – 276 с. Режим доступу: <https://surli.li/fgqpic> (дата звернення 02.05.2025).
3. Робоча сила України, 2021. Статистичний збірник. [Електронний ресурс] / За редакцією А. Солоп. Київ: Державна служба статистики України. Київ, 2022 – 216 с. Режим доступу: <https://surli.li/cjqext> (дата звернення 02.05.2025).

Науковий керівник: *Васильченко О. О., ст. викладач кафедри економіки і бізнесу, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

РЕАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ВРАЖЕНЬ У ТУРИЗМІ: МІЖНАРОДНІ ПІДХОДИ ТА ВИКЛИКИ АДАПТАЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ

Ціль сталого розвитку № 17 : Партнерство заради стійкого розвитку

Виноградова Д. В. dasha07vinogradova@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Важливим аспектом реалізації економіки вражень у світовій туристичній практиці є формування спеціалізованих команд фахівців, здатних створювати та керувати емоційними переживаннями відвідувачів. Денисенко М.П. та Юринець З.В. підкреслюють, що «успішні туристичні підприємства інвестують значні ресурси у відбір та навчання персоналу, який стає ключовим елементом у процесі створення незабутніх вражень для туристів» [3]. Дослідники відзначають тенденцію до залучення в туристичну галузь фахівців з театральної режисури, психології емоцій, сторітелінгу та event-менеджменту, які привносять нові підходи до конструювання туристичного досвіду.

У контексті глобальної трансформації туристичної індустрії, викликаній як

технологічними інноваціями, так і зміною поведінкових моделей споживачів, зростає актуальність дослідження концепції економіки вражень (experience economy) як стратегічного напрямку підвищення цінності туристичного продукту. Туризм дедалі менше функціонує як обслуговування стандартних послуг (перевезення, проживання, харчування) і дедалі більше перетворюється на інструмент емоційного, культурного й ідентифікаційного занурення. У цьому контексті актуальним є порівняльний аналіз практик впровадження концепції економіки вражень у країнах, що вже демонструють високу ефективність у формуванні диференційованих, емоційно насичених туристичних досвідів (таблиця 1) [1, 2].

Таблиця 1.1

Порівняльний аналіз реалізації концепції «економіки вражень» в провідних країнах світу і України

Країна	Ключовий підхід	Приклади реалізації	Рівень цифровізації	Акцент на автентіку	Стійкість моделі	Рівень участі туриста	Порівняння з Україною
США	Індустріалізовані досвіди	Disney World, Universal Studios, Airbnb Experiences	Високий	Низький	Середній	Високий	Україна має потенціал через природні й історичні ресурси, але бракує інфраструктури.
Японія	Поєднання традиції й технологій	TeamLab Borderless, чайні церемонії	Високий	Високий	Високий	Високий	В Україні поки відсутнє таке поєднання на системному рівні.
Італія	Культурно-гастрономічний досвід	Винні тури, фестивалі, ремесла	Середній	Високий	Високий	Високий	Україна має схожий потенціал у сфері гастрономії й культури, потребує брендування.
Ісландія	Природно-емоційний досвід	Blue Lagoon, тури до вулканів, оповідацький сервіс	Середній	Високий	Високий	Високий	Україна має подібні природні локації, але слабка емоційна подача.
ОАЕ	Штучно створені враження	VR-парки, шоу, тематичні інсталяції	Дуже високий	Низький	Низький	Середній	Україна має інший шлях — орієнтований більше на автентіку й культуру.
Україна	Потенціал автентичних та історичних вражень	Фестивалі, етнографічні музеї, агротуризм	Низький	Високий	Середній	Середній	Необхідно інвестувати в цифровізацію, сервіс і емоційну складову досвіду.

Джерело: сформовано автором на основі дослідження

Метою даного аналізу є ідентифікація провідних моделей реалізації економіки вражень у світовій туристичній практиці, виявлення спільних і відмінних стратегічних підходів, а також позиціонування України у цьому глобальному полі. Такий аналіз дозволяє виявити інституційні, технологічні та культурні чинники, що забезпечують успішну реалізацію досвіду як ключової цінності в туризмі.

Порівняння країн здійснювалося за п'ятьма ключовими критеріями, що відповідають основним засадам концепції Pine і Gilmore [4] та її сучасним інтерпретаціям у науковій літературі: ключовий підхід до формування враження, приклади реалізації, рівень цифровізації, акцент на автентичність, рівень участі туриста, стійкість туристичної моделі.

Для України, окрім загального аналізу, оцінено потенціал розвитку за цими критеріями, з урахуванням сучасного стану туристичної інфраструктури, цифровізації, культурної політики та стратегій регіонального розвитку.

Порівняльне дослідження міжнародного досвіду впровадження концепції економіки вражень у туристичній сфері дозволяє виявити розмаїття стратегічних підходів до формування туристичного продукту, орієнтованого на емоційне занурення та залучення споживача. Представлені у таблиці результати засвідчують, що ключовими детермінантами успішного впровадження моделі економіки вражень є рівень технологічної інтеграції, автентичність туристичних пропозицій, принципи сталого розвитку, глибина персоналізації сервісу та емоційної взаємодії з клієнтом.

Сполучені Штати Америки демонструють приклад високотехнологічного, індустріалізованого підходу до створення туристичних вражень, де пріоритет надається емоційній режисурі та інтерактивності. Зокрема, тематичні парки Disney World і Universal Studios функціонують як інтегровані простори, в яких відвідувачі занурюються в сюжетно-орієнтовані середовища, що реалізують основні положення концепції Pine і Gilmore [4]. Одночасно, платформа Airbnb Experiences репрезентує модель персоналізованої взаємодії, де туристи беруть участь у локальних заходах, організованих мешканцями приймаючих громад.

У Японії простежується синтез традиційної культури та цифрових інновацій. Інтерактивні експозиції музею teamLab Borderless у Токіо забезпечують багатовимірний сенсорний досвід за допомогою технологій доповненої та віртуальної реальності. Паралельно з цим, автентичні культурні практики, такі як чайна церемонія чи проживання у традиційних рьоканах, зберігають символічну та ритуальну глибину. Такий підхід дозволяє одночасно задовольнити потреби у гедоністичних враженнях і культурній рефлексії.

В Італії туристичний досвід сконцентровано переважно на культурно-гастрономічному компоненті. Практики участі у винних турах Тоскани, кулінарних майстер-класах у Сицилії та фестивалях опери у Вероні формують емоційно насичене занурення у культурне життя локальних спільнот. Такий досвід є прикладом ко-креації, де турист виступає не лише як споживач, а як активний учасник процесу творення цінності.

Ісландія позиціонується як простір природного емоційного досвіду, що підсилюється сюжетною інтерпретацією. Враження від купання у геотермальних джерелах Blue Lagoon, спостереження за північним сяйвом або екскурсії до вулканів із професійним гідом-оповідачем створюють естетично багатогранні та запам'ятовувані переживання, в яких турист інтегрується в унікальні природні події не як споглядач, а як співучасник.

Об'єднані Арабські Емірати, зокрема Дубай, демонструють модель гіпертехнологізованого туризму, що апелює до емоцій подиву, величі та театралізації. Інфраструктура на кшталт VR Park Dubai, Dubai Fountain Show та інші візуально-спектаклярні простори репрезентують концепцію «театралізованої економіки», де турист перетворюється на частину інтерактивної вистави.

Україна ж наразі перебуває на етапі формування вражень, орієнтованих переважно на автентичність і локальну ідентичність. Туристичні продукти базуються на етнокультурному, гастрономічному та природному потенціалі — приклади включають етнофестиваль «Країна мрій», реконструкції гуцульських весіль у Верховині, практики агротуризму в Закарпатті. Однак нинішні підходи все ще недостатньо інтегрують цифрові технології, сервіси персоналізації та елементи глибокого емоційного дизайну, що обмежує міжнародну конкурентоспроможність українського туристичного продукту.

Отже, проведене дослідження демонструє, що успішна реалізація концепції економіки вражень передбачає комплексний підхід: поєднання технологій, культури, участі та емоційної автентичності. Україна має унікальні передумови для формування туристичного

досвіду високої цінності, проте необхідна стратегічна модернізація – зокрема цифрова трансформація, впровадження сервіс-дизайну та розвиток концептуального сторітелінгу в туризмі.

Список використаних джерел

1. Бірюкова Ю., Чопко Н., Юринець З. Діяльність туристичних підприємств в умовах змін та інноваційного розвитку. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 66. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-41>
 2. Демко В. С., Свиноус І. В. Макроекономічний аналіз туристичного потенціалу України в міжнародному співробітництві. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2023. № 3(49).
 3. Конкурентоспроможність підприємництва в умовах інноваційно-інвестиційної модернізації економіки / М. П. Денисенко, З. В. Юринець, Р. В. Юринець, М. О. Кохан. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 19-24.
- Pine В. J., Gilmore, J. H. The Experience Economy: Competing for Customer Time, Attention, and Money. Boston: Harvard Business Review Press. URL: https://archive.org/details/experienceeconom0000pine_e8a2?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 27.04.2025).

Науковий керівник: Демко В. С. к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНІ

Ціль сталого розвитку №9: Інновації та інфраструктура

Головіна Є.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

У сучасній економіці підприємства відіграють ключову роль, оскільки саме вони є основним драйвером економічного та соціального розвитку. Їхня головна мета полягає в досягненні ефективних економічних результатів та соціальних цілей. Однак в умовах ринкової конкуренції підприємства змушені забезпечувати високий рівень конкурентоспроможності, що можливо лише за умови виробництва якісної продукції та надання сучасних послуг. Для цього необхідно активно впроваджувати інноваційні технології, використовувати "ноу-хау" та досягнення науково-технічного прогресу. Цей процес вимагає значних інвестицій, що робить інвестиційно-інноваційну діяльність основним чинником розвитку підприємств. Для України особливо важливим є активізація інноваційної та інвестиційної діяльності як на рівні окремих підприємств, так і на регіональному рівні, з урахуванням специфіки наукового та промислового потенціалу кожного регіону [1].

За даними Державного комітету статистики України обсяг інвестицій до 2020 року зростав. Суттєве скорочення в 2020 році вже відбулося через пандемію COVID-19 (-24,6% відносно 2019 року). У 2023 році капітальні інвестиції зросли до 627,3 млрд грн, що на 53% більше, ніж у 2022 році (409,7 млрд грн). Частка інвестицій у матеріальні активи стабільно висока (95% загальних капітальних інвестицій). Інвестиції в нематеріальні активи (права, патенти, ліцензії тощо) у 2023 році склали 30,8 млрд грн, що на 49% більше, ніж у 2022 році (20,6 млрд грн), однак рівень 2021 року (31,1 млрд грн) ще не відновлено [2].

В цілому можна стверджувати: основний обсяг інвестицій йде у реальний сектор (інфраструктура, виробництво); інвестиції у патенти та права зростають, але повільніше, що може свідчити про слабке стимулювання інновацій; ризики – потенційні загрози для подальшого зростання: війна, макроекономічна нестабільність, доступність фінансування.