

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-322-5-6>

УДК 338.48:001

Станіслава ПАСЕКА

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

<https://orcid.org/0000-0002-3017-0700>

[apaseka@ukr.net](mailto:apaseka@ukr.net)

Володимир ДЖУМУРАТ

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

<https://orcid.org/0009-0001-2588-5226>

[vldzumurat@gmail.com](mailto:vldzumurat@gmail.com)

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ

У статті поглиблено теоретичні засади дослідження туристичного потенціалу території. Визначено основні підходи до розгляду потенціалу як економічної структурної категорії, що дало змогу обґрунтувати його діалектичне розуміння та сформулювати дефініцію туристичного потенціалу. Запропоновано класифікацію ресурсної основи та складових туристичного потенціалу території за ресурсним (природний, історико-культурний, емоційний потенціал), бізнес (кадровий, інноваційний, інфраструктурний, соціальний потенціал) та управлінським (регулюючий, фінансовий, економічний, інституційний, інформаційний, безпековий потенціал) блоками. Актуалізовано характеристики туристичного потенціалу, що визначають особливості його оцінювання, а також функціональність, що підтверджує його охоронно-захисне, економічне, інтеграційне та суспільно-об'єднавче значення. Отримані результати є основою для вдосконалення методичних рекомендацій з оцінювання туристичного потенціалу та їхньої апробації на рівні України, регіонів і громад.

**Ключові слова:** туристичний потенціал, туристична дестинація, туристичні ресурси, бізнес-потенціал, управлінський потенціал, механізми регулювання.

Stanislava PASIEKA, Volodymyr DZHUMURAT

Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy

## THEORETICAL BASIS OF RESEARCH OF TERRITORY TOURIST POTENTIAL

The theoretical foundations of the study of the territory tourist potential in the article are developed. The main approaches to the consideration of the potential are determined – resource, factor and dialectical. This made it possible to substantiate the dialectical understanding of tourism potential as a structural economic category that determines the ability of the tourism industry and its subjects to develop based on the use of available and production of new resources, as well as support from authorities (through prioritization and regulatory mechanisms) to achieve optimal results. The optimal results of the development of the tourist potential involve the coordination of economic goals and the goals of sustainable development, which involve the preservation and restoration of natural and historical-architectural monuments, the cultural identity of the local population (ethnic groups, indigenous peoples).

The classification of the resource base and components of the territory tourist potential by resource (natural, historical and cultural, emotional potential), business (personnel, innovation, infrastructural, social potential) and administrative (regulatory, financial, economic, institutional, informational, security potential) blocks is proposed. The characteristics of the tourist potential, which determine the peculiarities of its evaluation, are updated. There are such characteristics as factual (localization, accessibility), quantitative (volumes, number, area), qualitative (condition (preservation, conservation, restoration), security), relative (concentration, load), market (capacity, cost, competitive advantages, uniqueness), consequential (development, profitability, tourism specialization of the economy, integration into the international market of tourist services, tourist attractiveness of the destination). The functionality of the tourist potential is determined, which emphasizes its security and protection, economic, integration, social and unifying significance. The obtained results are the basis for the improvement of methodological recommendations for the assessment of tourist potential and their approbation at the level of Ukraine, regions and communities.

**Keywords:** tourist potential, tourist destination, tourist resources, business potential, management potential, regulatory mechanisms.

### Постановка проблеми у загальному вигляді

#### та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

«Потенціал» є міждисциплінарною категорією, що використовується і в точних, і суспільно-гуманітарних галузях знань. Міждисциплінарність і фундаментальність категорії потенціалу підтверджує його використання при різних об'єктах дослідження. Потенціал стає предметоутворюючим елементом досліджень в економіці, зокрема систем (ринкових, галузевих і т. д.), окремих її складових (галузей, видів діяльності), суб'єктів (владних інститутів), об'єктів (підприємств, організацій, соціальних груп і т. д.). Переваги галузевого зрізу дослідження потенціалу спонукали вивчення потенціалу промисловості, сільського господарства, сфери послуг, окремих видів економічної діяльності та їхніх спеціалізацій. Належної уваги проблематика потенціалу набула в туристичній сфері. У дослідженнях учені часто оперують даним поняттям, однак досі залишаються невизначеними підходи до оцінювання потенційних складових, їх апробація на рівні регіонів і громад, через що проблема вдосконалення методології туристичного потенціалу залишається актуальною.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Огляд зарубіжних праць показує, що генезис досліджень з питань туристичного потенціалу бере початок з середини ХХ століття, але найбільш помітна активізація – з 80-х років. Найбільш цитовані іноземні дослідження з питань туристичного потенціалу стосуються потенціалу спадщини й сталого розвитку культурного туризму – праці Б. МакКерчера (Австралія) [1], Г. дю Крос (Канада) та інших [2]; потенціалу природних пам'яток, у тому числі їхніх мальовничих, наукових, історико-культурних і соціально-економічних цінностей – праці Б. Кінга, Дж. Денга (США) [3], Ж.-П. Пралонга (Франція) та інших [4]; потенціалу моноспеціалізованих територій, зокрема колишніх індустріальних (гірничодобувних) і сільськогосподарських – праці М. Йонсен-Вербеке (Бельгія) [5, 6], Є. Сун, К. Мін (Китай) та інших [6]. У цілому проблематика в іноземних працях більше розподілена за складовими туристичного потенціалу, хоча багато праць стосується аналізу на прикладі конкретних територій.

Слід відзначити, що провідною є ідея розгляду туризму як стратегії розвитку, через що туристичний потенціал є вихідною умовою оцінки для подальшого планування його використання. Однією з найбільш цитованих праць за даною темою є книга Р. Шейвенс (Нова Зеландія), в якій учена обґрунтовує важливість туризму і туристичного потенціалу в країнах «третього» світу з позиції «стратегії розвитку» [7]. Також велика увага в дослідженнях туристичного потенціалу приділяється конкретним природоохоронним територіям у контексті використання потенціалу для сталого розвитку.

В Україні дослідження туристичного потенціалу активізувались з 2000-х років, коли в принципі почала розвиватись вітчизняна наука про туризм в умовах поступового розвитку туристичної галузі. Огляд наукових праць на тему туристичного потенціалу показує, що найбільш розробленими напрямками у даному плані є: дослідження туристичного потенціалу території, який визначається наявністю певних ресурсів, що використовуються в туристичній галузі на рівні країни, регіонів чи окремих поселень, а також їхніх міжресурсних зв'язків (найбільш ґрунтовні праці – В. Герасименко, О. Мельниченко, О. Нодь, В. Руденко, В. Явкіна та інших [8–11]); дослідження потенціалу суб'єктів туристичної діяльності, зокрема в контексті «інновінгу», використання інтелектуального потенціалу (найбільш ґрунтовні праці – А. Мазаракі, Г. Михайліченко, С. Михайліченко та інших [12; 13]).

### Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Існуючі розробки потребують осучаснення та перегляду пріоритетів, зважаючи на виклики російсько-української війни, перспективи євроінтеграції та пріоритетизацію нових складових туристичного потенціалу, що пов'язані з історичною пам'яттю. Окрім того, потребують удосконалення методичні підходи до аналізування туристичного потенціалу на різних територіальних рівнях. Незважаючи на те, що найбільш розроблений напрямок стосується дослідження туристичного потенціалу України, відсутні цілісні підходи та розрахунки на рівні регіонів і громад. Актуальні дослідження динаміки результатів використання та розвитку туристичного потенціалу України, його втрат в умовах коронакризи та після повномасштабного російського вторгнення в Україну. У теоретико-методологічному плані також залишаються нерозробленими основи дослідження потенціалу ринку туристичних послуг, де увага має бути зосереджена на його місткості, потенціалі споживання, співробітництва, розвитку бізнесу, інтеграції у міжнародний ринок.

Таким чином, актуальність дослідження туристичного потенціалу є високою як у теоретичному, так і практичному аспектах.

### Формулювання цілей статті

Метою статті є вдосконалення теоретичних засад дослідження туристичного потенціалу території з визначенням його сутності, структури, функціональності як основи для розробки методичних підходів до оцінювання на різних територіальних рівнях.

### Виклад основного матеріалу

Категорія потенціалу в економіці має багатоаспектне використання та різні підходи до розуміння. Основними підходами до розгляду потенціалу є: ресурсний – потенціал як сукупність ресурсів; факторний – потенціал як фактор впливу, умова діяльності і розвитку; діалектичний – потенціал як можливість певної діяльності, спроможність розвиватись і досягати максимальні результати [14, с. 73].

Наведені підходи вказують, що потенціал дозволяє розуміти спроможності самого об'єкта та можливості впливу на нього (з боку ринкового середовища, держави та інших стейкхолдерів) для одержання найкращих результатів. При цьому, зважаючи на цілі сталого розвитку сучасного суспільства, мова має йти не про максимальні, а оптимальні результати, тобто такі, що балансують інтереси суб'єктів використання потенціалу та інтереси довкілля і майбутніх поколінь.

У даній статті при дослідженні туристичного потенціалу буде використано *діалектичний підхід*, що дозволяє аналізувати спроможності галузі туризму та його суб'єктів розвиватись на основі використання доступних і продукування нових ресурсів, а також можливості (механізми, пріоритети) регулювання для досягнення оптимальних результатів (рис. 1). Оптимальна результативність у туристичній галузі корелює з цілями сталого розвитку. За обґрунтуваннями фахівців Всесвітньої туристичної організації (UNWTO – The

United Nations World Tourism Organization) до 2030 року поставлено за мету перехід до сталого туризму завдяки узгодженню політики різних держав, інвестицій та ділових операцій суб'єктів туристичної діяльності [15].

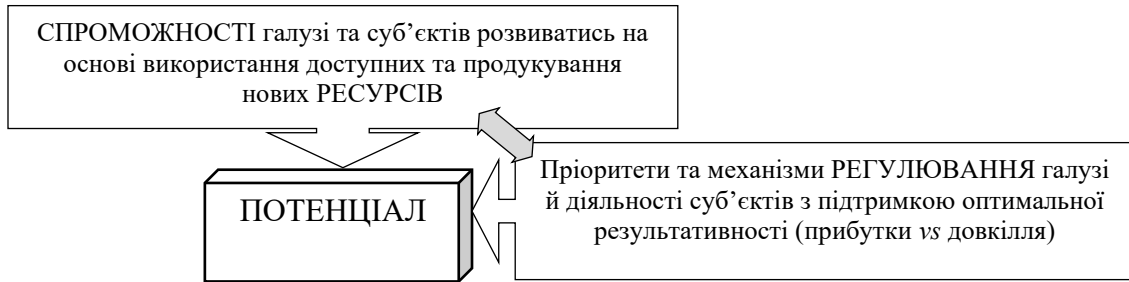


Рис. 1. Діалектичний підхід у дослідженні категорії «потенціал» в економіці

Джерело: розроблено автором

Теоретичні засади дослідження туристичного потенціалу передбачають розуміння його сутності, об'єктності й структури. Об'єктність окреслює фокус аналізу (табл. 1). Вибір об'єкта дозволяє формувати предмет дослідження, обираючи актуальний контекст розв'язання проблеми. Для прикладу, це можуть бути процеси сталого розвитку, інтеграції, цифровізації, дестабілізації та інші виклики зовнішнього середовища.

Актуальність дослідження категорії туристичного потенціалу певної території обумовлена:

- можливостями аналізування складових потенціалу та механізмів його регулювання з метою оптимізації результатів використання;
- розглядом потенціалу як структурної економічної категорії, визначенням на цій основі сильних і слабких сторін, можливостей покращення окремих складових;
- розглядом потенціалу на етапах формування, використання, нагромадження (в контексті відповідності цілям сталого розвитку), мобілізації (в кризові періоди), відтворення й розвитку.

Таблиця 1

#### Специфіка дослідження туристичного потенціалу залежно від об'єкту аналізу

Об'єкт аналізу	Складові аналізу
Туристичний потенціал території (туристичної дестинації) – держави, регіону, громади	Сукупність ресурсів – наявних і таких, що залучаються та продукуються туристичною діяльністю. Організація туристичної діяльності. Конкурентоспроможність у порівнянні до інших територій з подібними характеристиками. Туристична спеціалізація економіки, надходження від туризму до бюджетів. Туристична унікальність, самобутність місцевого населення.
Потенціал ринку туристичних послуг	Ємність ринку – максимально можлива кількість споживачів (у тому числі іноземних) і надавачів послуг, посередників та можливості її нарощування. Потреби населення в туризмі. Купівельна спроможність споживачів. Диверсифікація видів туризму та сегментів споживання.
Потенціал суб'єктів туристичної діяльності	Спроможність розвиватись при використанні наявних ресурсів та продукувати нові для задоволення попиту на туристичні послуги. Інноваційність діяльності.

Джерело: авторська розробка

*Туристичний потенціал* за своїм змістом є структурною економічною категорією, яка визначає спроможності туристичної галузі та її суб'єктів розвиватись на основі використання доступних і продукування нових ресурсів, а також підтримки з боку органів влади (через визначення пріоритетів й механізми регулювання) для досягнення оптимальних результатів.

*Туристична галузь* – це сфера економіки, що розвивається на основі відносин суб'єктів туристичної діяльності та суміжних сфер (готельно-ресторанної, санаторно-курортної, розважальної, музейної, культурно-мистецької, спортивної та інших) й різних атракцій, які викликають інтерес у туристів та формують попит на туристичні послуги.

*Суб'єкти туристичної діяльності* – це юридичні й фізичні особи, які легалізують право використання природних, історико-культурних й емоційних ресурсів та створення на їх основі туристичного продукту (надання туристичних послуг).

Туристичний потенціал розширює погляд на дослідження «туристичних ресурсів». Ресурсний підхід переважав у більшості економічних досліджень 70–90-х років ХХ століття. Для прикладу, популярними об'єктами досліджень того часу є «економічні ресурси», «трудова ресурси», «фінансові ресурси», «інформаційні ресурси», врешті – «природні ресурси». Ресурсний підхід був виправданий під час командно-адміністративної системи. В умовах ринкової економіки науковці та практики поступово перейшли до використання терміну «потенціал», вкладаючи в його структуру ресурсну основу, але більш широко дивлячись на можливість використання й розвитку. «Туристичні ресурси», як і «туристичний потенціал», є структурною категорією, але якщо потенціал – це про систему як цілісність та взаємодії, то ресурси – це про

перелік певних складових. «Туристичний потенціал» і «туристичні ресурси» – тісно інтегровані між собою, адже потенціал є однією з характеристик ресурсів (поруч з характеристиками споживчої вартості, комплексності, рекреаційності, участі людини та інших взаємодій [16]), але й ресурси є основою для формування потенціалу (рис. 2).

Визначення переліку туристичних ресурсів є основою для їхнього обліку, моніторингу стану використання, відтворення, збереження держави та врегулювання туристичної галузі загалом. Щодо розподілу туристичних ресурсів, як і щодо потенціалу, теж розроблені різні підходи, які доволі ґрунтовно розглянуті в праці Н. Паньків; сама автор пропонує туристичні ресурси поділяти на природні, антропогенні та соціально-економічні [17, с. 97].



Рис. 2. Зв'язок категорій «туристичні ресурси» і «туристичний потенціал»

Джерело: [16]

Підходи до поділу туристичних ресурсів є основою для структурування туристичного потенціалу (рис. 3). Пропонуємо виділяти ресурсну, бізнес- та управлінську складові, що відповідає дефініції туристичного потенціалу, наведеній вище. Таким розподілом підкреслюється, що наявність ресурсів на певній території, які можуть бути цікавими туристичними об'єктами та визначати її функціональність як туристичної дестинації, не означає її високий туристичний потенціал. Ресурсна складова є основою для формування туристичного потенціалу. Його використання та розвиток детермінуються бізнес- та управлінською складовими. Бізнес-складова – це не лише підприємництво і кадрове забезпечення, але й інноваційні бізнес-ідеї, що дозволяють позиціонувати туристичну дестинацію як унікальну. Управлінська складова туристичного потенціалу забезпечує контроль використання ресурсного потенціалу, регулювати й стимулювати суб'єктів туристичної діяльності в контексті забезпечення сталого розвитку.

Складові туристичного потенціалу території наступні:

1. Ресурсний потенціал: 1.1. Природний: території рекреаційного призначення – морські узбережжя, гірські, з водоймами, рибальські й мисливські угіддя та ін.; рекреаційні курорти; природоохоронні території – заповідники, національні парки, пам'ятки природи, заказники; об'єкти пізнавального призначення – орнітологічні, притулки для тварин, зоопарки та ін.; розважальні об'єкти з використанням природних ресурсів – водні, скелелазіння, спелео- та ін.; 1.2. Історико-культурний: пам'ятки Світової спадщини ЮНЕСКО, національного, місцевого значення (замки, фортеці, палаци, вілли та ін.); об'єкти й заходи пізнання культури – майстер-класи, перебування в зелених садибах; релігійні об'єкти й заходи – прощі, реколекції, обряди; культурно-мистецькі об'єкти й заходи – вистави, концерти, фестивалі, ярмарки, виставки, музейні експозиції та ін.; об'єкти нематеріальної культурної спадщини; спортивні об'єкти й заходи – змагання, чемпіонати; 1.3. Емоційний: місця трагедій – розстрілів, ув'язнень та ін.; місця техногенних катастроф; медійні місця – зйомок фільмів, описані у книгах; місця перебування (народження, смерті) видатних особистостей; території з індустріальними об'єктами – шахти, закинуті й сучасні підприємства та ін.; ресурси, що потребують збереження та відновлення, в тому числі за участі туристів.

2. Бізнес-потенціал: 2.1. Кадровий: суб'єкти туристичної діяльності; суб'єкти діяльності в суміжних сферах – санаторно-курортній, готельного і ресторанного бізнесу, індустрії розваг, культурно-мистецькій; зайняті в туризмі; зайняті в суміжних сферах; управлінці в галузі туризму; особи, які здобуваються освіту за туристичною і суміжними спеціалізаціями; 2.2. Інноваційний: інноваційні продукти в туризмі (додатки, доповнена реальність, віртуальні 3D тури та ін.); авторські індивідуальні та колективні тури; 2.3. Соціальний: споживачі туристичних послуг – потенційні й реальні; екологічна ситуація територій; гостинність, толерантність, освіченість місцевого населення; 2.4. Інфраструктурний: колективні засоби розміщування – готелі, мотелі, хостели, кемпінги, притулки, табори та ін.; спеціалізовані засоби розміщування – санаторії, профілакторії, пансіонати, дитячі заклади оздоровлення, бальнеологічні й грязелікарні, бази та ін.; ресторани, концептуальні заклади харчування, мобільне харчування; торговельно-розважальні центри; сувенірні крамниці; театри, музеї; концертні зали, клуби, кіно; спортивні комплекси – стадіони, льодові арени, басейни та ін.; заклади розважального відпочинку – аквапарки, боулінг, дискотеки та ін.; заклади для організованих подій – форумів, з'їздів, конференцій, виставок та ін.; інфраструктура міжнародних переміщень – пункти пропуску, міжнародні аеропорти; транспортна

інфраструктура для внутрішніх переміщень – авіа-, залізнична, дорожня, вело-; мережа туристичних маршрутів; заклади, що надають послуги перекладу; заклади, що надають професійні послуги з медицини, стоматології (медичний туризм); наукові й освітні заклади (науковий та освітній туризм); фінансові установи, банкомати, термінали.

3. Управлінський потенціал: 3.1. Регулюючий: законодавчі акти в галузі туризму; адміністративні обмеження – ліцензії, сертифікати, категорії; перевірки в галузі туризму; податкові навантаження в галузі туризму; 3.2. Фінансовий: бюджетне фінансування на цілі розвитку туризму, природоохоронну діяльність, охорону історико-культурної спадщини та інші суміжні сфери; бюджетне фінансування підготовки кадрів для туризму; система оподаткування в туризмі; обсяги кредитування суб'єктів туристичної діяльності; легальність туристичної діяльності; 3.3. Економічний: туристична спеціалізація економіки; обсяги інвестицій у туризм – внутрішні, іноземні; 3.4. Інформаційний: туристичні портали; сайти бронювання; туристичний брендинг; туристична реклама; туристично-інформаційні центри; туристичне знакування; друкована продукція – карти, путівники; мобільні додатки для подорожей; 3.5. Інституційний: об'єднання суб'єктів туристичної діяльності – внутрі-, міжгалузеві; співробітництво суб'єктів туристичної діяльності з органами державної влади та місцевого самоврядування; громадські організації туристичної спеціалізації; 3.6. Безпековий: візовий режим; обсяги туристичного страхування; організований туристичний супровід.

Дослідження туристичного потенціалу має включати не лише оцінку його складових, але й розуміння основних *характеристик*, на які треба звертати увагу при їхньому дослідженні:

- фактичні характеристики – локалізація, доступність;
- кількісні характеристики – обсяги, чисельність, площа;
- якісні характеристики – стан (збереження, консервація, відновлення), захищеність (на міжнародному рівні, держави, місцевої влади);
- відносні характеристики – концентрація (до площі території), навантаження (до чисельності населення і туристів);
- ринкові характеристики – місткість, вартість, конкурентні переваги, унікальність;
- наслідкові характеристики – рівень освоєння, дохідність, туристична спеціалізація економіки, інтеграція у міжнародний ринок туристичних послуг (послуги для іноземних туристів), туристична привабливість дестинації.

Для розвитку території як туристичної дестинації може бути використаним практично весь ресурсний потенціал. Рівень освоєння ресурсів залежить від бізнес-складової, а наслідки – від управлінської складової туристичного потенціалу. Виділення окремою складовою *бізнес-потенціалу* обумовлене максимальною роллю людського чинника в усіх сферах економіки в епоху пріоритизації знань та інтелекту. Бізнес-потенціал у туризмі формується не лише суб'єктами туристичної діяльності та суміжних галузей з поширенням традиційних моделей реалізації бізнес-ідей, але також діяльністю суб'єктів, які впроваджують інноваційні підходи.

Туристична галузь є сприятливою сферою для реалізації інноваційних бізнес-ідей. Інновації в туризмі дозволяють: продукувати унікальні туристичні продукти й послуги; підвищувати якість та забезпечувати конкурентні переваги туристичних послуг через супровід інноваційними продуктами.

Поширеними інноваційними продуктами в туризмі є: сайти бронювання й купівлі квитків, місць проживання, екскурсійних та інших послуг, пов'язаних з туризмом; інформаційні системи функціонування суб'єктів туристичної діяльності та суміжних сфер, внутрішньої системи менеджменту, промоції; додатки (мобільні, для ПК); матричне штрихування (QR-код) туристичних маршрутів, супутньої продукції; доповнена реальність до реальних турів; віртуальні 3D тури; інформаційні системи для планування туристичних маршрутів (трекери відстані, визначення легкості турів); інформаційно-аналітичні системи (мапи, графіки, дашборди) для моніторингу розвитку галузі.

Ризиком поширення інновацій у туризмі є послаблення орієнтування на первинні потреби туристів – зв'язку з природою й рекреації, пізнання історії та культури. Інноваційна продукція глобалізує туристичну галузь, орієнтує на масовий ринок та може призводити до нівелювання базового вигляду туристичних дестинацій.

Огляд сучасних інноваційних досягнень у туризмі вказує на переважання еколого-орієнтованих цілей розробки й впровадження інновацій. Такі інновації можуть бути:

- технологічними (для прикладу, мобільний додаток, який дозволяє шукати «екологічно чисті» заклади харчування, відпочинку і розваг під час подорожі);
- інфраструктурними (для прикладу, будівництво екологічних готелів та інших закладів туристичної інфраструктури);
- фінансовими (для прикладу, перерахування частини прибутку від подорожей на екологічні цілі);
- соціальними (для прикладу, віртуальні тури для осіб з обмеженими можливостями, похилого віку).

Незважаючи на значну роль бізнес- та управлінської складових для розвитку туристичного потенціалу, його основу формує *ресурсна складова*, зокрема природно-кліматичні, історико-архітектурні й культурні ресурси. Їхня концентрація на певній території, антропогенний вплив, модифікація й інфраструктурна розбудова дозволяють розвивати окремі види туризму, особливо якщо ці ресурси є унікальними й володіють конкурентними перевагами:

- ресурси природного потенціалу – рекреаційний, спортивно-розважальний, водний, гірський, спелео-, екологічний, зелений, мисливський, рибальський, кінний, лижний, екзотичний, фотосафарі, наметовий, дикий та інші види туризму;

- ресурси історико-культурного потенціалу – культурно-пізнавальний, мистецький, музейний, театральний, релігійний, гастрономічний, музичний, фестивальний, археологічний, креативний (пізнання нематеріальної спадщини через майстер-класи тощо) та інші види туризму;

- ресурси емоційного потенціалу – індустріальний, сталкерський, військовий, туризм пам'яті, ностальгійний, літературний, активний екотуризм (новий вид туризму, який почав популяризуватись з 2022 року та передбачає участь туриста у відновленні природних об'єктів, об'єктів історико-культурної спадщини, покращення стану дестинації тощо) та інші види туризму.

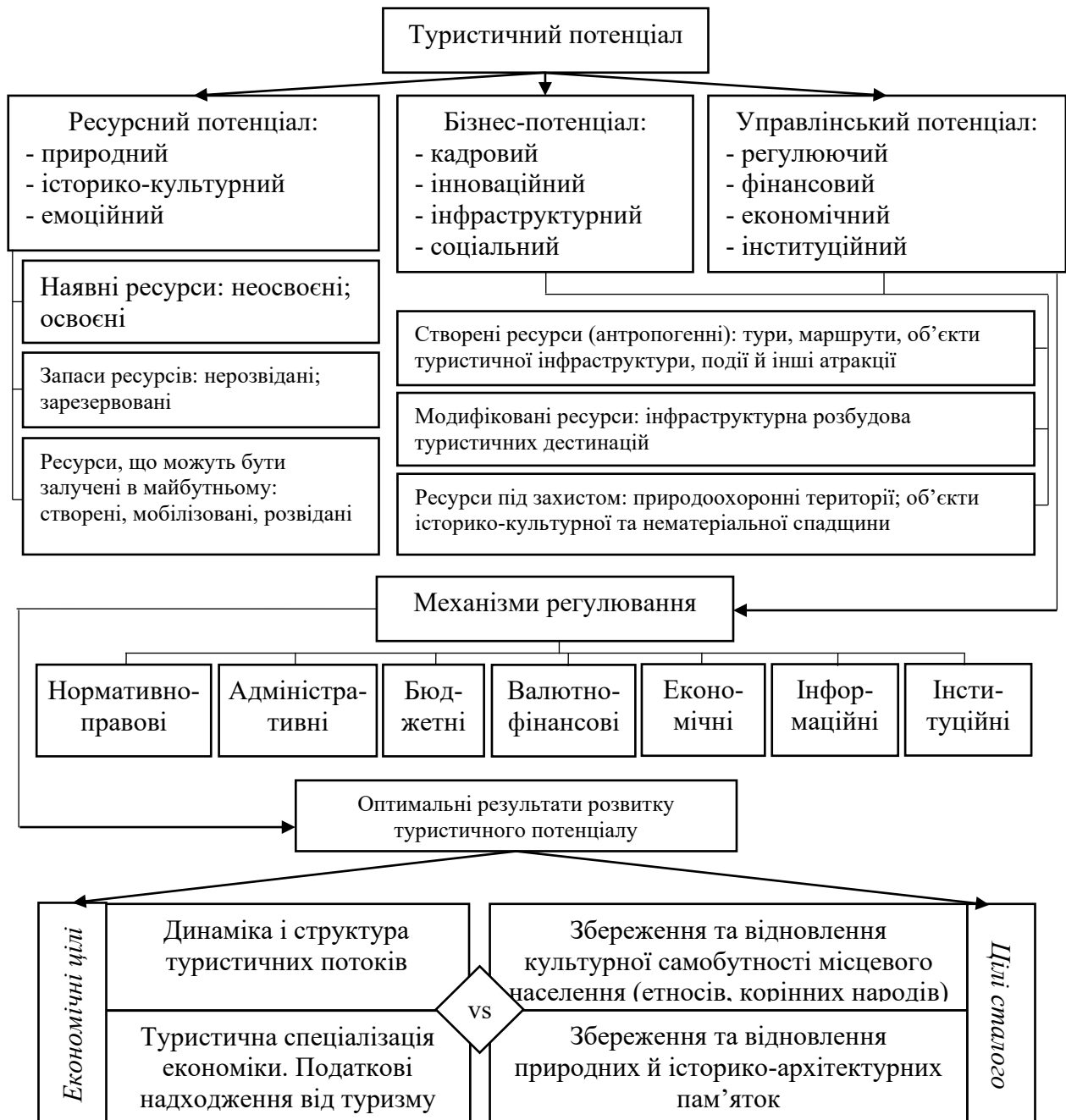


Рис. 3. Сутність туристичного потенціалу: класифікація ресурсної основи, механізми регулювання та оптимальні результати  
Джерело: авторська розробка

Окремі види туризму поєднують використання і природного, і історико-культурного потенціалу. Для прикладу, це міський і сільський види туризму, віртуальний туризм як особливий спосіб задоволення потреб у туризмі, експедиційний (залежно від мети дослідження), подієвий (івент-) туризм (залежно від змісту події), агротуризм (перебування в агрооселях в екологічно чистому природному середовищі та

одночасно пізнання побуту місцевого населення), туризм залежно від способу пересування (піший, вело-, авто-). На сучасному ринку туристичних послуг також розвиваються нові види туризму з переважаючим використанням бізнес-складової туристичного потенціалу, будучи вже менше прив'язаними до природних та історико-культурних ресурсів. Для прикладу, це шопінг-, науковий, діловий, освітній, медичний, стоматологічний та інші види туризму.

Розглянуті вище положення в значній мірі акцентують увагу на сутності туристичного потенціалу як структурної категорії. Туристичний потенціал має виняткове та всебічне значення для кожної території. Тому в підсумок обґрунтування його сутності слід також визначити його *функціональність*:

- охоронно-захисну – розуміння складових туристичного потенціалу та стану їхнього використання є основою для вироблення природоохоронної політики та політики захисту історико-культурної і нематеріальної спадщини;

- економічну – розуміння складових туристичного потенціалу дозволяє оцінювати ефективність його використання та визначати можливості розвитку з балансуванням економічних цілей і цілей сталого розвитку;

- інтеграційну – розвиток туристичного потенціалу дозволяє покращувати якість послуг, визначати їхню унікальність і конкурентні переваги та масштабувати у пропозиціях для іноземних туристів;

- суспільно-об'єднавчу – розуміння туристичного потенціалу популяризує подорожі в туристичних дестинаціях найперше серед місцевого населення.

Суспільно-об'єднавча функція туристичного потенціалу визначає базові умови для його розвитку, залучаючи місцевих мешканців до культури подорожей. Це важливий процес формування потреб у рекреації і туризмі, готовності населення витратити на подорожі, незалежно від рівня добробуту. Іншою стороною є виховання патріотизму через туризм завдяки пізнанню історії, культури, природних особливостей рідного краю, посиленню зв'язку з територією народження та пам'яті роду. В умовах глобалізації вирізняється тренд, коли особи подорожують у віддалені й популярні туристичні дестинації, не знаючи особливостей туристичного потенціалу ближнього середовища. Пандемія Ковід, зниження добробуту, інші безпекові загрози спонукали до пошуку альтернативних способів задоволення туристичних потреб, через що з 2020-х років почало поширюватись явище «stayscation», що означає короткостроковий відпочинок «поблизу дому».

#### **Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі**

Отже, туристичний потенціал – надзвичайно ємна економічна категорія. Економічний зміст потенціалу означає, що його використання має детермінувати розвиток туризму як галузі, забезпечуючи прибутковість суб'єктів туристичної діяльності, створюючи можливості для реалізації бізнес-ідей та задовольняючи рекреаційні, пізнавальні й розважальні потреби населення. Але це не відкидає необхідності узгодження економічних цілей з вимогами сталого розвитку, через що актуально визначати оптимальні результати розвитку туристичного потенціалу.

Економічна діяльність з використанням туристичного потенціалу в умовах абсолютної дерегуляції супроводжується ризиками надмірної експлуатації та руйнування природних й історико-культурних ресурсів, спекуляцій щодо продукування й залучення емоційних ресурсів. Для уникнення цього навіть у країнах з розвинутим соціально відповідальним бізнесом діють механізми, які регулюють туристичну діяльність. Тому в контексті поглиблення методології туристичного потенціалу території актуально досліджувати механізми регулювання в даній сфері, які орієнтовані на формування синергійного конкурентного середовища туристичної діяльності, що охоплює не лише економічний, але й охоронно-захисний, інтеграційний й суспільно-об'єднавчий функціонал туризму. Власне предметом подальших досліджень автора буде визначення механізмів розвитку туристичного потенціалу території з обґрунтуванням найбільш актуальних для туристичної галузі України.

#### **Література**

1. McKercher B., Ho P. S. Y. Assessing the tourism potential of smaller cultural and heritage attractions. *Journal of Sustainable Tourism*. 2006. № 14(5). P. 473-488. <https://doi.org/10.2167/jost>
2. Cros Du H. A new model to assist in planning for sustainable cultural heritage tourism. *International journal of tourism research*. 2001. № 3(2). P. 165-170. <https://doi.org/10.1002/jtr.297>
3. Deng J., King B., Bauer T. Evaluating natural attractions for tourism. *Annals of tourism research*. 2002. № 29(2). P. 422-438. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00068-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00068-8)
4. Pralong J.-P. A method for assessing tourist potential and use of geomorphological sites. *Géomorphologie: relief, processus, environnement*. 2005. № 11(3). P. 189-196. <https://doi.org/10.4000/geomorphology.350>
5. Jonsen-Verbeke M. Industrial heritage: A nexus for sustainable tourism development. *Tourism geographies*. 1999. № 1(1). P. 70-85. <https://doi.org/10.1080/14616689908721295>
6. Sun Y., Jansen-Verbeke M., Min Q., Cheng S. Tourism potential of agricultural heritage systems. *Tourism Geographies*. 2011. № 13(1). P. 112-128. <https://doi.org/10.1080/14616688.2010.516400>
7. Scheyvens R. *Tourism for development: Empowering communities*. Pearson Education, 2002.

8. Явкін В. Г., Руденко В. П., Андрейчук В. М., Король О. Д. та ін. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі) : монографія. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2010. 344 с.
9. Герасименко В. Г. (ред.). Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.
10. Нодь О. Л. Формування стратегічних орієнтирів збалансованого регіонального розвитку галузі туризму та курортно-рекреаційної сфери : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. Наук : спец. 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Одеса, 2022. 205 с.
11. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.
12. Михайліченко Г. І. Методологічні основи оцінювання інноваційного потенціалу туристичного підприємства. Економічний часопис-XXI. 2013. № 1-2(1). С. 80-83.
13. Мазаракі А. А. Інновінг в туризмі : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 532 с.
14. Karapetychuk I. M. Economic Potential Theory: Object, Subject and Conceptual Framework. Business Inform. 2014. № 3. P. 71-76.
15. Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. Highlights. UNWTO Publications, 2017. 34 p.
16. Матвійчук Л. Ю. Теоретичні основи типології та специфіки туристичних ресурсів. Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки. 2011. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2011\\_1\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_1_20)
17. Паньків Н. М. Туристичні ресурси та їхні класифікації. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія. 2014. № 2. С. 93-99.

### References

1. McKercher B., Ho P. S. Y. Assessing the tourism potential of smaller cultural and heritage attractions. Journal of Sustainable Tourism. 2006. № 14(5). P. 473-488. <https://doi.org/10.2167/jost>
2. Cros Du H. A new model to assist in planning for sustainable cultural heritage tourism. International journal of tourism research. 2001. № 3(2). P. 165-170. <https://doi.org/10.1002/jtr.297>
3. Deng J., King B., Bauer T. Evaluating natural attractions for tourism. Annals of tourism research. 2002. № 29(2). P. 422-438. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00068-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00068-8)
4. Pralong J.-P. A method for assessing tourist potential and use of geomorphological sites. Géomorphologie: relief, processus, environnement. 2005. № 11(3). P. 189-196. <https://doi.org/10.4000/geomorphology.350>
5. Jonsen-Verbeke M. Industrial heritage: A nexus for sustainable tourism development. Tourism geographies. 1999. № 1(1). P. 70-85. <https://doi.org/10.1080/14616689908721295>
6. Sun Y., Jansen-Verbeke M., Min Q., Cheng S. Tourism potential of agricultural heritage systems. Tourism Geographies. 2011. № 13(1). P. 112-128. <https://doi.org/10.1080/14616688.2010.516400>
7. Scheyvens R. Tourism for development: Empowering communities. Pearson Education, 2002.
8. Yavkin V. H., Rudenko V. P., Andreichuk V. M., Korol O. D. etc. (2010). Geographical aspects of tourism development (on example of Ukraine and Poland). Chernivtsi.
9. Herasymenko V. H. (2016). Assessment of the tourist and recreational potential of region. Odessa.
10. Nod O. L. (2022). Formation of strategic guidelines for balanced regional development of tourism and resort and recreation sphere. Dys. 08.00.05. Odessa.
11. Melnychenko O. A., & Shvedun V. O. (2017). Peculiarities of development of tourism industry in Ukraine. Kharkiv.
12. Mykhailichenko H. I. (2013). Methodological basis for evaluating innovative potential of tourist enterprise. Ekonomichnyi chasopys-XXI, 1-2(1), 80-83.
13. Mazaraki A. A., Melnychenko S. V., Mykhailichenko H. I., Tkachenko T. I. etc. (2016). Innovating in tourism. Kyiv.
14. Karapetychuk I. M. (2014). Economic Potential Theory: Object, Subject and Conceptual Framework. Business Inform, 3, 71-76.
15. Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. Highlights. (2017). UNWTO Publications.
16. Matviichuk L. Yu. (2011). Theoretical foundations of typology and specifics of tourist resources. Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii, 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2011\\_1\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_1_20).
17. Pankiv N. M. (2014). Tourist resources and their classifications. Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Hnatiuka, 2, 93-99.