

Джумурат В.М.
аспірант
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького
м. Черкаси, Україна

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТЕРИТОРІЙ: РЕСУРСНА, УПРАВЛІНСЬКА І БІЗНЕС СКЛАДОВІ

Військові дії на території України спричинили серйозний негативний вплив на всю туристичну галузь. Зокрема, мають місце втрати значної частини туристичного потенціалу, економічні збитки та погіршення туристичної привабливості країни. Туристичний потенціал – це сукупність туристичних ресурсів і туристичних можливостей певної території, які органи державного управління використовують та можуть в перспективі використати для консолідації суспільства на державному, регіональному та місцевому рівнях [2]. 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 можливості певної діяльності, спроможність розвиватись і досягати максимальні результати [4, с. 73].

Туристичний потенціал як структурна економічна категорія 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 розвитку бізнесу і досягнення оптимальних результатів. Відповідно можна виділити такі основні складові туристичного потенціалу території.

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, палаці, 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 освіти 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, диско-клуби 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.



Рис. 1. Складові туристичного потенціалу території

Джерело: розроблено автором

Отже, туристичний потенціал території – надзвичайно ємна економічна категорія. Через аналіз його складових можна спрогнозувати розвиток туризму як галузі, забезпечуючи прибутковість суб'єктів туристичної діяльності, створюючи можливості для реалізації бізнес-ідей та задовольняючи рекреаційні, пізнавальні та розважальні потреби населення.

Загальна мета відновлення та збереження туристичного потенціалу на деокупованих територіях полягає в створенні стабільного та привабливого туристичного середовища, яке зможе залучати як внутрішні, так і зарубіжні туристичні потоки. Це сприятиме економічному зростанню, збільшенню робочих місць, розвитку малих і середніх підприємств та покращенню якості життя місцевого населення. Для цього необхідна спільна дія між урядом, місцевими органами влади, бізнесом, громадськими організаціями та населенням. Лише шляхом партнерства та співпраці можна досягти значних результатів. Підтримка та сприяння розвитку туристичної галузі на деокупованих територіях - це важливий шлях до покращення життя місцевого населення та відновлення туристичного іміджу України.

Література:

1. Герасименко В.Г. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262 с.
2. Кривенкова Р.Ю. Поняття та сутність туристичного потенціалу: державно-управлінський аспект. URL : http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/72.pdf
3. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії

туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.

4. Karapetychuk, I.M. (2014). Economic Potential Theory: Object, Subject and Conceptual Framework. Business Inform, 3, 71–76 .