

УДК 657:338.48

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІАГНОСТИКИ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Козубова Н. В.

Викладач кафедри туризму Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця.
Науковий керівник: кандидат економічних наук, професор Єрмаченко В. Є.

Анотація. *Особливе практичне значення мають дослідження, спрямовані на виявлення, систематизацію і аналіз туристичних ресурсів та об'єктів, які викликають туристичний інтерес та стають мотивами для здійснення подорожі. Недостовірні оцінки туристичного потенціалу можуть призвести до надмірного антропогенного навантаження на туристичні ресурси, їх вичерпання та навіть втрати, і навпаки – недостатнього розвитку території, яка має високий туристичний потенціал. Отже, наукове обґрунтування методичних підходів до кількісного визначення рівня туристичного потенціалу має практичне значення і є особливо актуальним для регіонів України, які мають різний «туристичний профіль», і забезпечують багату мозаїку туристичних ресурсів нашої держави.*

У статті визначено, що при вивченні проблем забезпечення сталого розвитку туризму для багатьох дослідників туристичні ресурси є домінантним елементом, а часто і сутністю туристичного потенціалу.

Проте, наявність лише туристичних ресурсів не забезпечує масового туристичного потоку; для формування стійкого туристичного попиту необхідною є діяльність широкого кола суб'єктів, які в місці розташування об'єктів туристичного інтересу виробляють та пропонують до споживання послуги, що мають споживчу цінність і задовольняють потреби фізичного і духовного відновлення та розвитку туристів. Таким чином, обґрунтованим є висновок, що потенціал туристичного ринку формується при одночасному існуванні туристичних ресурсів (об'єктів туристичного інтересу), продуцентів туристичних послуг в місці розташування туристичних ресурсів та споживачів туристичних послуг, які подорожують до місця розташування туристичних ресурсів. Отже, з метою обґрунтованого кількісного визначення потенціалу ринку туристичних послуг необхідним є дослідження туристичних ресурсів, попиту та пропозиції туристичних послуг.

Обґрунтованим є висновок, що потенціал внутрішнього ринку туристичних послуг різниться за видами туризму і є функцією потенціалів туристичного попиту та пропозиції.

Для обґрунтованого вибору показників кількісної та якісної оцінки потенціалу ринку туристичних послуг проведено експертне опитування. На етапі проектування системи діагностики потенціалу внутрішнього ринку туристичних послуг окрім визначення переліку показників також встановлені вагові коефіцієнти, які відображають міру значущості кожного показника в оцінці рівня потенціалу внутрішнього ринку туристичних послуг щодо окремого виду туризму.

Таким чином для досягнення об'єктивності оцінки потенціалу ринку туристичних послуг у сукупності показників кількісної і якісної оцінки визначені варіації в залежності до різних видів туризму.

Згідно запропонованого методичного підходу потенціал пропозиції характерних послуг ринку туристичних послуг формується за рахунок потенціалу об'єктів туристичного інтересу та продуцентів характерних туристичних послуг, тобто підприємств сфери гостинності та транспорту.

Отже, в результаті апробації запропонованої методики діагностики туристичного потенціалу на основі статистичних даних підтверджено, що Україна має високий потенціал санаторно-оздоровчого, курортного, історико-культурного та екологічного туризму; промисловий та діловий туризм мають середній потенціал та потребують розширення об'єктів туристичного інтересу та розвитку туристичної інфраструктури. Потенціал внутрішнього ринку туристичних послуг є неоднорідним за регіональною структурою.

Ключові слова: державне регулювання, туристичний потенціал, туристичні ресурси, туристичні потоки.

Постановка проблеми. Туризм як унікальне явище індивідуального та суспільного життя привертає увагу зростаючій кількості дослідників різних наукових напрямків. З одного боку, туризм є методом пізнання оточуючого світу, природних об'єктів, історичної та культурної спадщини, міжнаціональних комунікацій, а з іншого – уособлює динамічну економічну діяльність з виробництва та реалізації послуг, направлених на задоволення потреб туристів під час подорожі. Особливе практичне значення мають дослідження, спрямовані на виявлення, систематизацію і аналіз туристичних ресурсів та об'єктів, які викликають туристичний інтерес та стають мотивами для здійснення подорожі. Недостовірні оцінки туристичного потенціалу можуть призвести до надмірного антропогенного навантаження на туристичні ресурси, їх вичерпання та навіть втрати, і навпаки – недостатнього розвитку території, яка має високий туристичний потенціал. Отже, наукове обґрунтування методичних підходів до кількісного визначення рівня туристичного потенціалу має практичне значення і є особливо актуальним для регіонів України, які мають різний «туристичний профіль», і забезпечують багату мозаїку туристичних ресурсів нашої держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема забезпечення, підтримки та державного регулювання розвитку туристичної діяльності в Україні присвячені роботи широкого кола науковців, зокрема О. О. Любіцевої, С. П. Сороки, І. М. Писаревського, О. В. Прокопівшиної, Т. І. Ткаченко [3-7]. Аналізуючи праці цих та інших дослідників можливо зробити висновок щодо неоднозначного трактування поняття «туристичний потенціал». У сучасних дослідженнях стану та тенденцій розвитку туризму в Україні і світі науковці досить часто оперують також поняттями «рекреаційний потенціал», «рекреаційно-ресурсний персонал», «туристсько-рекреаційний потенціал», як розмежовуючи їх, так і ототожнюючи, хоча доцільно припустити, що змістовне навантаження кожної термінологічної одиниці повинно різнитися.

Зокрема Г. Н. Захаренко [2, с. 9] доводить, що туристичний потенціал являє собою «сукупність різних матеріальних і нематеріальних потенцій, які формують туристичний інтерес до певної території і стають основою діяльності по виробництву та споживанню туристичного продукту, а також є необхідними для здійснення управління, контролю і розвитку виробництва і споживання продуктів туристичного комплексу території відповідно до принципів стійкого економічного розвитку», і пропонує оцінювати туристичний потенціал на основі значення туристичної атрактивності, можливостей інфраструктури та максимального антропогенного навантаження.

Окремі дослідники [6, с. 24] відмічають, що фактором прийняття рішень в сфері туризму може бути паспорт туристичного потенціалу регіону, який має містити інформацію щодо геополітичного та екологічного стану регіону, особливостей рельєфу, рослинного світу, ландшафтів і природних ресурсів, забезпеченості курортно-рекреаційними та архітектурно-історичними ресурсами; опис відомих об'єктів, туристичних маршрутів, інфраструктури туризму, перспектив розвитку туризму і створення нового тур продукту, а також загальний бал туристичного потенціалу регіону в рейтингу регіонів України. Беззаперечно, кожен регіон України має свій унікальний рекреаційний профіль, який повинен отримати систематизований опис і порівняльну характеристику в системі рекреаційних ресурсів України.

Проте, висловлена думка про те, що такий паспорт може стати основою для прийняття рішень про здійснення подорожі самими туристами, є недостатньо обґрунтованою. Скоріше, паспортизація об'єктів, які можуть викликати туристичний інтерес, повинна стати основою для визначення туристичного потенціалу кожного окремого регіону України, і надалі використовуватися для обґрунтування рішень щодо пріоритетів регіонального розвитку при формуванні управлінських програм різного рівня, як державного, так і регіонального, окремих адміністративно-територіальних одиниць, суб'єктів підприємницької діяльності, тощо.

Постановка завдання. Отже невирішеною є проблема наукового обґрунтування складових туристичного потенціалу та методичних підходів до його діагностики, що стало завданням проведеної роботи.

Основні результати дослідження. З метою означення вихідного вектору дослідження можливо використати загальнонауковий підхід, згідно з яким потенціал одночасно уособлює три компоненти: ресурсну (потенціал є сукупністю ресурсів, використовуваних у певних соціально-економічних формах для виробництва продукції, що задовольняє суспільні потреби; упорядкована система таких ресурсів у натуральному виразі і вартісній оцінці), результатну (потенціал є результатом реалізації наявних можливостей задоволення суспільних потреб) та внутрішню (потенціал є здатністю суб'єкта ефективно застосовувати ресурси в процесі задоволення суспільних потреб).

При вивченні проблем забезпечення сталого розвитку туризму для багатьох дослідників туристичні ресурси є домінантним елементом, а часто і сутністю туристичного потенціалу. Такий підхід не виправдано звужує проблемне поле дослідження, доцільно врахувати позицію О. О. Любіцевої, яка зазначає, що туристичні ресурси – є частиною «туристсько-рекреаційного потенціалу певної території, яка включена до складу туристичного продукту і підлягає реалізації з туристичною метою» [2]. За своєю сутністю туристичні ресурси – це природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, об'єкти туристичного показу, а також інші об'єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил [1]. Такі об'єкти можуть бути природного чи антропогенного походження, але саме їх локалізація на певній території викликає інтерес туриста здійснити подорож до цієї території, отже коротко їх можливо охарактеризувати як об'єкти туристичного інтересу.

Проте наявність лише туристичних ресурсів не забезпечує масового туристичного потоку; для формування стійкого туристичного попиту необхідною є діяльність широкого кола суб'єктів, які в місці розташування об'єктів туристичного інтересу виробляють та пропонують до споживання послуги, що мають споживчу цінність і задовольняють потреби фізичного і духовного відновлення та розвитку туристів. Таким чином, обґрунтованим є висновок, що потенціал туристичного ринку формується при одночасному

існуванні туристичних ресурсів (об'єктів туристичного інтересу), продуцентів туристичних послуг в місці розташування туристичних ресурсів та споживачів туристичних послуг, які подорожують до місця розташування туристичних ресурсів. Отже, з метою обґрунтованого кількісного визначення потенціалу ринку туристичних послуг необхідним є дослідження туристичних ресурсів, попиту та пропозиції туристичних послуг.

Різні види туристичних ресурсів (об'єктів туристичного інтересу) забезпечують умови для формування пропозиції та попиту послуг туризму різного виду. Традиційно [2; 3] за об'єктами туристичного інтересу розрізняють такі види туризму як релігійний, спортивний, освітній, санаторно-оздоровчий, курортний, історико-культурний, екологічний, промисловий, діловий.

Релігійний туризм має на меті розвиток духовності особистості, його розвиток залежить від релігійної догматики, значення певної релігійної святині та сакральності місця, поширення традиції паломництва, політики його заохочення та інших причин як морально-етичного, так і соціально-економічного характеру. В ході спортивних туристичних подорожей туристи мають на меті стати учасником «уболівальником» спортивних змагань, надання відповідних туристичних послуг вимагає наявності в регіоні спортивних залів, комплексів, кортів, а також залучення цих об'єктів до планів проведення спортивних заходів. Організація освітнього туризму вимагає наявності навчальних закладів, що мають найвищий рівня акредитації та є визнаними в міжнародному та національному освітньо-науковому просторі, закладів підвищення кваліфікації, тощо. Особливостями санаторно-оздоровчого туризму є суттєве домінування монорегіональних послуг, в більшості випадків споживання послуг відбувається в регіоні постійного проживання чи в близько розташованих районах, що позитивно позначається на ціні тур продукту за рахунок економії транспортних витрат. Курортному туризму в найбільшій мірі характерні сезонні коливання, збільшення туристичного потоку суттєво обмежується ресурсними рамками територій. Історико-культурний туризм має на меті знайомство з історією, культурою, архітектурними та природними пам'ятками іншої місцевості. Реалізація певної професійної мети, що не носить комерційного характеру, закладена в подорожі ділового туризму, що висуває високі вимоги щодо конференц-залів, інформаційного забезпечення заходів та перебування туристів.

Отже, обґрунтованим є висновок, що потенціал внутрішнього ринку туристичних послуг різниться за видами туризму і є функцією потенціалів туристичного попиту та пропозиції:

$$P_i = F(S_i, D_i), \quad (1)$$

де P_i – потенціал внутрішнього ринку туристичних послуг щодо туризму виду i ;

S_i – потенціал пропозиції туристичних послуг туризму виду i ;

D_i – потенціал попиту на туристичні послуги туризму виду i .

Приймаючи, що пропозиція на ринку туристичних послуг складається з пропозиції характерних та супутніх туристичних послуг, а також туристичних продуктів, доцільно запропонувати розглядати потенціал пропозиції туристичних послуг (S_i) як:

$$S_i = f(A_i, B_i, C_i), \quad (2)$$

де A_i – потенціал пропозиції характерних туристичних послуг туризму виду i ;

B_i – потенціал пропозиції супутніх туристичних послуг туризму виду i ;

C_i – потенціал пропозиції туристичних продуктів туризму виду i .

На наступному рівні деталізації потенціал пропозиції послуг оцінюється за сукупністю кількісних (K_i) та якісних (Q_i) показників.

$$A_i = \varphi(Ka_i, Qa_i), \quad (3)$$

Для обґрунтованого вибору показників кількісної та якісної оцінки потенціалу ринку туристичних послуг проведено експертне опитування. На етапі проектування системи діагностики потенціалу внутрішнього ринку туристичних послуг окрім визначення переліку показників також встановлені вагові коефіцієнти, які відображають міру значущості кожного показника в оцінці рівня потенціалу внутрішнього ринку туристичних послуг щодо окремого виду туризму.

За висновками експертів найбільшу значимість для потенціалу пропозиції ринку туристичних послуг має пропозиція характерних туристичних послуг (рис. 1), відповідний ваговий коефіцієнт встановлено в межах 0,75 (освітній туризм) – 0,40 (екологічний туризм).

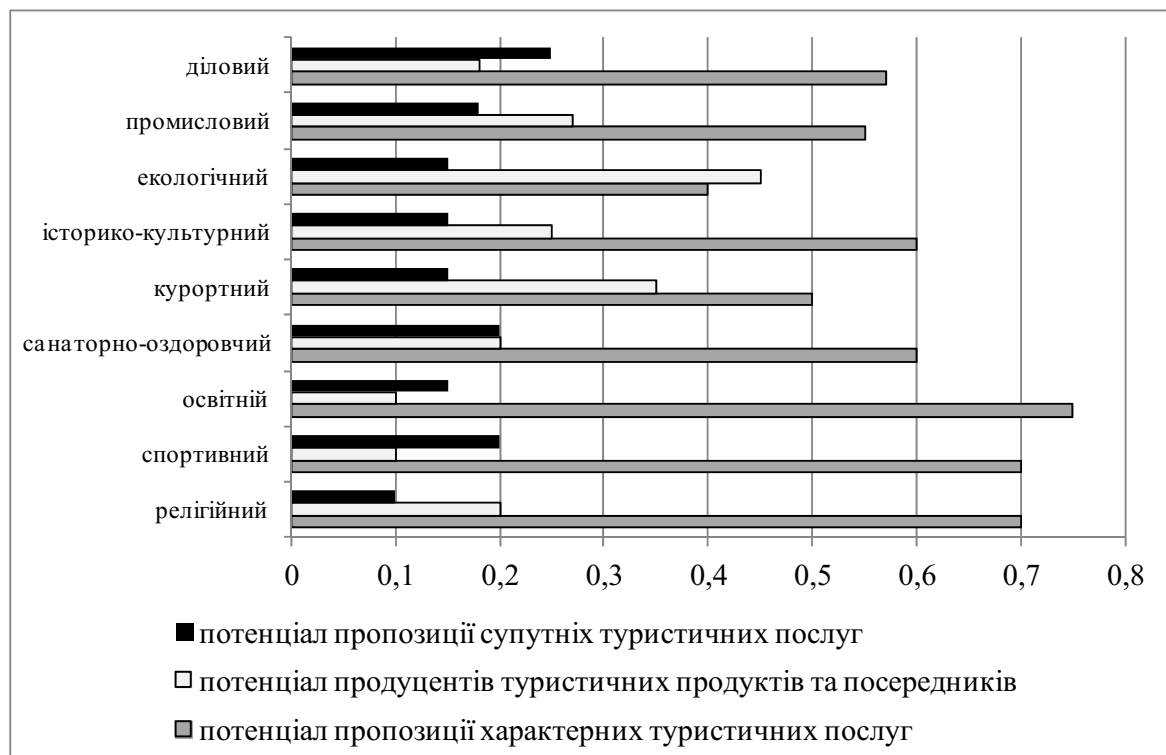


Рис. 1. Значимість складових потенціалу пропозиції ринку туристичних послуг за видами туризму.

Потенціал продуцентів туристичних продуктів та посередників має найбільший вплив на потенціал пропозиції за тими видами туризму, яким притаманний масовий характер подорожі (зокрема для курортного туризму значимість досягає 35%), або які потребують

суттєвої рекламно-інформаційної підтримки, гарантій якості обслуговування та організації туристичних груп (зокрема для екологічного туризму коефіцієнт значимості встановлено на рівні 0,45, промислового туризму – 0,27).

Пропозиція супутніх послуг має найменший вплив на потенціал пропозиції релігійного туризму, що логічно пояснюється мотивом та, як правило, короткотривалим терміном подорожі, а також переважним розміщенням найбільш атрактивних релігійно-культових споруд за межами обласних центрів.

Таким чином для досягнення об'єктивності оцінки потенціалу ринку туристичних послуг у сукупності показників кількісної і якісної оцінки визначені варіації в залежності до різних видів туризму

Згідно запропонованого методичного підходу потенціал пропозиції характерних послуг ринку туристичних послуг формується за рахунок потенціалу об'єктів туристичного інтересу та продуцентів характерних туристичних послуг, тобто підприємств сфери гостинності та транспорту (рис. 2).

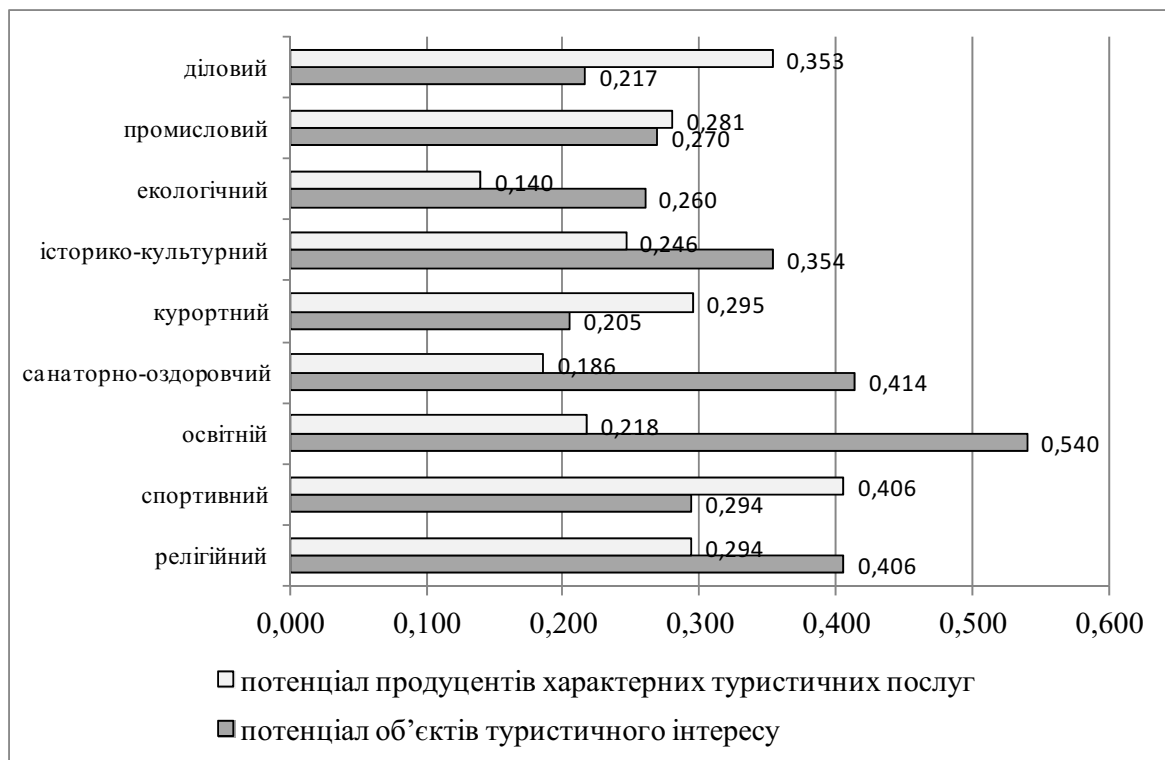


Рис. 2. Значимість складових потенціалу пропозиції характерних послуг ринку туристичних послуг за видами туризму.

Об'єкти туристичного інтересу мають переважне значення для екологічного, історико-культурного, санаторно-оздоровчого, освітнього та релігійного туризму. Найменша значимість потенціалу пропозиції характерних послуг характерна для екологічного туризму (14%), що логічно пояснюється практикою надання послуг гостинності безпосередньо на об'єктах туристичного інтересу, отже обсяг підприємств залучених до надання характерних послуг в багатьох випадках звужується до підприємств торгового і побутового обслуговування та транспортних підприємств.

Узагальнено результати оцінювання туристичного потенціалу за регіонами України продемонстровані на рис. 3.

Регіон	Види туризму за об'єктом туристичного інтересу								
	релігійний	спортивний	освітній	санаторно-оздоровчий	курортний	історико-культурний	екологічний	промисловий	діловий
Україна									
АРК									
Вінницька									
Волинська									
Дніпропетровська									
Донецька									
Житомирська									
Закарпатська									
Запорізька									
Івано-Франківська									
Київська									
Кіровоградська									
Луганська									
Львівська									
Миколаївська									
Одеська									
Полтавська									
Рівненська									
Сумська									
Тернопільська									
Харківська									
Херсонська									
Хмельницька									
Черкаська									
Чернігівська									
Чернівецька									
м. Київ									
м. Севастополь									

Умовні позначки:

	дуже високий		високий		середній		низький		дуже низький
--	--------------	--	---------	--	----------	--	---------	--	--------------

Рис. 3. Оцінки туристичного потенціалу регіонів України.

Таким чином, в результаті апробації запропонованої методики діагностики туристичного потенціалу на основі статистичних даних підтверджено, що Україна має високий потенціал санаторно-оздоровчого, курортного, історико-культурного та екологічного туризму; промисловий та діловий туризм мають середній потенціал та потребують розширення об'єктів туристичного інтересу та розвитку туристичної інфраструктури. Потенціал внутрішнього ринку туристичних послуг є неоднорідним за регіональною структурою. Дуже високий потенціал щодо послуг санаторно-оздоровчого туризму характерний Закарпатській, Івано-Франківській, Київській та Харківській областям, високий потенціал щодо послуг екологічного туризму – Вінницькій, Волинській, Житомирській, Закарпатській, Київській та Полтавській областям і дуже високий - Івано-Франківській

області. Високий потенціал розвитку ділового туризму виявлено в Дніпропетровська та Одеська, дуже високий – в м. Київ. Високий потенціал щодо послуг спортивного туризму Донецької, Львівської, Харківської областей та м. Київ сформовано в процесі підготовки до чемпіонату світу з футболу.

Висновки та подальші дослідження. Запропоновані методичні підходи діагностики туристичного потенціалу є результативними та доречними для використання в процесі обґрунтування пріоритетів державних програм підтримки розвитку туризму в регіонах України. Оскільки сучасна кон'юнктура туристичного ринку України характеризується високою регіональною диференціацією суттєве практичне значення мають подальші наукові дослідження з метою визначення державної політики та інструментів найповнішого використання туристичного потенціалу регіонів України та його подальшого розвитку депресивних регіонах.

Список використаної літератури

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О. О. Бейдик; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : Київ. ун-т, 2001. – 395 с.
2. Захаренко Г. Н. Туристський потенціал регіональної дестинації та ефективність його використання в індустрії туризму (на прикладі Пермського краю): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец.08.00.05 «Економіка та управління народним господарством (рекреація та туризм)» / Г. Н. Захаренко. – СПб., 2011. – 22 с.
3. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / О. О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2002. – 436 с.
4. Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2009. – 276 с.
5. Прокопівшина О. В. Обліково-аналітична підтримка державних програм розвитку туризму [Електронний ресурс] / О. В. Прокопівшина, Н. В. Козубова // Бізнес Інформ. – 2012. – № 9. – С. 184-190. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/binf_2012_9_37.pdf.
6. Сорока С. П. Регуляторна політика держави у сфері туризму і її реалізація на регіональному рівні [Електронний ресурс] / С. П. Сорока. // Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – № 1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2010_1_22.pdf.
7. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія [Текст] / Т. І. Ткаченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

THEORY AND METHODOLOGICAL SUPPORT OF DIAGNOSIS TOURISM POTENTIAL IN REGIONS OF UKRAINE

Kozubova N. V.

Lecturer of Tourism Department Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics.

Scientific adviser: phd, professor, Yermachenko V. E.

Abstract. *Particular practical studies, which are aimed at the identification, systematization and analysis of tourism resources and facilities, cause special tourist interest and become motivated for a trip. Unreliable assessment of tourism potential can lead to excessive anthropogenic impact on the tourism resources of exhaustion and even losses, and vice versa - a lack of a territory that has a high tourism potential. Thus, the scientific study of systematic approaches to the quantitative definition of tourism potential is of practical importance and is es-*

pecially important for Ukraine's regions, with different «travel profile» and provides a rich mosaic of tourist resources of our country.

The article states that the study of the problems of sustainable development of tourism for many researchers tourism resources is the dominant element, and often the essence of tourism potential.

However, the presence of only tourist resources does not ensure mass flow of tourists; creation of sustainable tourism demand is a necessary activity of a wide range of subjects that are in the location of sites of tourist interest produce and offer the consumer services with customer value and meet the needs of physical and spiritual renewal and development of the tourists. Thus, the reasonable conclusion is that the potential tourist market is formed by the simultaneous existence of tourism resources (objects of tourist interest), producers of tourism services in the location of tourist resources and consumers of tourism services that travel to the location of tourism resources. Thus, in order to reasonable quantification of potential tourist market research is essential tourist resources, the demand and supply of tourism services.

A justified conclusion is that the potential of domestic tourism market varies by type of tourism and tourist potential is a function of supply and demand.

For a reasonable choice of parameters of quantitative and qualitative assessment of potential tourism market survey conducted by the expert. At the design stage of the system diagnostic potential of domestic tourism market and along with the list of indicators as set weights that reflect the importance of each indicator as in the evaluation of the potential of the internal market of tourist services on a particular type of tourism.

Thus to achieve the objective evaluation of potential tourism market in the aggregate indicators of quantitative and qualitative assessment of identified variations according to the different types of tourism.

Under the proposed methodological approach offers the potential of specific services tourism market is formed by the potential sites of tourist interest and specific producers of tourism services, that enterprises in the hospitality and transport.

So, as a result of testing the proposed methods of diagnosis tourism potential based on statistics confirmed that Ukraine has a high potential for health, wellness, spa, historical, cultural and ecological tourism; industrial and business tourism have an average capacity and require expansion of tourist interest sites and develop tourism infrastructure. Potential domestic tourism market is heterogeneous on a regional structure.

Key words: government regulation, tourism potential, tourism resources, tourist flows.

References

1. Beidyk O. O. Rekreasiino-turystski resursy Ukrainy: Metodolohiia ta metodyka analizu, terminolohiia, raionuvannia / O. O. Beidyk; Kyiv. nats. un-t im. T. Shevchenka. K. : Kyiv. un-t, 2001. – 395 c.
2. Zakharenko H. N. Turystskyi potentsial rehionalnoi destynatsii ta efektyvnist yoho vykorystannia v industrii turizmu (na prykladi Permskoho kraiu): avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.00.05 «Ekonomika ta upravlinnia narodnym hospodarstvom (rekreasiia ta turyzm)» / H. N. Zakharenko. – SPb.: 2011. – 22 s.
3. Liubitseva O. O. Rynok turystychnykh posluh / O. O. Liubitseva. – K. : Alterpres, 2002. – 436 s.
4. Problemy rozvytku turizmu i hotelnoho hospodarstva: rehionalnyi aspekt: monohrafiia / za zah. red. I. M. Pysarevskoho; Khark. nats. akad. misk. hosp-va. – Kh. : KhNAMH, 2009. – 276 s.
5. Prokopishyna O. V. Oblikovo-analitychna pidtrymka derzhavnykh prohram rozvytku turizmu [Elektronnyi resurs] / O. V. Prokopishyna, N. V. Kozubova // Biznes Inform – 2012. №. 9 – S. 184-190. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/binf_2012_9_37.pdf.
6. Soroka S. P. Rehuliatorna polityka derzhavy u sferi turizmu i yii realizatsiia na rehionalnomu rivni [Elektronnyi resurs] / S. P. Soroka. // Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. –2010. – № 1. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2010_1_22.pdf.

7. Tkachenko T. I. Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu: monohrafiia [Tekst] / T. I. Tkachenko. – К.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2009. – 463 s.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИАГНОСТИКИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

Козубова Н. В.

Преподаватель кафедры туризма, Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця.

Научный руководитель: кандидат экономических наук, профессор Ермаченко В. Е.

Аннотация. *Особое практическое значение имеют исследования, направленные на выявление, систематизацию и анализ туристических ресурсов и объектов, которые вызывают туристический интерес и становятся мотивами для совершения путешествия. Недостовверные оценки туристского потенциала могут привести к чрезмерной антропогенной нагрузке на туристические ресурсы, их исчерпанию и даже потери, и наоборот – недостаточного развития территории, которая имеет высокий туристический потенциал. Итак, научное обоснование методических подходов к количественному определению уровня туристического потенциала имеет практическое значение и является особенно актуальным для регионов Украины, которые имеют разный «туристический профиль», и обеспечивают богатую мозаику туристических ресурсов нашего государства.*

В статье определено, что при изучении проблем обеспечения устойчивого развития туризма для многих исследователей туристические ресурсы является доминантным элементом, а часто и сущностью туристического потенциала.

Однако, наличие только туристических ресурсов не обеспечивает массового туристического потока; для формирования устойчивого туристского спроса необходима деятельность широкого круга субъектов, в месте расположения объектов туристического интереса производят и предлагают к потреблению услуги, имеющие потребительскую ценность и удовлетворяют потребности физического и духовного восстановления и развития туристов. Таким образом, обоснованным является вывод, что потенциал туристического рынка формируется при одновременном существовании туристических ресурсов (объектов туристического интереса), продуцентов туристических услуг в месте расположения туристических ресурсов и потребителей туристических услуг, которые путешествуют в места расположения туристических ресурсов. Итак, с целью обоснованного количественного определения потенциала рынка туристических услуг необходимо исследование туристических ресурсов, спроса и предложения туристических услуг.

Обоснованным является вывод, что потенциал внутреннего рынка туристических услуг различается по видам туризма и является функцией потенциалов туристического спроса и предложения.

Для обоснованного выбора показателей количественной и качественной оценки потенциала рынка туристических услуг проведен экспертный опрос. На этапе проектирования системы диагностики потенциала внутреннего рынка туристических услуг кроме определения перечня показателей также установлены весовые коэффициенты, отражающие степень значимости каждого показателя в оценке уровня потенциала внутреннего рынка туристических услуг по отдельному виду туризма.

Таким образом, для достижения объективности оценки потенциала рынка туристических услуг в совокупности показателей количественной и качественной оценки определены вариации в зависимости к различным видам туризма+

Согласно предложенного методического подхода, потенциал предложения характерных услуг рынка туристических услуг формируется за счет потенциала объектов туристического интереса и продуцентов характерных туристических услуг, то есть предприятий сферы гостеприимства и транспорта.

Итак, в результате апробации предложенной методики диагностики туристического потенциала на основе статистических данных подтверждено, что Украина имеет высокий потенциал санаторно-оздоровительного, курортного, историко-культурного и экологического туризма; промышленный и деловой туризм имеют средний потенциал и нуждаются в расширении объектов туристического интереса и развития туристической инфраструктуры. Потенциал внутреннего рынка туристических услуг является неоднородным по региональной структуре.

Ключевые слова: *государственное регулирование, туристический потенциал, туристические ресурсы, туристические потоки.*