

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2023. № 2.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.16>

УДК 338.48 (477)

I. Л. Сазонець,

д. е. н., професор, професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу туристичної діяльності,

ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8032-3675>

Д. М. Волошина,

магістр спеціальності «Туризм»,

ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0095-8596>

ПОНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

I. Sazonets,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Tourist and Hotel-Restaurant Business, Dnieper Humanities University

D. Voloshyna,

Master of specialty «Tourism», Dnieper Humanities University

THE CONCEPT OF ECONOMIC POTENTIAL AND THE FORMATION OF THE POTENTIAL OF THE TOURIST INDUSTRY OF UKRAINE

Визначено, що на рівні національної економіки, потенціал – це здатність економічного суб'єкта до певної діяльності, що відбиває максимально можливий сукупний результат такої діяльності. Доведено, що на рівні підприємства більш притаманним є термін «економічний потенціал підприємства».

Визначено, що туристична діяльність має особливі властивості функціонування в економіці країни. Результатами туристичної діяльності є не тільки економічні показники. Зазначено, що результати туристичної діяльності мають соціальну, суспільну природу. Тому для туристичної діяльності більш притаманним поняття «потенціал».

Визначено, що загальний туристичний потенціал складається з природного, природно-антропогенного, історико-культурного, інфраструктурного та інвестиційного. Практичним інструментами реалізації туристичного потенціалу є запровадження інновацій та інформаційних технологій, нових інструментів маркетингу

The article defines that at the level of the national economy, potential is the ability of an economic entity to perform certain activities, which reflects the maximum possible aggregate result of such activities. It has been proven that the term "economic potential of the enterprise" is more common at the level of the enterprise in the service sector. Economic potential is defined as a combination of resource production potentials and financial goals, taking into account the incoming resources and the assessment of the efficiency of their use in the accounting information.

The main criterion for determining the level of use of the tourist potential of the country, region (territory) is the degree of satisfaction of tourists' needs, that is, the number of offered and used opportunities in the consumption of tourist resources.

It was determined that tourist activity, as well as the service sector as a whole, has special features of functioning in the country's economy. The results of

the implementation of the goals and objectives of tourism activity are not only economic indicators. It is noted that a significant number of the results of tourism activities have a social, public nature and are aimed at the development of society, not only the economy. Therefore, the use of the concept of "potential" is more typical for tourist activity.

It was determined that the general tourist potential consists of natural, natural-anthropogenic, historical-cultural, infrastructural and investment potential. Practical tools for realizing tourism potential are the introduction of innovations and information technologies, new marketing tools, which is especially important during the liquidation of the consequences of the corona crisis.

The tourist potential of an individual country is a unique system that is formed in accordance with the specifics of the country and is characterized by its own path of development. That is why today the levels of development of the tourism industry in different countries are so differentiated. Accordingly, such trends necessitate the reorientation of the tourism industry of Ukraine and its individual regions to the effective use of internal potential

Ключові слова: *економічний потенціал, туризм, галузь, результати, складові, інструменти.*

Keywords: *economic potential, tourism, industry, results, components, tools.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ. У сучасних економічних умовах розвитку підприємств сфери послуг та наукових досліджень цього процесу особливого значення набуває така економічна категорія як «економічний потенціал». Потенціал визначає сукупність можливостей підприємства щодо реалізації планів і програм розвитку, конкурентоспроможність і стійке зростання на перспективу. Складність цієї категорії, а також різноманітність підходів до її визначення, потребує чіткого з'ясування економічної сутності поняття «економічний потенціал» та його роль у сучасній економічній системі. З теоретичної точки зору, як визначають вітчизняні автори

пріоритетним питанням є «побудова внутрішньо несуперечливої системи основних понять економічної теорії потенціалів, позбавленої зазначених недоліків, уточнення змісту базового поняття теорії – поняття потенціалу, а також формулювання визначення цього поняття.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ.

Проблемам дослідження потенціалу туристичної галузі вивчали провідні науковці України в цій сфері. Карапейчик І.Н. досліджував теоретичні проблеми формування економічного потенціалу на всіх рівнях економічної системи. Крім того, він досліджував і прикладні аспекти впливу інструментів використання економічного потенціалу на розвиток економіки в цілому. Економічний потенціал для підприємств сфери послуг досліджувала Сазонець О.М., яка визначала моделі розвитку потенціалу таких підприємств. Безпосередньо в сфері національного та міжнародного туризму проблеми потенціалу досліджувала Тесленко Т.В. Соціальний потенціал туристичної галузі, вплив туризму на розвиток системи охорони здоров'я досліджував В.В. Джинджоян. В монографії «Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності» він надав систематизацію чинників туристичного потенціалу та проаналізував підходи до його реалізації. Окремо науковцем було визначено методи реалізації туристичного потенціалу в сфері сталого розвитку туризму[5].

МЕТА СТАТТІ. Метою статті є розкриття поняття економічного потенціалу та визначення напрямів формування потенціалу туристичної галузі України. В статті досліджено окремі фактори туристичного потенціалу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ. Необхідно визначити, що для економіки в цілому потенціал – це здатність економічного суб'єкта до певної діяльності, що відбиває максимально можливий сукупний результат такої діяльності [1, с. 73]. Це визначення базується на таких фундаментальних положеннях: потенціал - це ознака (властивість) суб'єкта економіки (сукупності суб'єктів економіки), що характеризує (максимально

можливий) результат іманентно властивій цьому суб'єкту (групі суб'єктів) діяльності [2].

Як зазначає Карапейчик І.Н., носієм потенціалу є будь-який економічний суб'єкт чи сукупність суб'єктів економіки [3]. Остання теза якісно відрізняється від поширеної в теорії потенціалів та згаданої вище точки зору (яка в публікаціях, як правило, у явному вигляді не анонсується), але очевидно впливає з контексту цих публікацій), відповідно до якої потенціал приписується не тільки суб'єктам економіки, а й іншим об'єктам, процесам та явищам. Не вступаючи в полеміку з подібними твердженнями, відзначимо, що концепція потенціалів, що розвивається сучасними науковцями дозволяє вкласти однозначний сенс у поняття об'єкта та предмета економічної теорії потенціалів.

На рівні економіки країни «потенціал можна розглядати як економічні можливості держави залежно від рівня розвитку продуктивних сил і виробничих відносин, наявності трудових і виробничих ресурсів, а також ефективності економічного механізму» [1, с. 73].

На рівні підприємства сфери послуг більше притаманним є термін «економічний потенціал підприємства». Економічний потенціал визначається як поєднання потенціалів ресурсного виробництва та фінансових цілей, враховуючи в обліковій інформації ресурси, що надходять, та оцінку ефективності їх використання.

Значення сфери послуг в державному управлінні, соціальній політиці та просуванні інтересів держави ґрунтуються на принципах сталого розвитку. Сектор сфери послуг життєво важливий для розвитку інших секторів економіки, що забезпечують соціальні та економічні потреби суспільства.

Оскільки сфера послуг має специфічні особливості, виражені, насамперед, впливом природних і кліматичних умов, що позначається на характері господарювання в ній. Особливостями підприємств сфери послуг є численні управлінські проблеми, пов'язані з реалізацією корпоративних стратегій з метою збереження конкурентоспроможності, стандартизація

діяльності, підвищення ефективності трансферу послуг, потреба в інноваційному розвитку. Аналіз організаційних ресурсів сфери послуг доводить, що забезпечувати інноваційну діяльність важливо не лише на рівні підприємств, а й розвивати державну політику підтримки інноваційної діяльності в компаніях.

Інноваційні рішення мають забезпечити розвиток сфери послуг, знайти можливості зниження екологічного впливу сфери послуг на світову економіку в цілому. У перспективі екологічно дружні підприємства сфер послуг стануть популярними та сформуєть позитивний імідж. Інформатизація процесів сфери послуг, особливо в туристичній галузі, вважається рішенням, що знижує трудовитрати, знижує матеріальні витрати, підвищує архітектурну гнучкість і позитивно впливає на навколишнє середовище.

Концепцію функціонування підприємств сфери послуг, зокрема туристичних та санаторно-курортних підприємств на основі використання економічного потенціалу обґрунтували Джинджоян В.В., Саленко А.С., Сазонець І.Л. в монографії «Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства»[6]. Що стосується економічного потенціалу туристичних підприємств, то можна визначити, що рівень його досліджень є недостатнім. В основному це пов'язано з обмеженнями у фінансуванні, браком технологій, ресурсів тощо. Обмежений потенціал серйозно впливає на конкурентоспроможність, розвиток механізмів для регулювання інновацій та результативності. Це породжує суттєве питання про те, наскільки обмежений потенціал є несприятливим чинником функціонування підприємств і наскільки це може стримувати сталий розвиток підприємства сфери послуг. Особливо це актуально в контексті ускладнення технологічних процесів сфери послуг, наявністю ризиків глобального масштабу, що сприяє пошуку нових технологій підвищення продуктивності діяльності підприємств. Важливим інструментом оцінки потенціалу підприємства є аналіз.

Основний критерій визначення рівня використання туристичного потенціалу країни, регіону (території) – ступінь задоволення потреб туристів, тобто кількість запропонованих та використаних можливостей у споживанні туристичних ресурсів. До таких ресурсів можна віднести природні та антропогенні ресурси, культурні, історичні та соціальні блага тощо.

Активізація участі України у світових економічних процесах та зростання ролі українського туризму у світі вимагає підвищеної уваги до розвитку власної індустрії туризму. Одним із ключових аспектів цього зростання є врахування факторів, які мають найбільш суттєвий вплив на галузь, враховуючи наявний туристичний потенціал. Фактично визначити вплив зовнішніх факторів на рівень розвитку індустрії туризму та туристичного потенціалу можна за допомогою моделювання. Для багатьох сучасних дослідників економіки туризму метою наукового пошуку є розробка наукового та методологічного підходу до моделювання впливу зовнішніх факторів та оцінки рівня використання туристичного потенціалу країни та регіону, а також надання рекомендації щодо удосконалення управління туризмом в окремих країнах. Процеси моделювання реалізації потенціалу підприємств сфери послуг представлено в монографії Сазонець О.М. та Саленка А.С. «Intellectualization of methods to improve the system of transport services».[4]

На теперешній час роль індустрії туризму в економіці кожної країни зростає. Це підтверджують дослідження, які доводять, що питанням розвитку міжнародного та внутрішнього туризму приділяється підвищена увага науковців і практиків, а також різноманітних міжнародних організацій, які прямо чи опосередковано приймають участь у формуванні та розвитку цієї галузі. Головним аспектом становлення та розвитку туристичної індустрії кожної країни є її туристичний потенціал. Важливість цього аспекту ґрунтується на тому, що в індустрії туризму існує тісна співпраця між різними суб'єктами господарювання, регіонами, країнами. Це потребує дослідження актуальних питань у різних напрямках співпраці, враховуючи

політичну, економічну, культурну та соціальну сфери. Ці складові розглядаються як елементи туристичного потенціалу.

Аналізуючи понятійний апарат туристичного потенціалу, можна відзначити, що це багатоаспектне поняття. Воно містить в собі природні ресурси (клімат, рельєф, ландшафти, унікальні екосистеми) та культурно-історичні та археологічні пам'ятки, що складають туристичну інфраструктуру. Окремими дослідниками, зокрема Джинджояном В.В. та Тесленко Т.В. туристичний потенціал території розглядається як сукупність чотирьох основних компонентів, а саме: природні ресурси; історико-культурні; економічні; соціальні[7]. Ці компоненти є взаємопов'язаними і взаємодіють один з одним. Науковці також розглядають туристичний потенціал як сукупність п'яти складових: природного, природно-антропогенного, історико-культурного, інфраструктурного та інвестиційного. Необхідно визначити, що до природної складової належать: геологічні, орографічні, кліматичні, гідрографічні, рослинні та тваринні ресурси.

Крім того, вчені, розкриваючи поняття туристичного потенціалу, розрізняють туристичний потенціал регіону та підприємства. Відповідно до цього визначення, потенціал підприємства включає його внутрішні ресурси у формуванні продукту і являє собою сукупність його матеріальних і нематеріальних ресурсів. Туристичний потенціал території є поняттям, яке охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також економічну та комунікаційну інфраструктуру території, які можуть слугувати передумовами для розвитку окремих видів туризму.

Від наявності і розвитку цих складових туризму на основі його потенціалу виникли різні види туризму, зокрема: спортивний, зелений сільський, вино-гастрономічний, культурний, лікувально-оздоровчий та ін.,

Цікавим є сучасний процес формування окремої туристичної галузі від авіаційного туризму до суборбітального космічного туризму, який потребує особливого вивчення поведінки пасажирів, стану їх здоров'я і діапазону бізнес-можливостей. Сучасні науковці наголошують на необхідності

розробки нових туристичних послуг. Вони підтверджують дієвість поняття, яке фіксує взаємозв'язок здібностей людини і екологічних властивостей, які можуть допомогти узгодити окремі елементи для створення нової туристичної послуги. Окремі дослідження присвячено оцінці можливостям фізичної доступності туристичних об'єктів для людей з обмеженими можливостями. Всім зрозуміло, що необхідні нові заходи для покращення доступності туристичних об'єктів, які можна використовувати як основу для розробки нових туристичних продуктів для посилення інклюзивності туризму. Таким чином, дослідники вивчають тенденції розвитку, визначають основні проблеми, аналізують чутливість галузі до факторів навколишнього середовища, розробляють заходи щодо її вдосконалення та прогнозують стратегічні напрямки для кожного конкретного виду туризму.

Вивчення теоретичних і практичних аспектів використання туристичного потенціалу і моделювання впливу факторів середовища на рівень його розвитку є важливим напрямком дослідження вчених-економістів. Зокрема, у численних наукових працях підвищена увага приділяється розвитку індустрії туризму, завдяки її важливому внеску в економіку кожної країни. Це підтверджується рядом досліджень з проблем туризму в Україні як основи циркулярної економіки. Вченими проаналізовано, як туризм може сприяти розвитку циркулярної економіки, застосовуючи підходи, які наголошують на змінах у тому, що дає розвиток туризму. Підкреслюється вплив розвитку туристичних послуг на розвиток інформаційних технологій шляхом зростання так званого «спільного споживання» туриста продуктів через онлайн-сервіси. Описано, що туризм є ключовим інструментом подолання бідності, який стимулює економічний розвиток бідних країн.

Дослідження теоретичних і прикладних аспектів реалізації туристичного потенціалу дозволяють стверджувати, що безпосередньо ключовим фактором впливу на рівень використання туристичного потенціалу є швидкий розвиток інформаційних технологій. Вони надають можливість

переглядати туристичні місця онлайн на основі картографування знань. У цьому контексті науковці описують можливості підтримки подорожі клієнта за допомогою цифрових інструментів маркетингових комунікацій та оцінки ефективності контенту в мережевих і офлайнових маркетингових комунікаціях підприємства. Сучасні науковці наголошують на важливості поширення обсягів та каналів продажів у месенджерах як нової технології ефективного інтернет-маркетингу в сфері туризму та гостинності.

Крім того, вчені наголошують на важливості застосування інфлюенс-маркетингу з метою залучення потенційних клієнтів, в т.ч туристів. Існує стандартний набір цифрових інструментів для просування туристичної інформації щодо туристичних дестинацій. Маркетингові комунікації туристичного підприємства важливі для підвищення ефективності діяльності туристичні підприємства. Слід також підкреслити, що розвиток інформаційних технологій підвищує вимоги до туристичних послуг, оскільки туристи в своїх блогах, або коментарях до статей діляться враженнями, описують переваги та недоліки того чи іншого туристичного об'єкту.

Результати практичних досліджень показують, що онлайн-огляди туристичних локацій є часто спотвореними в бік позитивних оцінок, так як їх подають туристам самі сайти. Це підриває довіру і знижує репутацію туристичних об'єктів і підприємств, які демонструють свої послуги у покращеній перспективі. В контексті цифровізації активне використання інформаційних технологій є головним фактором для успіху туризму. Однак, необхідно приділяти належну увагу визначенню співвідношення витрат на інформаційні технології для розвитку туризму та підвищення ефективності туристичного бізнесу. Необхідно також враховувати проблеми впливу та активного використання сучасних інформаційних технологій споживачами туристичних продуктів. Здебільшого це стосується переваг і ризиків туристичної діяльності. Питання визначення частки впливу розвитку інформаційних технологій серед інших факторів розвитку туризму також залишаються відкритими.

Важливий фактор, який вплинув на туристичну галузь на світовому рівні та туристичний потенціал регіонів – це пандемія COVID-19. Немає сумніву, що однією з найбільш постраждалих галузей світової економіки була індустрія туризму, яка фактично дійшла до повної зупинки. Наприклад, у Словаччині у 2020 році дохід туристичної сфери зменшився щонайменше на 80% у період з березня по червень 2020 року. Еволюційна психологія є, мабуть, одним із найкорисніших підходів до розуміння впливу пандемії коронавірусу на психіку туристів. Дослідження емпірично демонструють величезні перспективи розвитку туризму після COVID-19. Дослідники розробили та випробували інтегровану типологію ризиків подорожей на основі опитування 835 потенційних туристів. Зокрема, досліджували важливі ризики подорожі, пов'язані з природою, здоров'ям, тероризмом, злочинністю, політичною нестабільністю та як сприйняття ризику впливає на мандрівників на ключових етапах процесу прийняття рішень. Результати показати, що природні небезпеки не є ключовим бар'єром на ранній стадії прийняття рішень щодо вибору пункту призначення. Пандемія мала значний вплив на індустрію туризму через зниження добробуту та, відповідно, значного падіння туристичних потоків.

Очевидно, застосування та реалізація основних рекомендацій для розвитку туризму в різних країнах може бути здійснена лише за допомогою таких механізмів та інструментів управління, які узгоджуються з відмінностями в розмірі та характеристиках країн та регіонів, рівні їх соціально-економічного розвитку, пріоритетах туристичної політики тощо.

Туристичний потенціал окремої країни є унікальною системою, яка формується відповідно зі специфікою країни і характеризується власним шляхом розвитку. Саме тому сьогодні рівні розвитку індустрії туризму в різних країнах є такими диференційованими. Такі тенденції, відповідно, зумовлюють необхідність переорієнтації туристичної галузі України, окремих її регіонів на ефективне використання внутрішнього потенціалу. Заходи з відновлення туризму після коронакризи можуть включати:

впровадження підвищеної безпеки та санітарно-гігієнічні заходи, а також політики, спрямованої на сприяння внутрішньому туризму.

ВИСНОВКИ. На основі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

На рівні національної економіки, потенціал – це здатність економічного суб'єкта до певної діяльності, що відбиває максимально можливий сукупний результат такої діяльності. На рівні підприємства сфери послуг більше притаманним є термін «економічний потенціал підприємства». Економічний потенціал визначається як поєднання потенціалів ресурсного виробництва та фінансових цілей, враховуючи в обліковій інформації ресурси, що надходять, та оцінку ефективності їх використання.

Туристична діяльність, як і сфера послуг в цілому має особливі властивості функціонування в економіці країни. Результатами реалізації цілей та завдань туристичної діяльності є не тільки економічні показники. Значна кількість результатів туристичної діяльності має соціальну, суспільну природу і спрямована на розвиток суспільства, а не тільки економіки. Тому для туристичної діяльності більш притаманним є використання поняття «потенціал».

Загальний туристичний потенціал складається з природного, природно-антропогенного, історико-культурного, інфраструктурного та інвестиційного. Практичним інструментами реалізації туристичного потенціалу є запровадження інновацій та інформаційних технологій, нових інструментів маркетингу, що є особливо важливим під час ліквідації наслідків коронакризи.

Література

1. Карапейчик І.Н. Економічна теорія потенціалів: об'єкт, предмет і понятійний апарат. *Бізнес-інформ*. 2014. № 3. с. 71 – 76.
2. Карапейчик И. Н. Понятие потенциала в экономике: общая концепция. *Эффективная экономика*. 2011. № 12 [Электронный ресурс]. URL :

[http:// www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=820](http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=820) (дата звернення: 12.01.2023 р.).

3. Карапейчик И. Н. Носители потенциалов в экономической теории. *Ефективна економіка*. 2012. № 8 [Электронный ресурс]. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1324> (дата звернення: 12.01.2023 р.).

4. Olga Sazonets, Andrii Salrnko. Intellectualization of methods to improve the system of transport services. Monograf. LAP LAMBERT AKADEMY, 2022, 97 p.

5. Джинджоян В. В. Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності : монографія. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. 248 с.

6. Джинджоян В. В., Саленко А.С., Сазонець І.Л. Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства. Рівне. Волин. обереги. 2021. 208 с.

7. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.

References

1. Karapejchuk, I.N. (2014), “Economic theory of potentials: object, subject and conceptual apparatus”, *Biznes-inform*, vol. 3, pp. 71-76.

2. Karapejchuk, Y.N. (2011), “Concept of potential in economics: The general Concept”, *Efektyvna ekonomika*, vol. 12, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=820> (Accessed 12.01.2023 r.).

3. Karapejchuk, Y.N. (2012), “Potential holders in economic theory”, *Efektyvna ekonomika*, vol. 8, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1324> (Accessed 12.01.2023 r.).

4. Sazonets, O. and Salrnko, A. (2022), Intellectualization of methods to improve the system of transport services, LAP LAMBRT AKADEMY, Saarbrücken, Germany.

5. Dzhynchhoian, V.V. (2020), Bazysni determinanty rozvytku turystychnykh pidpriemstv na osnovi ikh sotsial'noi diial'nosti [Basic determinants of the development of tourist enterprises based on their social activities], Klasychnyj pryvatnyj universytet, Zaporizhzhia, Ukraine.

6. Dzhynchhoian, V.V. Salenko, A.S. and Sazonets', I.L. (2021), Sotsial'ni determinanty rozvytku sfery posluh v kontseptsii formuvannia postindustrial'noho suspil'stva [Social determinants of the development of the service sector in the concept of the formation of a post-industrial society], Volyn. Oberehy, Rivne, Ukraine.

7. Dzhynchhoian, V.V. Teslenko, T.V. and Horb, K.M. (2022), Innovatsijni tekhnolohii v turyzmi ta hostynnosti [Innovative technologies in tourism and hospitality], Vydavnytstvo «Karavela», Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 07.02.2023 р.