

УДК 338.483

JEL classification: Z3, Z32

Тетяна БУТ

к.е.н., доцент, Доцент, науково-дослідний співробітник кафедри рекреації та туризму,
Факультет інформатики та менеджменту,
Університет Градець Кралово, Чеська Республіка
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9403-4698>

Ольга КОРНІЄНКО

к.е.н., доцент, Доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу, Факультет
міжнародного туризму та економіки
Національного університету «Запорізька політехніка», Україна,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7056-1079>

Іван БУТ

здобувач вищої освіти (бакалаврського) рівня спеціальності 242 Туризм і рекреація
Національного університету «Запорізька політехніка», Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-8516-7798>

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

***Анотація.** В статті показано значущість і роль методичних підходів до оцінювання туристичного потенціалу, враховуючи постійні зміни у підвищенні конкурентного середовища, макро- і мікроекономічних факторах, нестабільність попиту та пропозиції в умовах трансформації світової економіки, яку можна спостерігати під впливом світової пандемії COVID-19, реакції екстренного реагування виходу з цієї кризи країн світу, впливу повномасштабного вторгнення РФ в Україну, яке особливо вплинуло на економічний стан європейських країн, масове міграційне переміщення економічно-активного населення по усьому світу. Метою статті є дослідження методичних підходів до оцінювання туристичного потенціалу країн/регіонів з урахуванням досвіду туристичної активності в країнах ЄС. У дослідженні використовувалися загальнонаукові методи: аналізу, синтезу, узагальнення, порівняння, кількісних оцінок з використанням статистичних даних і розрахунку інтегрального показника. Авторами визначено, що рівень туристичного*

потенціалу не можна оцінити за допомогою єдиного універсального показника, його слід розглядати як складне явище, на яке впливає безліч різних факторів. Запропоновано використовувати метод оцінки туристичного потенціалу, заснований на кількісних оцінках з використанням статистичних даних і розрахунку інтегрального показника для оцінки туристичного потенціалу на основі досвіду в країнах ЄС. Встановлено, що якість дослідження узагальнюючого показника як інтегрального показника оцінки туристичного потенціалу може бути збільшена за рахунок використання різних статистичних та економетричних методів або методів порівняльного аналізу. Автори запропонували процес дослідження використати в 4 етапи. Результати дослідження вказують, що інтегральний показник туристичного потенціалу може бути використаний для характеристики регіональних особливостей туристичної привабливості. Це надасть можливість не тільки поглибити оцінку досліджуваних явищ, а й отримати більш об'єктивні результати. Сегментація країн за регіональними характеристиками дозволить визначити, які з регіонів мають вищий або нижчий потенціал для розвитку туристичної галузі.

Ключові слова: потенціал, туризм, показники, система показників, методи, оцінювання.

Tetiana BUT

Ph.D. in Economics, Associate Professor, research associate of the Department of Recreation and Tourism, Faculty of Informatics and management, University of Hradec Kralove, Czech Republic
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9403-4698>

Olga KORNIENKO

Ph.D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business, Faculty of international tourism and economics National University «Zaporizhzhia Polytechnic»
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7056-1079>

Ivan BUT

student of higher educational institution of Bachelor's level, specialty 242 Tourism and recreation National University «Zaporizhzhia Polytechnic»
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-8516-7798>

METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING TOURISM POTENTIAL

***Abstract.** The article shows the importance and role of methodological approaches to assessing tourism potential by taking into account the constant changes in the increasingly competitive environment, macro- and microeconomic factors, instability of supply and demand in the context of the world economy transformation, which can be observed under the influence of the global COVID-19 pandemic, emergency responses of countries to overcome this crisis, the impact of the full-scale invasion of Russia in Ukraine, which especially affected the economic situation of European countries, mass migration of economic and socially vulnerable groups of people. The purpose of the article is to study methodological approaches to assessing the tourism potential of countries/regions according to the experience of tourism activity in the EU countries. The study has used general scientific methods: analysis, synthesis, generalization, comparison, quantitative assessment of statistical data and calculation of an integral indicator. The authors have determined that the level of tourism potential cannot be assessed by a single universal indicator, but should be considered as a complex phenomenon influenced by many different factors. It is proposed to use a method of assessing tourism potential based on quantitative assessments while using statistical data and calculating an integral indicator in order to assess tourism potential based on experience in EU countries. It is established that the quality of the study of the generalizing indicator as an integral indicator of tourism potential assessment can be increased by using various statistical and econometric methods or methods of comparative analysis. The authors have proposed to use the research process in 4 stages. The results of the study indicate that the integral indicator of tourism potential can be applied to characterize the regional characteristics of tourist attractiveness. This will allow not only to deepen the assessment of the phenomena under study, but also to obtain more objective results. Segmentation of countries by regional characteristics will make it possible to determine which regions have a higher or lower potential for the tourism industry development.*

Keywords: potential, tourism, indicators, system of indicators, methods, evaluation.

Постановка проблеми. Оцінювання туристичного потенціалу є першочерговим завданням для країн/регіонів. Оскільки у формуванні туристичного потенціалу важливу роль відіграють підвищення конкурентного середовища, зміни в макро- і мікроекономічних факторах, нестабільність попиту та пропозиції, виникає необхідність у більш детальному дослідженні методичних підходів до оцінювання туристичного потенціалу. В умовах трансформації світової економіки, яку можна спостерігати під впливом світової пандемії COVID-19, реакції екстремного реагування виходу з цієї кризи країн світу, впливу

повномасштабного вторгнення РФ в Україну, яке особливо вплинуло на економічний стан європейських країн, масове міграційне переміщення економічно-активного населення по усьому світу, ці та інші труднощі дають змогу удосконалити, відповідно до сучасних умов, методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу країн/регіонів, створюючи таким чином потребу у їх переорієнтації на основі досвіду туристичної активності в країнах ЄС.

На сьогодні існує нагальна потреба в аналізі туристичного ринку, попиту та пропозиції послуг, щоб зайняти ідеальну позицію на міжнародному туристичному ринку та просувати туристичні продукти. Розвиток туризму може впливати на місцеві стратегії фінансування домогосподарств, діловий клімат для розвитку малого бізнесу, моделі зростання місцевої або національної економіки, а також на інфраструктуру або базу природних ресурсів у пункті призначення. Туристична індустрія мінлива і не працює ізольовано, тому галузь чутлива до змін і тенденцій. Зацікавлені сторони у сфері туризму повинні враховувати тенденції, щоб забезпечити процвітання. Задоволеність якістю одержуваних послуг призводить до створення позитивного іміджу міста, регіону та країни, та надає можливість повторного використання послуг. Хоча категорія потенціалу є характеристикою розвитку, вона досить інертна і потребує активізації для отримання бажаного ефекту для туристичної галузі. Тому виникає необхідність в обробці інформації, з урахуванням досвіду економічного розвитку держав-членів ЄС, визначення основних показників статистики туризму, взаємозв'язків між ними та порядку їхнього розрахунку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню оцінки туристичного потенціалу присвячено числена кількість наукових праць. Теорію потенціалів в туристичній галузі вивчав Бачо Р.Ю. [1]. Соціально-економічний потенціал індустрії туризму та країн ЄС вивчали Brykova, et al. [2]. Визначення показників для аналізу туристичної галузі в умовах обмежень досліджено Burkaltseva, et al. [3]. Показники оцінки ризиків в туристичній галузі наведено у роботі Ovcharov [4]. Доцільність та необхідність кількісного оцінювання туристичної привабливості на рівні країни досліджено у роботі Юхановської Ю.О. [5]. Інтегральний метод оцінки потенціалу, що дозволяє на основі першочергових та другорядних оцінок у різній модифікації одержувати інтегровані оцінки ефективності потенціалу досліджено у роботі Грабар М.В. [6]. Оцінка природно-ресурсного і культурно-історичного потенціалу регіону та визначення місця регіону в потенційних країнах досліджено у роботі Герасименко В.Г. [7]. Поділ системи статистичних показників оцінки туристичної сфери на п'ять груп наведено у роботі Колосінської М.І. та Колосінського Є.Ю. [8].

Втім, ці праці збагачують теоретико-методологічний інструментарій до оцінювання туристичного потенціалу, однак не вирішують питання реальної вартості туристичного

потенціалу відповідно до цінності, унікальності, ієрархічності, значущості, а також як ресурсу туристичного виробництва та джерела залучення туристів до споживання туристичного продукту в умовах трансформації світової економіки до кризових змін, викликаних COVID-19, війною та іншими труднощами сьогодення.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження методичних підходів до оцінювання туристичного потенціалу країн/регіонів з урахуванням досвіду туристичної активності в країнах ЄС. У дослідженні використовувалися загальнонаукові методи: аналізу, синтезу, узагальнення, порівняння, кількісних оцінок з використанням статистичних даних і розрахунку інтегрального показника.

Результати дослідження. «Туристичний потенціал» регіону - це матеріальна база управління регіональним розвитком туризму [1]. Дослідження туристичного потенціалу туристичної галузі країни та її регіонів полягає у визначенні ефективності використання ресурсів, а також у визначенні попиту на пропозиції на туристичному ринку. Узагальнені фактори, що визначають туристичну привабливість регіонів/країн наведено у таблиці 1.

Таблиця 1.

Основні фактори визначення туристичного потенціалу регіонів/країни

Фактори	Ознаки туристичного потенціалу
Екологічний	Загальний екологічний стан, що склався у регіоні та характеризується такими показниками, як наявність природних ресурсів, екологічна складова та кліматичні умови, ризики катастроф, рівень розвитку сільського господарства, обсяги споживання свіжої води, скидання забруднених зворотних вод без очищення або недостатньо очищені природні поверхневі водні об'єкти, викиди забруднюючих речовин до атмосфер;
Політичний	Показники, що містять інформацію щодо правого регулювання розвитку туристичної діяльності в країні, рівня криміногенності;
Економічний	Показники, що відображають рівень інфляції, безробіття, прибутки та ціни на туристичні товари й послуги, обсяг інвестицій в основний капітал, вклад туристичної сфери в макроекономічних показники;
Інфраструктура	Показник, що свідчить про стан автошляхів і зв'язку, готельних комплексів, закладів харчування та проведення дозвілля, застосування комп'ютерних технологій, мережі Інтернет, комунікаційних технологій, транспорту (швидкісні поїзди, паромі, літаки);
Соціальний	Показники, що характеризують демографічний стан у регіоні та країні, тобто рівень природного приросту, наявність субкультур у регіоні та країні загалом, кількість безробітного населення до працездатного, працездатного та непрацездатного віку;

Культурний	Кількість загальноосвітніх навчальних закладів, ВНЗ, книжковий фонд бібліотек, кількість місць для глядачів у залах демонстрування фільмів, кількість місць у клубних закладах).
Прямий зовнішній	Трудові ресурси, маркетингова політика, система управління туристичною діяльністю, зовнішня інфраструктура, якість навколишнього середовища, загальний імідж регіону.

Джерело: розроблено авторами

Наявність зазначених факторів зумовлює необхідність можливості оцінювання туристичної привабливості регіонів/країн для виявлення найперспективніших напрямів розвитку туристичної галузі, що надасть змогу сформувати в майбутньому ефективну стратегію розвитку туризму в регіонах/країнах шляхом її підтримки та стимулювання на державному рівні.

Доцільність та необхідність кількісного оцінювання туристичної привабливості на рівні країни, галузі чи певного регіону пояснюються виявленням тих територій, стимулювання розвитку яких приведе до можливості отримання якнайшвидших економічних результатів, тобто сукупності ефектів. Під час оцінювання туристичного потенціалу слід урахувувати всю сукупність внутрішніх та зовнішніх факторів, що обумовлюють пріоритети та перспективи розвитку туризму в регіоні/країні.

За допомогою такої послідовності аналізу можна найбільш повно проаналізувати сучасний стан потенціалу туристичної галузі регіонів/країни. Такий підхід до оцінювання туристичного потенціалу демонструє важливість та перспективність туристичної галузі будь-якого регіону/країни. Але, зауважимо, що перешкодами формування єдиної (універсальної) методики оцінювання туристичного потенціалу є відмінність у фізичних, географічних, соціальних, економічних умов регіонів, що визначають набір параметрів оцінювання, але й сама форма проведення оцінювання.

Для отримання достовірних результатів щодо оцінювання туристичного потенціалу регіону/країни необхідно використовувати комплексні методики, які надають інтегрований результат за декількома показниками. Також треба враховувати ефективність використання потенціалу, яку має регіон/країна і які впливають на загальну привабливість туристичного напрямку.

Потенціал туристичного ринку найчастіше визначають за допомогою методів екстраполяції або експертних оцінок. В таблиці 2 наведено критерії та індикатори оцінки потенціалу розвитку туристичної галузі регіону/країни.

Таблиця 2.

Критерії та індикатори оцінки туристичного потенціалу

Критерії та інтегровані показники	Алгорит розрахунку	Позначки
Потенційна ємність регіонального туристичного ринку		
Потенційна ємність регіонального туристичного ринку	$V_{\text{потенц}} = k_{\text{пр.в.}} \times [(P_{\text{вн}} \times 0,1 \times \text{Ч}_{\text{нр}} \times \text{Ц}_{\text{твн}}) + (P_{\text{виїзн}} \times 0,1 \times \text{Ч}_{\text{нр}} \times \text{Ц}_{\text{твиїзн}})] + \left(\frac{T_{\text{в'їзн}}}{T_{\text{виїзн}} + T_{\text{вн}}} + 0,1 \times \text{Ч}_{\text{нр}} \times \text{Ц}_{\text{тв'їзн}} \right)$	$V_{\text{потенц}}$ – потенційна ємність регіонального туристичного ринку, млн. грн.; $k_{\text{пр.в.}}$ – коефіцієнт пріоритетності витрат на туристичні послуги у даному регіоні; $P_{\text{вн}}$; $P_{\text{виїзн}}$ – питома вага внутрішніх або виїзних турів у загальній кількості турів, реалізованих населенню підприємствами регіону; $\text{Ч}_{\text{нр}}$ – чисельність населення регіону, млн. осіб; $\text{Ц}_{\text{вн}}$; $\text{Ц}_{\text{виїзн}}$; $\text{Ц}_{\text{в'їзн}}$ – середня ціна внутрішнього, виїзного або в'їзного туру, грн.; $T_{\text{в'їзн}}$; $T_{\text{виїзн}}$
Коефіцієнт пріоритетності витрат на туристичні послуги	$K_{\text{пр.в.}} = \frac{ПВ_{\text{твр}}}{ПВ_{\text{тв}}}$	$ПВ_{\text{твр}}$ – питома вага витрат на туристичні послуги у структурі сукупних витрат населення регіону, %; $ПВ_{\text{тв}}$ – питома вага витрат на туристичні послуги у структурі сукупних витрат населення, %
Оцінка інвестиційної привабливості готельної діяльності		
Індекс кількості готельно-ресторанних міст для кожного міста	$I_{\text{кі}} = \frac{Y_{\text{фі}}}{Y_{\text{хі}}}$	$I_{\text{кі}}$ – Індекс кількості готельних/ресторанних міст в місті; $Y_{\text{фі}}$ – фактична чисельність готельних/ресторанних міст в місті; $Y_{\text{хі}}$ – теоретична чисельність готельних/ресторанних міст в місті.
Показник завантаженості готелів/ресторанів у містах	$I_{\text{зі}} = \frac{Z_i}{3}$	$I_{\text{зі}}$ – показник завантаженості готелів/ресторанів в місті; Z_i – рівень завантаженості готелів/ресторанів в місті, %; 3 – середній рівень завантаженості готелів/ресторанів для усіх міст.
Індекс прибутковості готельної діяльності в містах	$I_{\text{пі}} = \frac{\Pi_{\text{мі}}}{\Pi_{\text{м}}}$	$I_{\text{пі}}$ – показник прибутковості готелів міста; $\Pi_{\text{мі}}$ – прибуток у розрахунку на одне готельне місце в місті, грн.; $\Pi_{\text{м}}$ – середній для всіх міст прибуток у розрахунку на одне готельне місце, грн.
Індекс інвестиційної привабливості готельно діяльності	$I_{\text{іні}} = \sqrt[3]{I_{\text{кі}} \times I_{\text{зі}} \times I_{\text{ні}}}$	$I_{\text{іні}}$ – індекс інвестиційної привабливості готельно діяльності в місті; $I_{\text{кі}}$ – показник кількості готельних міст в місті; $I_{\text{ні}}$ – індекс прибутковості готелів міста.
Показники оцінки ефективності ресторанної діяльності		
Товарооборот на 1 замовлення	$T_{\text{і замовлення}} = \frac{\text{Загальний обсяг } T}{K_{\text{замовлень}}}$	$K_{\text{замовлень}}$ – кількість замовлень; T – Загальний обсяг товарообороту;

Товарооборот на 1 замовника	$\frac{T_{i \text{ замовника}}}{K_{\text{замовників}}} = \frac{\text{Загальний обсяг } T}{K_{\text{замовників}}}$	$K_{\text{замовників}}$ – кількість замовників; Загальний обсяг T – Загальний обсяг товарообороту;
Індекс роздрібного товарообороту	$I_{p \text{ т/о}} = \frac{T_i}{T_{i-1}}$	$I_{p \text{ т/о}}$ – індекс роздрібного товарообороту; T_i – товарооборот.
Індекс чистого прибутку	$ІЧП = \frac{ЧП_i}{ЧП_{i-1}}$	ІЧП – індекс чистого прибутку;
Рентабельність торгівельної діяльності	$РТД = \frac{ЧП}{ТД} \times 100\%$	РТД – рентабельність торгівельної діяльності
Показники оцінки обсягу туристичних ресурсів		
Кількість об'єктів природних т.р.	P_{tr}	Ландшафтні (кліматичні, рельєфу, біотичні, водні), бальнеологічні (лікувальні грязі, мінеральні фонди);
Кількість об'єктів історико-культурних т.р. (K_{tr}):	K_{tr}	археологічні, архітектурні, історії та культури, техногенні
кількість об'єктів туристичної інфраструктури (I_{tr}):	I_{tr}	туристичні підприємства, готелі санаторно-курортні заклади, садиби зеленого туризму, транспортні перевізники тощо
Потужність ліжкового фонду	$ПЛФ = ЧК_p \times 365 + ЧТ_c \times T_c$	де: ПЛФ – потужність ліжкового фонду, од.; $A = ЧК_p$ – кількість ліжко-місць цілорічного використання; $ЧТ_c$ – кількість ліжко-місць сезонного використання; T_c – кількість днів сезонного використання

Джерело: розроблено авторами

Існує нагальна потреба в аналізі туристичного ринку, попиту та пропозиції послуг, щоб зайняти ідеальну позицію на міжнародному туристичному ринку та просувати туристичні продукти. Як відзначають вчені [13], рівень туристичного потенціалу не можна оцінити за допомогою єдиного універсального показника, його слід розглядати як складне явище, на яке впливає безліч різних факторів.

Наукові публікації, присвячені туристичному потенціалу, досліджують попит, мотивацію туристів, оцінюють реакцію попиту на різні детермінанти та прогнозують майбутні рівні попиту. Туризм має широкий спектр динамічних ефектів. Розвиток туризму може впливати на місцеві стратегії фінансування домогосподарств, діловий клімат для розвитку малого бізнесу, моделі зростання місцевої або національної економіки, а також на інфраструктуру або базу природних ресурсів у пункті призначення. В деяких місцях туристичний сектор відіграє ключову роль у плануванні та реагуванні на стихійні лиха, які

часто мають особливо серйозні наслідки для бідних. Туристичний потенціал складається з надання кваліфікованих послуг своїм гостям. Задоволеність якістю одержуваних послуг призводить до створення позитивного іміджу міста, регіону та країни, та надає можливість повторного використання послуг.

Оскільки, досліджені вище критерії та індикатори оцінки туристичного потенціалу базувалися на 2019 рік, який був останнім роком повноцінної діяльності індустрії туризму та гостинності перед пандемією і туристична галузь фактично припинила свою діяльність в наступні два роки. А також слід врахувати, що в Україні з 24.02.22р. почалося повномасштабне вторгнення РФ в Україну, що вказує, і до сьогодні, на неможливість розвиватися туристичній галузі. Тому виходячи з необхідності підвищення потенціалу індустрії туризму та гостинності застосуємо досвід країн ЄС, в яких вчені акцентують увагу на необхідності збільшення туристичних потоків, отриманні доходу і створенні робочих місць. Отже, пропонуємо використовувати ці показники як основу для оцінки туристичного потенціалу регіону/країни. Процес дослідження запропоновано розділити на 4 етапи.

Етап 1. Вибір показників для оцінки туристичного потенціалу.

Зокрема, було обрано наступні статистичні показники:

1. Прибуття в місця розміщення туристів в розбивці по країнах/регіонах світу проживання туриста;
2. Витрати на проживання в розбивці по країнах / регіонах світу призначення;
3. Витрати на транспорт в розбивці по країнах / регіонах світу призначення;
4. Особи, зайняті повний / неповний робочий день у сфері розміщення та харчування;
5. Загальна чисельність населення цієї країни/регіону.

Враховуючи основоположні принципи офіційної статистики ООН [15], ґрунтуючись на обраних статистичних показниках, доцільно застосовувати оцінку туристичної активності туристичного потенціалу з використанням коефіцієнтів, наведених в табл. 3.

Таблиця 3.

Коефіцієнти туристичної активності [2]

Коефіцієнт	Формула	Легенда	Значення
Коефіцієнт інтенсивності прибуття туристів (A_{at})	$A_{at} = A_t / P_c$	A_t – кількість туристів-конкурентів; P_c - населення країни, здатне прийняти певну кількість прибуваючих туристів.	Можливість приймати певну кількість прибуваючих туристів. що відноситься до числа постійних жителів країни

Коефіцієнт платоспроможності туристів (E_{at})	$(E_{at} + E_t)/A_t$	E_a – проживання-виїзд; E_t – транспортні витрати; A_t – кількість туристів-конкурентів.	здатність оплачувати проживання та харчування протягом кожного перебування
Коефіцієнт відносної зайнятості E_{pt}	$E_{pt} = E_p/P_c$	E_p – зайнятість населення в житловому та продовольчому секторах; P_c – населення країни.	Відношення числа людей, зайнятих у сфері розміщення туристів і харчування, до загальної чисельності населення країни

Етап 2. Визначення інтегрального показника туристичного потенціалу в регіонах/країнах і його ранжирування.

Інтегральний показник для оцінки туристичного потенціалу в країнах/регіонах розраховується в країнах ЄС на основі коефіцієнтів A_{at} , E_{at} , E_{pt} . Для розрахунку інтегрального показника використовуємо метод евклідових відстаней, який полягає в зіставленні результатів з еталонним показником. Цей метод заснований на визначенні ступеня близькості досліджуваних об'єктів до об'єкта, який виступає в якості еталону. Цей метод описаний багатьма вченими [10, 15, 16]. Алгоритм оцінки туристичного потенціалу, заснований на методі евклідових відстаней, передбачає наступну послідовність дій:

1. Створити матрицю даних, що включає набір коефіцієнтів A_{at} , E_{at} та E_{pt} для всіх регіонів/країн.

2. У кожному графіку з коефіцієнтами A_{at} , E_{at} , E_{pt} визначити максимальний елемент і прийміть його за одиницю.

3. Розділити всі елементи кожного стовпця на максимальний елемент відповідного регіону/ країни, в результаті чого вийде матриця стандартизованих коефіцієнтів (x_{ij}) , де i - кількість коефіцієнтів, j - кількість регіонів/країн.

4. На основі елементів цієї матриці обчислити інтегральний показник (R_j) за формулою (1):

$$R_j = \sqrt{\sum_i^n 1(y_{ij} - y_{ij})^2} \quad (1)$$

$i = 1, 2, \dots, n; j = 1, 2, \dots, m_j$

x_{1j}, x_{2j}, x_{3j} - є стандартизованими коефіцієнтами;

y_{1j}, y_{2j}, y_{3j} - є еталонними коефіцієнтами.

5. Ранжируйте інтегральний показник в порядку убавання R_j так як найменша відстань від еталону означає найвище значення рейтингу.

Excel необхідно використати для оцінки інтегрального показника (R_j) і визначити позиції кожного регіону/ країни щодо туристичного потенціалу .

Етап 3. Визначити групи країн з різним рівнем туристичного потенціалу.

Пропонується метод угруповання для поділу всіх регіонів/країн на групи: ті, хто володіє найбільшим (III група), середнім (II група) і найменшим (I група) туристичним потенціалом (R_j). Інтервал для угруповання визначається на основі діапазону варіацій і кількості груп відповідно до формули (2):

$$h = \frac{x_{max} - x_{min}}{n} = \frac{R}{n} \quad (2)$$

де, h - значення інтервалу;

x_{max} – максимальне значення;

x_{min} – мінімальне значення;

R – діапазон змін;

n – кількість груп.

Етап 4. Сегментація регіонів/країн з метою виявлення регіональних особливостей туристичного потенціалу. Для виявлення регіональних особливостей регіонів/країн необхідно провести регіональне угруповання відповідно до класифікації ООН М49 [14].

Сегментація туристичного потенціалу у регіонах/країнах можна провести по регіонам і групам рейтингу. Матриця, що складається з дванадцяти сегментів, являє собою туристичний потенціал в результаті. Процентна частка регіону/країн в кожному сегменті матриці розраховується шляхом ділення загального числа регіону/країни в кожному регіоні на кількість регіонів/країн у кожній групі в цьому регіоні. Таким чином, можна виявити залежність туристичного потенціалу за регіональними характеристиками.

Висновки. Таким чином, встановлено, не існує єдиного плану дослідження методичних підходів до оцінки туристичного потенціалу, і кожен метод має свої переваги та недоліки. Представлено динаміку основних показників до оцінювання туристичного потенціалу. Щоб нейтралізувати вплив зовнішніх і внутрішніх факторів, запропоновано застосувати методи комбінованого аналізу для оцінки туристичного потенціалу.

Запропоновано використовувати метод оцінки туристичного потенціалу, заснований на кількісних оцінках з використанням статистичних даних і розрахунку інтегрального показника для оцінки туристичного потенціалу на основі досвіду в країнах ЄС. Результати дослідження вказують, що інтегральний показник туристичного потенціалу може бути використаний для характеристики регіональних особливостей туристичної привабливості. Встановлено, що якість дослідження узагальнюючого показника як інтегрального показника оцінки туристичного потенціалу може бути збільшена за рахунок використання різних статистичних та економетричних методів або методів порівняльного аналізу. Це дає можливість не тільки поглибити оцінку досліджуваних явищ, а й отримати більш об'єктивні результати. Сегментація країн за регіональними характеристиками дозволить визначити, які з регіонів мають вищий або нижчий потенціал для розвитку туристичної галузі.

Подальше дослідження буде спрямоване на дослідженні кластеризації, яка є розумним організаційним інструментом для розробки стратегії та майбутніх проектів розвитку туризму в Україні після перемоги.

Список літератури

1. Бачо Р.Й. Теорія потенціалів в сучасному управлінні туристично-рекреаційною галуззю регіону. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Економічні науки». Херсон. 2014. – 9-1(3). – С.123 – 126.
2. Brykova, T., Postova, V., Mazurkevych, I., Semko, T. & Kiziun, A. (2023). Social and Economic Potential of the EU Countries' Tourism and Hospitality Industry. *Sport i Turystyka*, 6(2), 133-151. ISSN 25453211. <https://doi.org/10.16926/sit.2023.02.08>.
3. Burkaltseva, D., Tsohla, S., Yanovskaya, A., Zharova, A. & Polskaya, S. (2020). Analysis of the functioning of the tourist and recreational industry in conditions of restrictions. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 11(8), 1902–1914. ISSN 20687729. [https://doi.org/10.14505/jemt.v11.8\(48\).02](https://doi.org/10.14505/jemt.v11.8(48).02).
4. Ovcharov, A.O. (2016). Risk assessment of tourism industry. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*, 2016-January(2), 47–56. ISSN 01321625.
5. Юхновська Ю.О. Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу України та регіонів. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. 2019. – 4. 30(69). С. 54 – 59. <https://doi.org/10.32838/2523-4803/69-4-34>.
6. Грабар М.В. Методи оцінки потенціалу туристично-рекреаційної галузі регіону. 2014. С. 445 – 454. Accessed on: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/24001/1/%D0%93%D1%80%D0%B0%D0%B1%D>

0%В0%D1%80-2014-2.pdf.

7. Герасименко В.Г. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія. Одеса: ОНЕУ, 2016. – 262 с. ISBN 978-617-7128-15-0.

8. Колосінська М.І., Колосінський Є.Ю. Система статистичних показників оцінювання туристичної сфери країни. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. – 7(2). С. 17 – 21.

9. United Nations. (2015): UN fundamental principles of official statistics -Implementation guidelines. Accessed on: https://unstats.un.org/unsd/dnss/gp/Implementation_Guidelines_FINAL_without_edit.pdf.

10. Sydsaeter K., Hammond P., Strøm A., Carvajal A. (2016): Essential mathematics for economic analysis (5th ed.). *Pearson. Gosport*. ISBN: 978-1-292-07461-0.

11. Cleff T. (2014): Exploratory data analysis in business and economics. *Springer. Cham*. ISBN: 978-3-319-01517-0.

12. Schweinzer P. (2011): Mathematical methods for economic analysis. Accessed on: https://www.researchgate.net/publication/228760692_Mathematical_Methods_for_Economic_Analysis.

13. Stec M., Grzebyk M. (2022): Socio-economic development and the level of tourism function development in European Union countries – a comparative approach. *European Review*, 30(2), 172–193; <https://doi.org/10.1017/S106279872000099X/>.

14. United Nations (n.d.): Statistics Division: Methodology. Accessed on: <https://unstats.un.org/unsd/methodology/m49/>.

15. Lnenicka L., But T, Burda T., Zidova V. & Bouzkova S. (2023). The impact of the covid-19 pandemic on visiting selected UNESCO heritage in the Czech Republic. *26th International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. Bořetice 14.–16.6.2023. Brno: Masarykova univerzita, 2023. 308-316. ISBN 978-80-280-0311-1. <https://doi.org/10.5817/CZ.MUNI.P280-0311-2023-36>.

16. Cleff T. (2014): Exploratory data analysis in business and economics. *Springer. Cham*. ISBN: 978-3-319-01517-0. [in English].

17. Schweinzer P. (2011). Mathematical methods for economic analysis. Accessed on: https://www.researchgate.net/publication/228760692_Mathematical_Methods_for_Economic_Analysis. [in English].

18. Bezkhlibna, A, But, T. & Nikonenko S. (2018). Assesment of tourism industry clustering potential. *Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D*. 44., 17-28. <https://doi.org/https://hdl.handle.net/10195/71485>. [in English].

19. Pulina, T., But, T. Khrystenko, O. Zaytseva, V. (2020) Managing the Field of Reconstruction and Preservation of Historical and Cultural Complexes in Ukraine and Europe. *Lecture Notes in Civil Engineering* 73, 709-720. https://doi.org/10.1007/978-3-030-42939-3_70. [in English].

20. Корнієнко О.М., Зайцева В.М. Аналіз та оцінка потенціалу туристських територій: навчальний посібник. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. – 288. ISEN 978-617-529-379-9. Accessed on: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/9791/1/NP_Korniienko.pdf. [in Ukrainian].

References

1. Bacho R.Y. (2014). Teoriia potentsialiv v suchasnomu upravlinni turystychno-rekreatsiinoiu haluzziu rehionu. [Theory of potentials in the modern management of the tourist and recreational industry of the region]. *Naukovyi visnykh Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia «Ekonomichni nauky»*. Kherson, 9-1(3). 123-126. [in Ukrainian].

2. Brykova, T., Postova, V., Mazurkevych, I., Semko, T. & Kiziun, A. (2023). Social and Economic Potential of the EU Countries' Tourism and Hospitality Industry. *Sport i Turystyka*, 6(2), 133–151. ISSN 25453211. <https://doi.org/10.16926/sit.2023.02.08>. [in English].

3. Burkaltseva, D., Tsohla, S., Yanovskaya, A., Zharova, A. & Polskaya, S. (2020). Analysis of the functioning of the tourist and recreational industry in conditions of restrictions. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 11(8), 1902–1914. ISSN 20687729. [https://doi.org/10.14505/jemt.v11.8\(48\).02](https://doi.org/10.14505/jemt.v11.8(48).02). [in English].

4. Ovcharov, A.O. (2016). Risk assessment of tourism industry. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*, 2016-January(2), 47–56. ISSN 01321625. [in English].

5. Yukhnovska Y. (2019). Metodichni pidkhody do otsiniuvannia turystychnoho potentsialu Ukrainy ta rehioniv. [Methodical approaches to estimate the tourist potential of Ukraine and the regions]. *Vcheni zapysky TNU im. V.I. Vernadskoho. Seriiia: Ekonomika i upravlinnia*. 4. 30(69). 54-59. <https://doi.org/10.32838/2523-4803/69-4-34>. [in Ukrainian].

6. Hrabar M.V. (2014). Metody otsinky potentsialu turystychno-rekreatsiinoi haluzi rehionu. [Evaluation methods of potential of tourism and recreation industry of region]. 454-454. Accessed on: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/24001/1/%D0%93%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%B0%D1%80-2014-2.pdf>. [in Ukrainian].

7. Gerasimenko V. G. (2016). Otsinka turystychno-rekreatsiinoho potentsialu rehionu. [Assessment of the tourist and recreational potential of the region]. Monohrafiia: Odesa: ONEU, 2016, 262. ISBN 978-617-7128-15-0. [in Ukrainian].

8. Kolosinska M. I. & Kolosynskyi I. Y. (2016). Systema statystychnykh pokaznykiv

otsiniuvannia turystychnoi sfery krainy. [The system of statistical indicators to measure the country's tourism industry]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*. 7(2). 17-21. [in Ukrainian].

9. United Nations. (2015): UN fundamental principles of official statistics -Implementation guidelines. Accessed on: https://unstats.un.org/unsd/dnss/gp/Implementation_Guidelines_FINAL_without_edit.pdf. [in English].

10. Sydsaeter K., Hammond P., Strøm A., Carvajal A. (2016): Essential mathematics for economic analysis (5th ed.). *Pearson. Gosport*. ISBN: 978-1-292-07461-0. [in English].

11. Cleff T. (2014): Exploratory data analysis in business and economics. *Springer.Cham*. ISBN: 978-3-319-01517-0. [in English].

12. Schweinzer P. (2011): Mathematical methods for economic analysis. Accessed on: https://www.researchgate.net/publication/228760692_Mathematical_Methods_for_Economic_Analysis. [in English].

13. Stec M., Grzebyk M. (2022): Socio-economic development and the level of tourism function development in European Union countries – a comparative approach. *European Review*, 30(2), 172–193; <https://doi.org/10.1017/S106279872000099X>. [in English].

14. United Nations (n.d.): Statistics Division: Methodology. Accessed on: <https://unstats.un.org/unsd/methodology/m49/>. [in English].

15. Lnenicka L., But T, Burda T., Zidova V. & Bouzkova S. (2023). The impact of the covid-19 pandemic on visiting selected UNESCO heritage in the Czech Republic. *26th International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. Bořetice 14.–16.6.2023. Brno: Masarykova univerzita, 2023. 308-316. ISBN 978-80-280-0311-1. <https://doi.org/10.5817/CZ.MUNI.P280-0311-2023-36>. [in English].

16. Cleff T. (2014): Exploratory data analysis in business and economics. *Springer.Cham*. ISBN: 978-3-319-01517-0. [in English].

17. Schweinzer P. (2011). Mathematical methods for economic analysis. Accessed on: https://www.researchgate.net/publication/228760692_Mathematical_Methods_for_Economic_Analysis. [in English].

18. Bezkhlibna, A, But, T. & Nikonenko S. (2018). Assesment of tourism industry clustering potential. *Scintific Papers of the University of Pardubice, Series D*. 44., 17-28. <https://doi.org/https://hdl.handle.net/10195/71485>. [in English].

19. Pulina, T., But, T. Khrystenko, O. Zaytseva, V. (2020) Managing the Field of Reconstruction and Preservation of Historical and Cultural Complexes in Ukraine and Europe. *Lecture Notes in Civil Engineering* 73, 709-720. https://doi.org/10.1007/978-3-030-42939-3_70. [in English].

20. Kornienko O. M., Zaitseva V. M. Analiz ta otsinka potentsialu turystykykh terytorii. [Analysis and assessment of the potential of tourism companies]. Navchalnyi posibnyk. Zaporizhzhia: NU «Zaporizka politekhnik», 2022. – 288. ISEN 978-617-529-379-9. Accessed on: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/9791/1/NP_Korniienko.pdf. [in Ukrainian].