

**Радіонова О. М.,**  
канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри  
туризму і готельного господарства,  
Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова, Україна

## **ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІСТА**

Туристичний потенціал це досить ємне поняття, яке містить численні детермінанти, що визначають туристичну привабливість міста.

В науковій літературі існує кілька підходів що визначення туристичного потенціалу, а саме:

– перший підхід виходить з припущення, що міра туристичного потенціалу є функція, яка залежить, від чисельності і якості об'єктів туристичного тяжіння (туристичних атракцій) та від розвиненості туристичної інфраструктури міста [1, 2, 3];

– другий підхід передбачає, що туристичний потенціал виражається в обсязі туристичного потоку [4,5,6];

– третій – досить популярний сьогодні – стверджує, що туристичний потенціал тісно пов'язаний з попитом, але при цьому певним чином залежить від пропозиції. Тобто туристичний потенціал базується на туристичній пропозиції міста (системі туристичних атракцій та інфраструктурі території), але залежить від туристичного попиту (суб'єктивного уявлення туристів про привабливість міста для цілей туризму) [7,8,9]; при цьому туристичний попит і пропозиція впливають один на одного.

Під туристичним потенціалом слід розуміти крім туристичних ресурсів всі області життєдіяльності та компоненти природи, які можуть вплинути на розвиток туризму, тобто це виробництво, наука виробництва, наука природокористування, культура і освіта, охорона здоров'я, політична, соціальна, економічна ситуація.

Туристичний потенціал міста визначається здатністю економіки, її галузей, підприємств і організацій формувати туристичний продукт і задовольняти потреби населення різних країн в туристичних послугах [10].

Туристичний потенціал являє собою складну систему, елементами якої є ресурсний потенціал, виробничий потенціал та економічний потенціал:

– ресурсний потенціал; представляє собою сукупність природно-кліматичних і культурно-історичних чинників привабливості туристичних дестинацій;

– виробничий потенціал; включає в себе ресурсний потенціал і організації, що забезпечують його експлуатацію в туристичних цілях (готельні

підприємства, транспорт, торгові установи та інші організації туристичної інфраструктури);

– економічний потенціал; включає в себе виробничий потенціал і організації, що забезпечують його експлуатацію і споживання туристичних продуктів кінцевим споживачем (туристами).

Концептуальна схема структури туристичного потенціалу представлена на рис. 1.

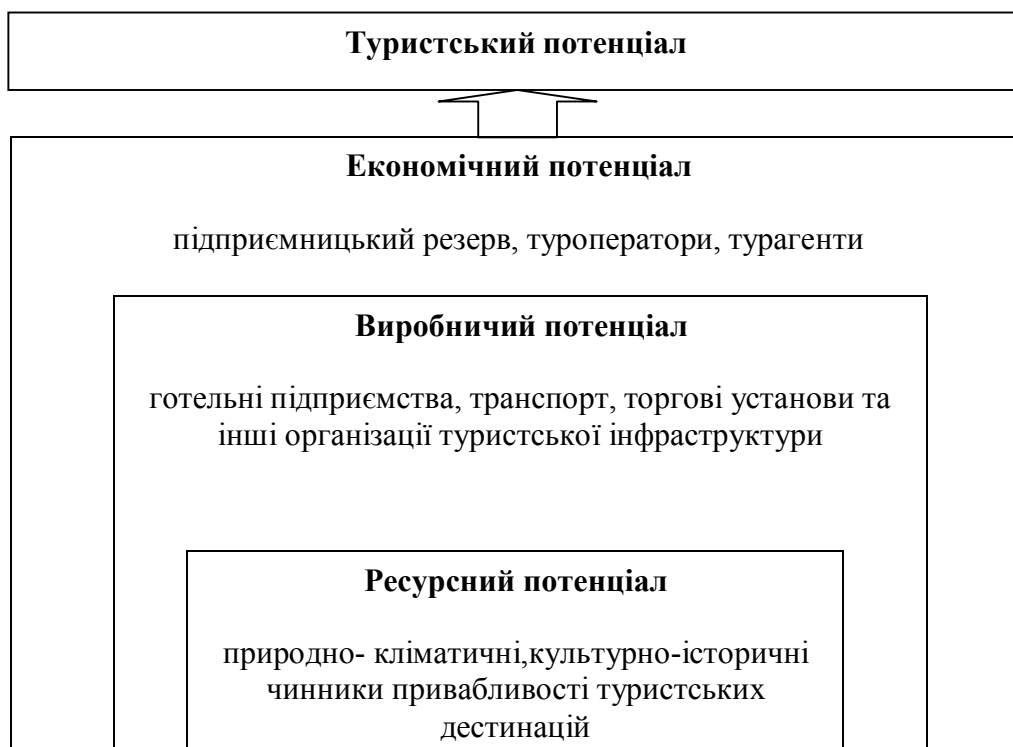


Рис. 1. Структура туристичного потенціалу

Розвиток туристичного потенціалу обумовлений можливістю використання туристичних ресурсів і розвитком туристичної діяльності міста. Здатність суб'єктів туристичної діяльності ефективно використовувати туристичний потенціал забезпечуватиме успішний розвиток як суб'єктів туристичної індустрії, так і міста.

Таким чином, можна стверджувати, що кожне місто на основі аналізу туристичних ресурсів формує туристичний потенціал, релевантний можливостям суб'єктів туристичної діяльності використовувати туристичні ресурси території.

#### Список джерел

1. Spotts D. M. Regional analysis of tourism resources for marketing purposes. *Journal of Travel Research*. 1997. Vol. 35 (3). P. 3–15.
2. Boers B., Cottrell S. Sustainable Tourism infrastructure Planning: A GIS-Supported Approach. *Tourism Geographies*. 2007. Vol. 9 (1). P. 1–21.

3. Hall C.M., Page S.J. The Geography of Tourism and Recreation: Environment, place and space. London, 2002. 309 p.
4. Krippendorf J. Marketing im Fremdenverkehr. 2 aufl. Bern ; Frankfurt am Main, 1980. 168 p.
5. Oppermann M. Regional Aspects of Tourism in New Zealand. *Regional Studies*. 1994. Vol. 28 (2). P. 155–168
6. Jurowski C. and Olsen M.D. Trends in Tourist Attractions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 1995. Vol. 4, Iss. 1. P. 71–96.
8. Formica S. Destination attractiveness as a function of supply and demand interaction. Unpublished doctoral dissertation. Blacksburg, 2000. 203 p.
9. Iatu C., Bulai M. New approach in evaluating tourism attractiveness in the region of Moldavia (Romania). *International Journal of Energy and Environment*. 2011. Vol. 5, Iss. 2. P. 165–174.
10. Красникова Т. С. Туристический потенциал территории и необходимость его развития. *Общество: Политика, Экономика, Право*. 2015. № 6. С. 46-48
11. Радіонова О. М. Туризм як детермінанта розвитку сучасного міста. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 786-791.

**Рассоха І. М.,**

д-р філос. наук, доцент, професор кафедри історії і культурології  
Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова, Україна

## **ПРО ЯЗИЧНИЦТВО КОБЗАРІВ, ЗАПОРОЖЦІВ ТА Г. С. СКОВОРОДИ**

Кость Черемський підкреслював особливий зв'язок українських кобзарів з Харковом, який після зруйнування Запорізької Січі став їхньою «столицею». З Харковом перш за все пов'язана і діяльність Г. С. Сковороди. У той же час Черемський пише: «Кобзарські братства вели свою історію з прадавніх часів, коли об'єднуючим мотивом служила їхня належність до волхвівського клану... Зв'язок кобзарства з давнім віщунством ніколи не переривався, про що у народній уяві збереглося багато згадок. «Кобзар по всьому світі вештається і долю співає», – говориться у народній приказці. ...До сказаного можна додати відомості про існування й в інших народів пророчого дару з музикою «Віщий Боян, Велесів внуче», – мовить стародавній автор «Слова о полку Ігоревім», підкреслюючи не лише свою повагу до пророчого співця, але й визначаючи його божественне походження» [1, с. 81; 16].

Хоча його колега Володимир Кушпет наполягає на тому, що «в основу філософії старцівських об'єднань лягло християнське вчення про торжество добра і справедливості» [2, с. 374], він навіть сам наводить слова кобзаря П. Дривченка «попи та монахи знали, що ми їх не признаємо» [2, с. 372]. В. Кушпет обережно висловлює «думку про формування старцівства в давній,