

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-112>

УДК 338.483(477)

# МЕХАНІЗМ АКТИВІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

## MECHANISM OF TOURIST POTENTIAL ACTIVATION

Осіпчук Анна Сергіївна  
PhD, старший викладач,  
Поліський національний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8616-7124>

Osipchuk Anna  
Polissia National University

У статті проаналізовано можливості здійснення інвентаризації рекреаційно-туристичних ресурсів з метою оцінки їх стану, наявності супутньої інфраструктури, доступності локацій, виявлення найбільш привабливих туристичних місць. Надано авторське визначення механізму активізації туристичного потенціалу, виокремлено показники туристичного потенціалу громад та запропоновано формули розрахунку туристичного потенціалу громад і сумарної атрактивності територій. Проведено дослідження сучасних перспектив розвитку туризму, розроблення механізмів та практичних рекомендацій щодо активізації розвитку внутрішнього туризму. На основі класичних методів обчислення у поєднанні з апаратом нечіткої логіки запропоновано оцінювати сумарну атрактивність територій. Підкреслено важливість формування геоінформаційних порталів та платформ для полегшення доступу до туристичних ресурсів і надання можливості самостійного підбору туристичних локацій за індивідуальним запитом. Запропоновано шляхи підвищення ефективності використання туристичного потенціалу громад на прикладі Житомирської області.

**Ключові слова:** туристична індустрія, туристичний потенціал громад, економічний механізм, активізація розвитку, внесок туризму в бюджет Житомирської області.

The article analyzes the possibilities of carrying out an inventory of recreational and tourist resources in order to assess their condition, the presence of accompanying infrastructure, the availability of locations, and the identification of the most attractive tourist spots. The author's definition of the mechanism of activation of the tourist potential has been given, indicators of the tourist potential of communities have been singled out, and formulas for calculating the tourist potential of communities and the total attractiveness of territories have been proposed. A study of modern prospects for the development of tourism, development of mechanisms and practical recommendations for the activation of the development of domestic tourism has been carried out. On the basis of classical calculation methods in combination with the apparatus of fuzzy logic, it is proposed to estimate the total attractiveness of territories. Despite the difficult situation in the country caused by military actions, post-Covid reorientation and spatial polarization of the tourist services market, recreation and leisure activities occupy an integral place in the livelihood of the country's population. The importance of the formation of geo-informational portals and platforms for facilitating access to tourist resources and providing the possibility of independent selection of tourist locations upon individual request have been emphasized. Ways to improve the efficiency of the use of the tourist potential of communities on the example of the Zhytomyr region have been proposed. The purpose of the study is to reveal directions for the formation of a mechanism for the activation of tourist potential in order to identify and further promote existing tourist destinations, as well as the development of new tourist attractions. In the course of the study, some variants of the cost of tourist routes and their contribution to community budgets have been calculated, which confirms the possibilities of the tourism sector to influence the restoration of rural areas, provide additional jobs, and realize the creative and entrepreneurial potential of the population.

**Keywords:** tourism industry, tourism potential of communities, economic mechanism, activation of development, contribution of tourism to the budget of Zhytomyr region.

**Постановка проблеми.** У світовій практиці сфера обслуговування, зокрема рекреаційно-дозвіллева діяльність, набуває з кожним роком все більшої частки в економічному секторі. Важливим чинником розвитку туристичної діяльності та використання природно-ресурсного потенціалу у межах території України є нарощування обсягів й активізація діяльності об'єктів туристично-рекреаційної діяльності. Незважаючи на складну ситуацію

туристичної діяльності та використання природно-ресурсного потенціалу у межах території України є нарощування обсягів й активізація діяльності об'єктів туристично-рекреаційної діяльності. Незважаючи на складну ситуацію

в країні, зумовлену військовими діями, постковідну переорієнтацію та просторову поляризацію ринку туристичних послуг, відпочинково-дозвіллева діяльність займає невід'ємне місце у життєзабезпеченні населення країни.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Дослідженням туристичного потенціалу України займалися такі науковці, як Братюк В. П. [1], Самодай В. П., Левковська Ж. В. [6], Тарасова В. В. [7]. Питання розвитку туристичної сфери висвітлено у роботах Брич В., Галиш Н. [2], Забуранної Л. В., Кулік А. В. [3], Ткаченко Т., Дупляк Т. [4]. Проте зміни кон'юнктури ринку туристичних послуг, військові дії на території України, постковідна переорієнтація всіх видів бізнесової діяльності зумовлюють пошуки актуальних шляхів відновлення економіки країни у повоєнний час та формування підґрунтя для в'їзду іноземних туристів й міжрегіонального внутрішнього туризму. *Мета дослідження* полягає у розкритті напрямів формування механізму активізації туристичного потенціалу задля виявлення та подальшого просування існуючих туристичних дестинацій, а також розробки нових туристичних атракцій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Імплементация моделі комплексного розвитку туризму призведе до збільшення числа клієнтів, обсягу реалізованих послуг, кількості регіональних представництв, що створює необхідні умови для підвищення рівня дохідності регіональної та національної часток туристичного ринку. Ефективне управління розвитку туристичної галузі передбачає формування сталої економічної та відпочинково-дозвіллевої діяльності із залученням місцевих організацій, зниження антропогенного навантаження туристів на дестинацію, збереження біологічного та ландшафтного різноманіття, ознайомлення з особливостями культури і побуту місцевих жителів. Під механізмом активізації туристичного потенціалу слід розглядати сукупність елементів стимулювання розвитку та раціонального використання природних та антропогенних ресурсів, придатних до формування туристичного продукту на основі засад стратегічного управління та інноваційно-екосистемного підходу.

Для того, щоб громади могли проаналізувати та оцінити свій туристичний потенціал, потрібно здійснити інвентаризацію рекреаційно-туристичних ресурсів, оцінити стан, інфраструктуру, доступність локацій, виявити найбільш привабливі туристичні місця (рис. 1). Для цього слід використовувати систему

показників оцінки туристичної привабливості та їх значимість для потенційних туристів. Наступним кроком для активізації туристичного потенціалу громади потрібно розробити стратегію розвитку туристичної галузі, створити екскурсійні програми, облаштувати об'єкти інфраструктури, забезпечити поширення та просування інформації про нові туристичні продукти.

Атрактивність територій запропоновано оцінювати на основі класичних методів обчислення атрактивності території у поєднанні з апаратом нечіткої логіки. Суть класичного методу обчислення атрактивності території заключається в тому, що він базується на адитивному методі, суть якого полягає у тому, що сумарне значення величин, як частин досліджуваного об'єкту, формує конкретне значення цілого об'єкту (табл. 1):

Сумарна атрактивність території є інтегральною оцінкою усіх наявних ресурсів досліджуваної території і визначається як:

$$R_j = P_j * p_j + N_j * n_j + K_j * k_j + L_j * l_j + E_j * e_j + I_j * i_j + D_j * d_j, \quad (8)$$

де  $p_j, n_j, k_j, l_j, e_j, i_j, d_j$  – питома вага цінності природних ресурсів, наукового, культурного, екологічного, економічного потенціалів, інфраструктури, додаткових можливостей  $j$ -ї території відповідно. Використовуючи інтегральну оцінку атрактивності території громади зможуть визначити стан туристичних об'єктів та наявної інфраструктури, виявити сильні та слабкі сторони туристичних локацій, сформувані дієву стратегію розвитку туристичного напрямку.

Використання інтерактивних туристичних платформ, які вміщуватимуть базу даних об'єктів та територій туризму, де зазначатиметься інформація щодо розміщення, наявних послуг, супутньої інфраструктури, контактних даних тощо спрощуватиме зацікавленим особам формувати та реалізовувати туристичний продукт. Користувач матиме змогу самостійно сформувані туристичний маршрут або обрати із запропонованих екскурсійних програм. Органи державного та місцевого управління регулюватимуть і контролюватимуть діяльність суб'єктів господарювання, а також відслідковувати можливі порушення законодавства. Туристичні та інші обслуговуючі підприємства розмістять інформацію про наявні послуги та свої конкурентні переваги. Місцеве населення матиме змогу офіційно працевлаштуватись і впливати на розвиток своїх територіальних громад. Тобто плат-



Рис. 1. Показники туристичного потенціалу громад

Джерело: на основі [5]

форма дасть змогу об'єднати зацікавлені сторони та стимулювати їх взаємодію.

Використання геоінформаційних систем та технологій формує можливості моделювання просторового розподілу атрактивності територій. Такі технології надають інструментарій локалізації зон атрактивності у досліджуваних громадах і, таким чином, визначають конкретні території, які є потенційно привабливими для туристів та інвесторів. Інтерактивні геопортали у перспективі зможуть надавати мультиваріативні шляхи формування туристичних маршрутів у відповідності до індивідуальних побажань туриста. Елементами множини індивідуальних побажань туриста

$X$  є характеристики, які подаються у вигляді лінгвістичних змінних:  $x_1$  – можливість харчування,  $x_2$  – можливість ночівлі,  $x_3$  – підготовленість території для відпочинку,  $x_4$  – наявність пам'яток культури, історії, релігії,  $x_5$  – можливість участі культурно-мистецьких та спортивних заходів,  $x_6$  – можливість замовлення екскурсорова,  $x_7$  – придатність території для прогулянок та розваг з дітьми,  $x_8$  – можливість самостійно проходити туристичні маршрути,  $x_9$  – наявність контактної інформації,  $x_{10}$  – можливість участі у майстер-класах,  $x_{11}$  – наявність зв'язку, інтернету, банківських та поштових служб,  $x_{12}$  – можливість придбати сувенірну продукцію,  $x_{13}$  – можливість катання

Таблиця 1

## Формули розрахунку туристичного потенціалу громад

Група	Розрахунок
Природні ресурси	$P_j = \frac{\sum_{i=1}^p r_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^p r_{ij}}, \quad (1)$
Науковий потенціал	$N_j = \frac{\sum_{i=1}^f g_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^f g_{ij}}, \quad (2)$
Культурний потенціал	$K_j = \frac{\sum_{i=1}^k b_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^k b_{ij}}, \quad (3)$
Екологічний потенціал	$L_j = \frac{\sum_{i=1}^l c_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^l c_{ij}}, \quad (4)$
Економічний потенціал	$E_j = \frac{\sum_{i=1}^e t_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^e t_{ij}}, \quad (5)$
Інфраструктура	$I_j = \frac{\sum_{i=1}^i s_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^i s_{ij}}, \quad (6)$
Додаткові можливості	$D_j = \frac{\sum_{i=1}^d z_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^d z_{ij}}, \quad (7)$

Джерело: розроблено автором

де  $P_j, N_j, K_j, L_j, E_j, I_j, D_j$ , – сумарні оцінки природних ресурсів, наукового, культурного, екологічного, економічного потенціалів, інфраструктури, додаткових можливостей  $j$ -ї території відповідно,  $n$  – загальна кількість досліджуваних територіальних одиниць,  $p, f, k, l, e, i, d$  – кількість досліджуваних факторів природних ресурсів, наукового, культурного, екологічного, економічного потенціалів, інфраструктури, додаткових можливостей відповідно,  $r_{ij}$  – бальна оцінка  $i$ -го фактора природних ресурсів для  $j$ -ї території,  $g_{ij}$  – бальна оцінка  $i$ -го показника наукового потенціалу, об'єкту дослідження, палеогеографічної пам'ятки, наукової події тощо  $j$ -ї території,  $b_{ij}$  – бальна оцінка  $i$ -го показника культурного потенціалу, проведення культурно-мистецьких та спортивних заходів, автентичність і релевантність місцевої культури  $j$ -ї території,  $c_{ij}$  – бальна оцінка  $i$ -го показника екологічного потенціалу, проведення заходів екопросвітництва, наявність екологічних стежок та інформаційних стендів,  $t_{ij}$  – бальна оцінка  $i$ -го показника економічного потенціалу, доступність локацій, ризики, економічна привабливість  $j$ -ї території,  $s_{ij}$  – бальна оцінка  $i$ -го показника інфраструктурної забезпеченості, можливості харчування, ночівлі, екскурсійного супроводу,  $z_{ij}$  – бальна оцінка  $i$ -го показника додаткових можливостей туристично-рекреаційного потенціалу: анімаційні програми, тренінги взаємодії, автентичні майстер-класи  $j$ -ї території.

на човнах, катамаранах,  $x_{14}$  – можливість проведення риболовлі,  $x_{15}$  – якість під'їзних шляхів тощо. Таким чином, крім просування туристичних продуктів регіону, геопортали надаватимуть можливість самостійно формувати індивідуальні тури, що буде зручно для сучасного туриста, який прагне знайти події,

відпочинок, нові емоції відповідно до вподобань на момент запиту у формуванні туру.

Особливості місцевої культури, традицій, історії, побуту, а також проведення культурно-мистецьких та спортивних заходів з кожним роком привертають увагу все більшої кількості туристів, до прикладу: міжнародний

фестиваль дерунів в Коростені, міжнародний культурно-мистецький фестиваль Grieg-Fest, Науковий фестиваль OL, конкурс туристичної фотографії «Мандруй Житомирщиною», Фестиваль моди MO/DNI, Atlas Quest, фестиваль Fish Food Fest, турнір з плавання «Teteriv open», етнофестиваль «Сорочинський ярмарок», фестиваль вуличної музики «Week-end в Олевську» та інші.

Економічний потенціал, як зазначено вище, є важливим інструментом для обґрунтування життєздатності і самоокупності туристичних дестинацій для бізнесових структур. Показники кількості відвідувачів, доступності локацій, потенційних ризиків, економічної привабливості, заходів просування, відображення дестинацій в інформаційному просторі стануть основою для оцінки перспективи організації господарської діяльності на території громади. Інфраструктура туристичної дестинації залишається і основною проблемою галузі національного туризму, і важливим аргументом при плануванні подорожі. На основі авторського опитування жителів Житомирської області щодо аналізу фінансових можливостей потенційних екотуристів виявлено, що більше половини всіх відповідей респондентів (63,8 %) щодо пропозицій облаштування локацій відпочинку в межах природних територій пов'язана з інфраструктурою, включаючи розміщення додаткової інформації про туристичні об'єкти (інформаційні стенди), іноземною мовою зокрема, встановлення урн для сміття та туалетів, дитячу інфраструктуру та анімацію, наявність інтерактивного доступу до інформації про маршрути і об'єкти, екокемпінгів та альтанок для відпочинку.

Заходи з організації та облаштування локацій для здійснення туристичної діяльності (наповнення актуальною інформацією сайтів, ведення статистики відвідування, створення якісної інфраструктури з можливістю придбання продуктів харчування, сувенірної продукції, взяття в оренду спорядження, облаштування санвузлів, установка урн для сміття, сучасних інформаційних та інтерактивних стендів, проведення екскурсій, автентичних свят та тематичних заходів) сформують комфортні умови для туристів та залучатимуть нових споживачів туристичного продукту. Оцінка туристичного потенціалу громад на основі інвентаризації наявних туристичних ресурсів дасть змогу виділити найбільш привабливі туристичні дестинації, спланувати тематичні екскурсійні маршрути, виділити потенційні джерела залучення фінансових

потоків, виокремити проблемні питання щодо організації туристичної діяльності громади, сформуванню конкурентоспроможну стратегію сталого розвитку регіону.

Концепція активізації туристичного потенціалу громад передбачає використання можливих способів залучення фінансових ресурсів для різних суб'єктів господарської діяльності в сфері туризму. Проте, для створення комфортних умов для споживача, закупівлі додаткового обладнання чи спорядження, створення позитивного іміджу та просування дестинації потрібні додаткові кошти. Тому було сформовано анкету для опитування потенційних екотуристів на предмет фінансових можливостей в різних категоріях витрат (харчування, проживання, екскурсійні послуги та ін.), де респонденти зазначили готовність і потенційну частоту відвідування туристичних локацій. На основі опитування зроблено висновки про вподобання сучасних туристів та розмір витрат під час подорожей. Учасники опитування зазначили суму коштів, яку вони готові сплатити за різні послуги. Середня сума витрат на послуги одноразового харчування склала 192 грн., послуги розміщення на 1 ніч з 1 особи – 385 грн, вхідні квитки на території об'єктів природно-заповідного фонду при умові облаштованої інфраструктури (марковані маршрути, інформаційні стенди, місця відпочинку та споглядання, послуги екскурсовода, санвузли, місця для збору сміття) 130 грн, екскурсійне обслуговування з 1 особи – 116 грн, сувеніри місцевого виробництва (вироби з дерева, шкіри, конопель, льону, вишиті рушники, продукти харчування та побуту ручної роботи тощо) – 267 грн. Середнє значення загальної суми коштів, яку респонденти готові витратити на одну особу протягом одного дня туру склала 1027 грн. Для того, щоб задовольнити попит потенційних туристів слід забезпечити пропозицію спроектованих туристичних маршрутів з розрахунком вартості (табл. 2).

Транспортні витрати по туристичним маршрутам, розробленим на основі авторського опитування, Житомирським, Бердичівським, Новоград-Волинським та Коростенським районами запропоновано розраховувати для трьох видів транспорту мікроавтобусом на 22 особи, автобусом на 30 осіб та автобусом на 55 осіб. Вартість екскурсії взято сталу, вона становить 50 грн за 1 особу. Послуги харчування надаватимуться у гостинних садибах в залежності від району прокладання маршруту: Житомирський район – Садиба

Таблиця 2

## Розрахунок вартості одноденних турів по районах Житомирської області (на 1 особу)

Варіанти одноденних турів	Транспортні витрати на 1 туриста, грн			Вартість екскурсії (за 1 ос.)	Послуги харчування		Загальна вартість туру, грн		
	Мікроавтобус (22 осіб)	Автобус (30 осіб)	Автобус (55 осіб)		Назва закладу	Вартість, грн	Мікроавтобус	Автобус (30 осіб)	Автобус (55 осіб)
Житомирський район	114	100	73	50	Садиба "Соняшник"	200	364	350	323
Бердичівський район	364	320	233	50	Українська гостинна садиба "Сила"	250	664	620	533
Новоград-Волинський район	534	470	342	50	Сімейний еко-ресторан "Wine & Meat"	200	784	720	592
Коростенський район	743	654	476	50	Зелена садиба "Лідія"	170	963	874	696

Джерело: розроблено автором

«Соняшник» (орієнтовна вартість 200 грн з 1 особи), Бердичівський – Українська гостинна садиба «Сила» (250 грн), Новоград-Волинський – Сімейний еко-ресторан «Wine & Meat» (200 грн), Коростенським – Зелена садиба «Лідія» (170 грн). Найдешевшим варіантом прорахунку загальної вартості туру є одноденний тур Житомирським районом автобусом на 55 осіб – 323 грн. Найдорожчим варіантом став тур Коростенським районом мікроавтобусом на 22 особи – 963 грн через свою протяжність і високі витрати на транспортування екскурсійної групи. Вартість дводенних екотурів додатково включає витрати на розміщення і чотирьохразове харчування (табл. 3).

Транспортні витрати прораховані для мікроавтобусу на 22 особи, оскільки вказані садиби, як засоби розміщення, зазвичай можуть надати послуги ночівлі невеликій кількості гостей (до 20-25 осіб). Перший варіант дводенного туру включає огляд локацій Житомирського та Бердичівського району з харчуванням у садибах «Соняшник», «Сила» та «Затишна садиба» (надає гостям послуги розміщення), загальна вартість становить – 2177 грн. Другий варіант дводенного туру включає огляд локацій Коростенського та Новоград-Волинського районів з харчуванням у садибі «Лідія», екоресторані «Wine & Meat» та готелі «Полісся» (надає гостям послуги розміщення), загальна вартість

становить – 2417 грн. Для того, щоб прорахувати яким чином туристична галузь впливає на регіональну економіку, слід дослідити різні види надходжень у бюджет області від туристичної діяльності. Запропоновано три види прогнозів внеску туризму в бюджет Житомирщини (табл. 4). Песимістичний прогноз показує обсяги надходжень при умові, що щомісяця протягом року відбуватиметься 1 дводенна екскурсія Житомирщиною з 1 ночівлею, та 100 сімей протягом року самостійно здійснять по одній дводенній подорожі. Песимістичний прогноз враховує витрати на розміщення, харчування, екскурсію; не враховує: витрати на покупку сувенірів та участь у майстер-класах; прогнозний внесок туризму в бюджет становить 792 тис. грн.

Реалістичний прогноз показує обсяги надходжень при умові, що щомісяця протягом року відбуватиметься 2 дводенні екскурсії (перша для жителів Житомирської області, друга – для жителів інших областей України) Житомирщиною з 1 ночівлею, та 200 сімей (100 сімей серед жителів Житомирської області, 100 сімей серед жителів інших областей України) протягом року самостійно здійснять по одній дводенній подорожі. Реалістичний прогноз враховує витрати на розміщення, харчування, екскурсію, покупку сувенірів; не враховує витрати на участь у майстер-класах; прогнозний внесок туризму в бюджет

Таблиця 3

## Розрахунок вартості дводенних турів по районах Житомирської області (на 1 особу)

Варіанти дводенних турів	Транспортні витрати, грн	Екскурсія, грн	Харчування 1 день		Харчування 2 день		Проживання вартість, грн		Загальна вартість туру, грн
			Садиба	Вартість, грн	Садиба	Вартість, грн	Влітку	Взимку	
1 день Житомирський район 2 день Бердичівський район	477	100	"Соняшник"/ "Затишна садиба"	350	"Затишна садиба"/ "Сила"	400	1000	700	2177
1 день Коростенський район 2 день Новоград-Волинський район	1277	100	"Лідія"/ Готель "Полісся"	320	Готель "Полісся"/ "Wine & Meat"	270	450	450	2417

Джерело: розроблено автором

Таблиця 4

## Внесок туризму в бюджет Житомирської області, тис. грн

Види надходжень	Песимістичний прогноз		Реалістичний прогноз		Оптимістичний прогноз	
	Екскурсії	Самостійні подорожі	Екскурсії	Самостійні подорожі	Екскурсії	Самостійні подорожі
Туристичний збір	11,52	64,00	23,04	12,80	138,24	76,80
Разом	17,92		35,84		215,04	
Харчування	288,00	160,00	576,00	320,00	864,00	480,00
Разом	448,000		896,00		1344,00	
Розміщення	180,00	100,00	360,00	200,00	540,00	350,00
Разом	280,00		560,00		890,00	
Екскурсії	36,00	-	72,00	-	144,00	-
Вхідні квитки	18,00	10,00	36,00	20,00	54,00	30,00
Разом	28,00		56,00		84,00	
Сувеніри	-	-	36,00	10,00	37,50	15,00
Разом	-		46,00		52,50	
Майстер-класи	-	-	-	-	108,00	30,00
Разом	-		-		138,00	
Всього	792,00		1584,00		2462,00	

Джерело: розроблено автором

становить 1584 тис. грн. Оптимістичний прогноз показує обсяги надходжень при умові, що щомісяця протягом року відбуватиметься 3 дводенні екскурсії (третья екскурсія розрахована для іноземних туристів) Житомирщиною з 1 ночівлею, та 300 сімей (100 додаткових,

порівняно з реалістичним прогнозом, сімей з числа іноземних туристів) протягом року самостійно здійзнять по одній дводенній подорожі. Оптимістичний прогноз враховує витрати на розміщення, харчування, екскурсію, покупку сувенірів та участь у майстер-класах;

прогнозний внесок туризму в бюджет становить 2462 тис. грн.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Задля формування механізму активізації туристичного потенціалу слід враховувати значення багатьох зовнішніх та внутрішніх факторів, зокрема: науково-обґрунтоване стратегічне програмування та фінансування розвитку туризму і рекреації, наявності механізмів державно-приватного партнерства, формування привабливого інвестиційного клімату, покращення кадрового забезпечення розвитку туристичної галузі, стимулювання розробки та реалізації регіональних і місцевих програм розвитку туристично-рекреаційного комплексу, проведення інвентаризації наявних та перспективних туристичних ресурсів, виділення та

просування туристичних магнітів у громадах, формування геоінформаційних порталів та платформ для полегшення доступу до туристичних ресурсів і надання можливості самостійного підбору туристичних локацій за індивідуальним запитом. У ході дослідження прораховано деякі варіанти собівартості туристичних маршрутів та їх внеску у бюджети громад, що підтверджує можливість туристичного сектору впливати на відновлення сільських територій, надання додаткових робочих місць, реалізації творчого і підприємницького потенціалу населення. З метою реалізації туристичних продуктів у перспективі планується взаємодія з територіальними громадами та формування спільних проєктів щодо просування і стимулювання внутрішнього туризму.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Братюк В. П. Перспективи та механізми активізації розвитку туризму в регіоні. *Соц.-ек. проблеми сучас. періоду України*. 2014. Вип. 5(109). [https://ird.gov.ua/sep/sep20145\(109\)/sep20145\(109\)\\_248\\_BratyukVP.pdf](https://ird.gov.ua/sep/sep20145(109)/sep20145(109)_248_BratyukVP.pdf)
2. Брич В., Галиш Н. Сталий розвиток туристичної індустрії: екологічний та статистичний вимір. *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. № 4. С. 23–30.
3. Забуранна Л. В., Кулік А. В. Конкурентостійкість підприємств сільського зеленого туризму: теорія, механізм формування та управління. Київ : Центр учбової літератури. 2018. 292 с.
4. Мазаракі А. А. та ін. Інновінг в туризмі : монографія / за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2016. 532 с.
5. Осіпчук А. С. Національна туристична організація України як фасилітатор сталого розвитку туристичної галузі та економічного зростання. *Індустрія туризму і гостинності*. 2022. № 6. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-6-5>
6. Самодай В. П., Левковська Ж. В. Характерні особливості туристичного потенціалу України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-30>
7. Тарасова В. В. та ін. Географія туризму: Екологічний туризм : підручник. Житомир : ЖНАЕУ, 2021. 252 с.
8. Ткаченко Т., Дупляк Т. Конвергентність ринку туристичних послуг. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 6. С. 32–41.
9. Caroline T., Margaux C., Pasca M. and Mann R. Now boarding: Faces, places, and trends shaping tourism in 2024. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/now-boarding-faces-places-and-trends-shaping-tourism-in-2024> (дата звернення: 14.07.2024).
10. Ziyang Zhang Zhe Yang. The management innovation of tourism enterprises under the eco-tourism model. *International Conference on Tourism, Economy and Environmental Sustainability (TEES 2021)*, 251. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125103041>

#### REFERENCES:

1. Bratiuk V. P. (2014) Perspektyvy ta mekhanizmy aktyvizatsii rozvytku turyzmu v rehioni [Prospects and mechanisms of activation of tourism development in the region]. *Sots.-ek. problemy suchas. periodu Ukrainy*, no. 5(109). Available at: [https://ird.gov.ua/sep/sep20145\(109\)/sep20145\(109\)\\_248\\_BratyukVP.pdf](https://ird.gov.ua/sep/sep20145(109)/sep20145(109)_248_BratyukVP.pdf). (accessed July 14, 2024). (in Ukrainian)
2. Brych V., Halysh N. (2020). Stalyi rozvytok turystychnoi indusrii: ekolohichni ta statystychni vymir [Sustainable development of the tourism industry: ecological and statistical dimensions]. *Ekonomichnyi analiz*, no. 30(4), pp. 23–30. (in Ukrainian)
3. Ziburanna L. V., Kulik A. V. (2018). Konkurentnostiikist pidpriemstv silskoho zelenoho turyzmu: teoriia, mekhanizm formuvannia ta upravlinnia [Competitiveness of rural green tourism enterprises: theory, mechanism of formation and management]. 292 p. (in Ukrainian)



4. Mazaraki A. A. ta in. (2016). *Innovinh v turyzmi [Innovation in tourism] : monohrafiia [monograph]*. 532 p. (in Ukrainian)
5. Osipchuk A. S. (2022). Natsionalna turystychna orhanizatsiia Ukrainy yak fasyliator staloho rozvytku turystychnoi haluzi ta ekonomichnoho zrostantia [National Tourism Organization of Ukraine as a facilitator of sustainable development of the tourism industry and economic growth]. *Industriia turyzmu i hostynnosti [Tourism and hospitality industry]*, no. 6. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-6-5> (accessed July 14, 2024). (in Ukrainian)
6. Samodai V. P., Levkovska Zh. V. (2023). Kharakterni osoblyvosti turystychnoho potentsialu Ukrainy [Characteristic features of the tourist potential of Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo [Economy and society]*, no. 53. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-30> (accessed July 14, 2024). (in Ukrainian)
7. Tarasova V. V. ta in. (2021). *Heohrafiia turyzmu: Ekolohichnyi turyzm [Geography of tourism: Ecological tourism] pidruchnyk [textbook]*. 252 p. (in Ukrainian)
8. Tkachenko T., Dupliak T. (2018). Konverhentnist rynku turystychnykh posluh [Convergence of the tourist services market]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo [Foreign trade: economics, finance, law]*, no. 6, pp. 32–41. (In Ukrainian)
9. Caroline T., Margaux C., Pacca M. and Mann R. (2024) Now boarding: Faces, places, and trends shaping tourism in 2024. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/now-boarding-faces-places-and-trends-shaping-tourism-in-2024>
10. Ziyang Zhang Zhe Yang. (2021). The management innovation of tourism enterprises under the eco-tourism model. *International Conference on Tourism, Economy and Environmental Sustainability (TEES 2021)*, 251. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125103041>