

**С. В. Хлопяк,**  
к. е. н., доцент кафедри туризму та рекреації,  
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ  
ORCID ID: 0000-0003-1002-5888

**С. С. Кравцов,**  
к. держ. упр., доцент кафедри туризму та рекреації,  
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ  
ORCID ID: 0000-0002-2016-1974

**В. В. Білик,**  
к. е. н., доцент кафедри туризму та рекреації,  
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ  
ORCID ID: 0000-0002-0658-9560

DOI: 10.32702/2306-6806.2021.9.100

## ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ ЗАСОБАМИ СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ТУРИЗМУ

**S. Khlopiak,**  
PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Tourism and Recreation,  
Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv

**S. Kravtsov,**  
PhD in Public Administration, Associate Professor of the Department of Tourism  
and Recreation, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv

**V. Bilyk,**  
PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Tourism and Recreation,  
Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv

### INCREASING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE REGION TOURISM POTENTIAL BY SPECIALIZED TOURISM MEANS

*У статті досліджуються зміст і наукові підходи до визначення понять "туристичного потенціалу" та "інвестиційної привабливості туристичного потенціалу" територій і дестинацій. Визначено та систематизовано ключові елементи туристичного потенціалу регіону та детерміновано чинники, що обумовлюють його привабливість для інвесторів. На прикладі Полтавської області розглянуто практичні аспекти стратегічного аналізу туристичного потенціалу регіону, охарактеризована його структура та динаміка розвитку. Констатовано, що підвищення атрактивності для іноземних туристів в Україні матимуть гомогенні біографо-соціальні туристичні ресурси. На цій підставі розроблений інноваційний проект культурно-пізнавального туру, присвяченого видатним особистостям Полтавщини. Підкреслено важливу роль засобів спеціалізованого туризму, туристичних кластерів, інституційних, громадських та комерційних стейкхолдерів, наукових та освітніх центрів у реалізації туристичних можливостей території.*

*Development and implementation by local governments of tourism strategic plans are one of the aspects for the tourist flows growth in Ukraine during the pandemic and post-pandemic phases. That is why increasing the investment attractiveness of the regional potential of specialized tourism is a priority. In this article, the content and scientific approach to defining the concepts of "tourism potential" and "investment attractiveness of tourism potential" of territories and destinations are explored. The key elements of the tourist potential of the region are identified and systematized and the factors influencing the investment attractiveness of the destination of specialized tourism are determined.*

*Poltava region is the potential example of the practical aspects of strategic analysis of the regional tourist potential, its structure and dynamics of development are characterized. The usage of homogeneous biographical and social tourism resources will increase attractiveness for foreign tourists in Ukraine. Based on the above-mentioned, the innovative project of a specialized cultural and cognitive tour dedicated to prominent personalities of the Poltava region was developed and a list of four locations are provided for the route. The important role of specialized biographical and ethnographic tourism is emphasized. The necessity of local profound research and also development and promotion of the destination based on their results of the project of a new regional tour called "Two Poltava region geniuses: Mykola Gogol and Maria Bashkirtseva" is substantiated. Local authorities, activists and other stakeholders of Poltava have also begun active work on developing the city's brand, which will help to promote both the destination and the region.*

*The need for targeted investments in accordance with the scheme of cluster development of tourism, which will increase the competitiveness of specialized tourism products by improving the attractiveness of natural and*

*cultural, and historical resources is defined. The methodological approach to understanding the essence of the tourism potential of the region will help strengthen the competitiveness of the tourism product on domestic and international markets.*

*Ключові слова: туризм, туристичний потенціал, інвестиційна привабливість, регіональна політика, туристичний продукт, спеціалізований туризм, туристичні маршрути, стейкхолдери туризму, бренд території.*

*Key words: tourism, tourist potential, investment attractiveness, regional policy, tourist product, specialized tourism, tourist routes, tourism stakeholders, territory brand.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У період після подолання пандемічної кризи та завершення реформи децентралізації поживлення туристичних потоків в Україні стане можливим лише за умови розробки та успішної реалізації суб'єктами місцевого самоврядування виважених стратегічних планів пріоритетного розвитку туризму в регіонах, підкріплених відповідними інвестиційними програмами.

Прогнозується, що поява дедалі більшого числа об'єднаних територіальних громад у регіонах з амбітними планами керівництва щодо залучення іноземних та внутрішніх туристів супроводжуватиметься посиленням конкуренції на регіональних туристичних ринках, які будуть перенасичені однотипною туристичною пропозицією. Як наслідок, кожному туристичному регіону необхідно прагнути не тільки зберегти, але й зміцнити свої позиції та репутацію на ринку туризму шляхом розробки інноваційних туристичних проектів та стратегічних планів, які передбачають довгострокові інвестиції у сферу туризму. За таких обставин актуальним виявляється завдання проведення регіональної політики, орієнтованої на підвищення інвестиційної привабливості туристичних дестинацій, а також цільового просування регіональних туристичних продуктів на зовнішньому і внутрішньому ринках.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження питань, пов'язаних з розробкою програм розвитку туристичної діяльності в регіонах України, перебуває в центрі уваги багатьох науковців і практиків регіонального управління. В своїх роботах вони торкаються широкого кола теоретичних та прикладних проблем розвитку регіонального туризму, зокрема окреслення його перспектив, цілей та завдань; визначення пріоритетних видів туризму; розробки цільових програмних заходів та стратегій підвищення інвестиційної привабливості регіону; обґрунтування регіональної політики щодо збереження і розвитку культурної спадщини, поширення кращих традицій культури регіону, поліпшення міжрегіональних та міжнародних економічних відносин засобами туризму та ін. [1; 4; 5; 7; 12; 14].

На наш погляд, ключову роль у процесі стратегічного регіонального планування може зайняти політика підвищення інвестиційної привабливості туристичного потенціалу регіону, а сам туристичний потенціал регіону з новою пропонованою методологією визначення його структурних елементів повинен виступати головним об'єктом управлінського впливу та інвестицій в процесі реалізації регіональних стратегій розвитку туризму.

## МЕТА СТАТТІ

Мета статті полягає у теоретико-методологічному обґрунтуванні сутності та структури туристичного потенціалу регіону, а також визначенні практичних шляхів формування інвестиційної привабливості його елементів за рахунок розвитку різних видів і форм спеціалізованого туризму.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У широкому розумінні термін "потенціал" (від лат. potentia — сила) означає "наявні засоби, запаси, джерела, які можуть бути мобілізовані, приведені в дію, ви-

користані для досягнення певної мети, здійснення плану, вирішення якого-небудь завдання; можливості окремої особи, суспільства, держави в певній області — економічний потенціал"; "сукупність усіх наявних можливостей, засобів у певній галузі, сфері" [10].

Оцінюючи туристичний потенціал території, беруть до уваги ті її властивості, які мають значення для туристичного використання. Саме таке достатньо ємне і універсальне визначення може бути прийнято за основу його подальшого розгляду. В науковій літературі існує безліч точок зору щодо визначення туристичного потенціалу, близьким до якого є поняття "туристично-рекреаційного потенціалу".

На думку Д.В. Ніколаєнко, "туристично-рекреаційний потенціал — це сукупність природних і соціокультурних передумов для організації туристично-рекреаційної діяльності на певній території" [7]. У словнику "Knowledgebase" туристично-рекреаційний потенціал розглядається, як властивість території здійснювати на людину позитивний фізичний, психоемоційний, гігієнічний вплив і найбільшою мірою проявляється під час відпочинку.

Я. Качмарек, А. Стасяк та Б. Влодарчик називають туристичним потенціалом всі елементи географічного середовища та поведінки людини, які можуть бути використані для організації туризму чи для заняття ним. Туристичний потенціал території — це ємне, багатоспектне поняття, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що виступають або можуть виступати передумовами розвитку певних видів туризму [5].

Узагальнюючи широкий спектр існуючих визначень, можна зробити висновок, що туристичний потенціал — це унікальний комплекс природних та антропогенних об'єктів, умов, явищ, можливостей та засобів, які спрямовані чи можуть бути використані для розвитку окремого виду (видів) туризму на певній території.

Досліджуючи структуру туристичного потенціалу, варто розглядати та аналізувати його за елементами, представленими на рис. 1.

Реалізація програми підвищення інвестиційної привабливості туристичного потенціалу регіону передбачає певний управлінський та маркетинговий вплив на окремі або всі визначені його складові елементи, які системно пов'язані між собою.

Оскільки поняття туристичного потенціалу не може розглядатись без прив'язки до певного регіону, то і поняття його "інвестиційної привабливості" можна тлумачити як інтегральний показник, що відображає перспективну вигідність або невигідність для інвестора вкладення фінансових коштів в окремі елементи регіонального туристичного потенціалу.

На процес формування стратегії підвищення інвестиційної привабливості туристичного потенціалу регіонів впливає ряд об'єктивних чинників.

По-перше, велика різноманітність видів туристської активності, в яких використовуються різні види природних ресурсів і ресурсів антропогенного походження (їх перелік постійно поповнюється з виникненням і популяризацією нових видів і способів відпочинку), спричиняє складність у виведенні загальної оцінки туристичного потенціалу певної території: для організації одних видів туризму вона може володіти надзвичайно потуж-

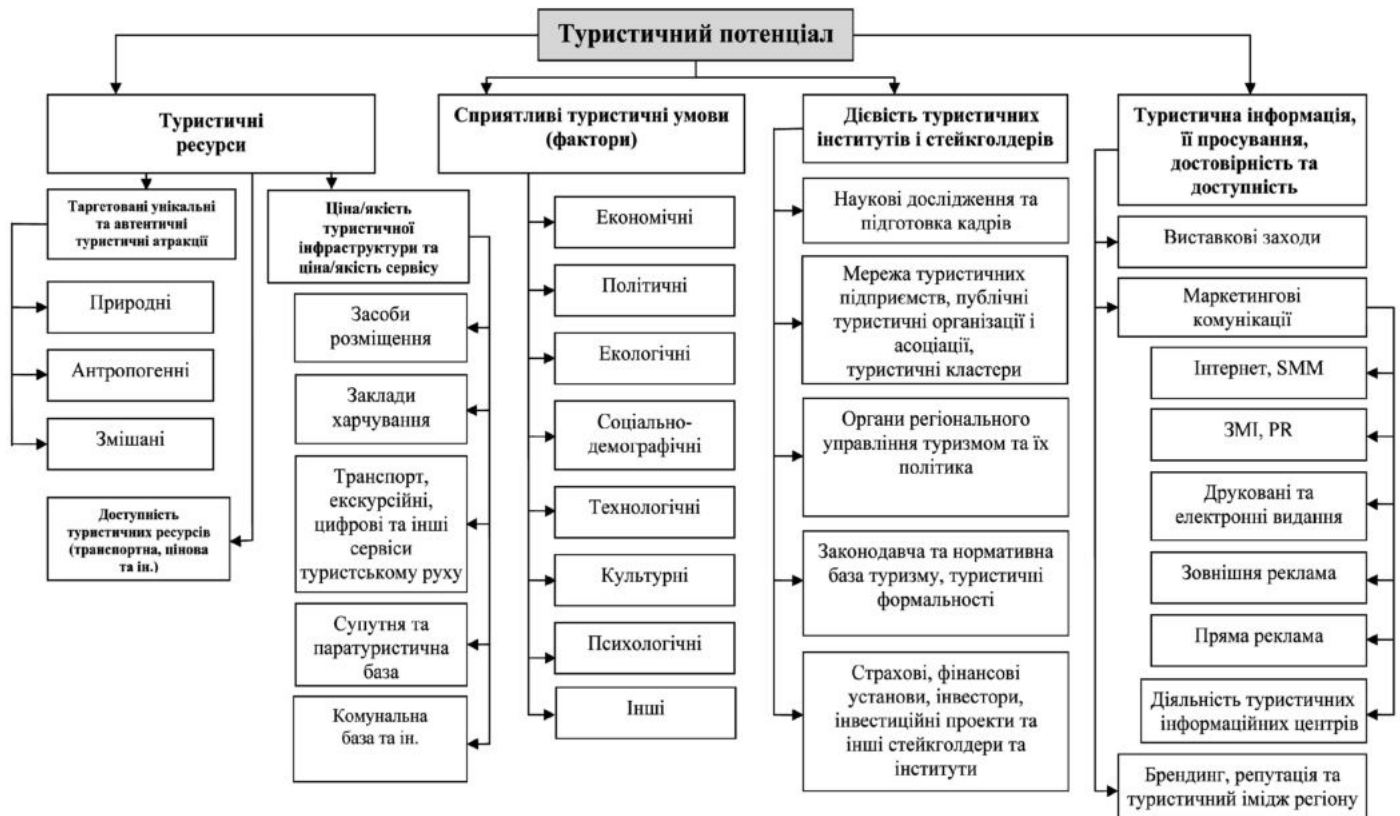


Рис. 1. Елементи туристичного потенціалу регіону

Джерело: запропоновано авторами.

ною ресурсною базою, для інших — бути зовсім непридатною.

По-друге, розвиток туристичного потенціалу і основної його складової — туристичних ресурсів — дуже вразливий до дії зовнішніх факторів: варто виникнути одному несприятливому чинникові (стихійне лихо, розвиток нових галузей виробництва, несумісних з існуванням рекреації, рекреаційні перевантаження на територію, соціальні і політичні заворушення тощо), як туристичний потенціал втрачається частково або й повністю. Причому, якщо йдеться про природні ресурси, то при дії несприятливих чинників їх привабливість і туристична цінність втрачається значно раніше і швидше, ніж економічна. Тобто туристичний потенціал регіону є категорією непостійною (рис. 2).

По-третє, ще однією властивістю туристичного потенціалу є його дискретність. Одні й ті самі об'єкти (ліс, озеро, населений пункт, культурний об'єкт або подія) мають неоднакові споживчі характеристики в різних своїх частинах або проміжках часу та неоднакову атрактивність для різних сегментів туристів (за різними ознаками сегментації). Остання позиція, на наш погляд, призводить до необхідності проведення таргетування туристичних ресурсів під запити окремих сегментів туристичного ринку (іноземні туристи, за віком, рівнем доходів, цінностями та ін.).

Розглянемо окремі практичні аспекти стратегічного аналізу туристичного потенціалу регіону і визначимо конкретні пропозиції щодо його посилення шляхом розвитку окремих форм спеціалізованого туризму на прикладі Полтавської області.

Важливу інтегральною характеристикою умов розвитку туризму в регіоні виступають статистичні показники щодо динаміки і структури туристських потоків та підприємницької активності на регіональному туристичному ринку. На рис. 3 відображено динамічні зміни у кількості туристів, обслу-

гованих суб'єктами туристичної діяльності Полтавської області, в період 2008—2020 рр.

З даних рисунку видно, що, починаючи з кризового 2008 року, спостерігалось зменшення кількості обслугованих туристів, які подорожували Україною. Суттєво вплинули на туристські потоки і події 2014 року. Лише два роки потім динаміка змінилася на позитивну. Зокрема, протягом пікового 2018 року кількість обслугованих внутрішніх туристів зростає більше, ніж удвічі; а іноземних — на 71,7% — до 1491 особи, що виявилось п'ятим показником в Україні після м. Києва (60062 особи), Львівської (7617 осіб), Івано-Франківської (3393 особи) та Одеської (2004 особи) областей. Такі зміни багато в чому стали результатом активізації просування України на міжнародному туристичному ринку, розвитку двостороннього співробітництва, візової лібералізації, збільшення позицій прямого та бюджетного авіасполучення. Попри те, що у пандемічний період тенденції знову погіршилися, досягнуті до його настання результати є об'єктивним маркером інвестиційної привабливості туристичного потенціалу в'їзного туризму регіону.

Туристичні послуги на території Полтавської області в 2020 році надавали 124 суб'єкти туристичної діяльності, серед яких жодного туристичного оператора. Рисунок 4 ілюструє зміни у кількості суб'єктів туристичної діяльності Полтавської області та їх питомої ваги у загальній кількості по Україні у 2015—2020 роках.

Об'єктом обов'язкового інвестування в регіоні безумовно повинен стати такий елемент туристичного потенціалу як туристична інфраструктура. За інформацією Департаменту культури і туризму Полтавської області державної адміністрації в області налічується: 79 готелів різного рівня комфортності. Номерний фонд готельних підприємств становить 900 номерів. Ще близько 3500 місць, за оцінками експертів, можуть запропонувати для розміщення туристів власники приватного

житла. Найм квартир у таких власників відбувається, як правило, без оформлення відповідних документів, без обліку споживачів послуг і без сплати податків (у тому числі туристичного збору). На території області нараховується багато рекреаційних закладів, у т.ч: санаторно-курортних — 12, дитячих оздоровчих — 782, центрів активного відпочинку — 12, центрів туристичної інформації — 15 [3].

В області зареєстровані 219 суб'єктів підприємницької діяльності, юридичних та фізичних осіб, які надають послуги ресторанного господарства (ресторани, кафе, бари та ін.). Але не більше 30 % з них можна віднести до таких, що мають достатньо високий рівень якості послуг і можуть розглядатися як придатні для обслуговування туристів [11].

За даними популярних глобальних онлайн-турагентств (ОТА) Booking.com та TripAdvisor.com, Полтавську область у досліджуваній період відвідували громадяни Ізраїлю, ОАЕ, Естонії, Греції, США, Румунії, Швеції, Канади, Австралії, Польщі, РФ, Франції, США, Іспанії, Японії, Ірландії, Китаю, Великобританії, Італії, Туреччини, Бангладеш, Іраку [15].

Результати заснованого на статистичних даних аналізу засвідчують, що в останні роки доковідного періоду відбувалось поступове відродження туристичного ринку регіону, що слід вважати важливим чинником інвестиційної привабливості його туристичного потенціалу. Водночас попит на туристичні атракції Полтавської області серед іноземних туристів залишався відносно незначним, хоча туристичні оператори і пропонували екскурсії англійською мовою.

Попри наявність привабливих дестинацій, пропозицію туристичного продукту Полтавської області, орієнтованого на міжнародний ринок, забезпечують лише декілька туристичних операторів, серед яких Kraina UA, Green Tour Ukraine та Friendly Ukraine.

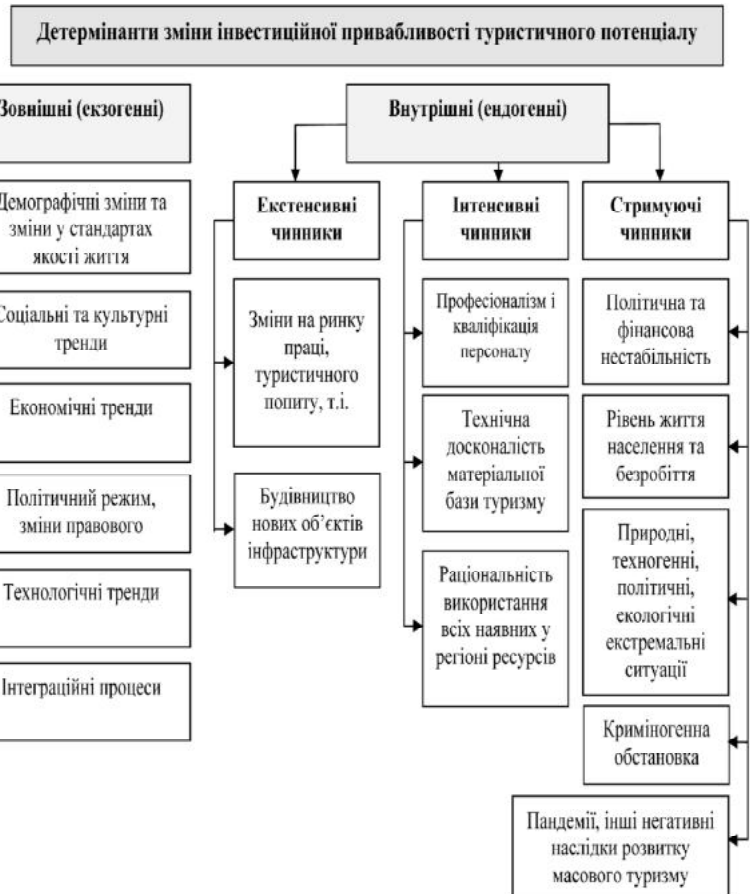


Рис. 2. Фактори, що впливають на інвестиційну привабливість туристичного потенціалу регіону

Джерело: запропоновано авторами.

В таблиці 1 наведено основні тури по області, що надаються зазначеними підприємствами.

Підвищення інвестиційної привабливості та популяризації регіону серед туристів, на наш погляд, необхід-

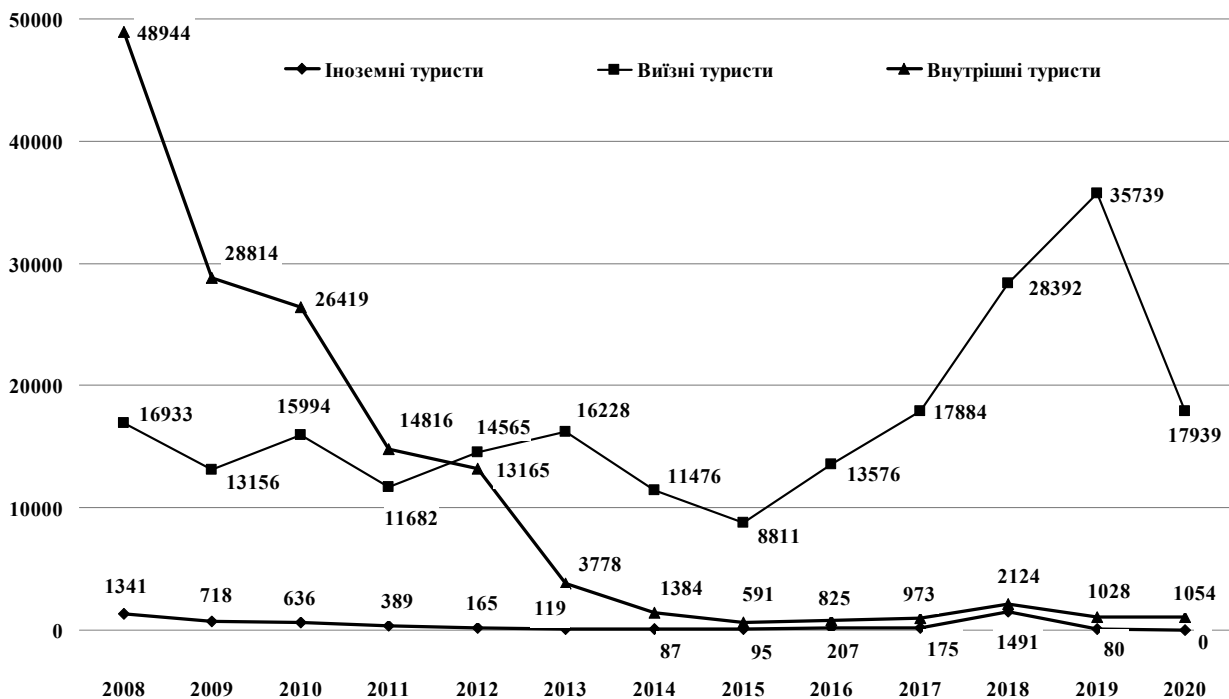


Рис. 3. Динаміка кількості туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності Полтавської області за 2008—2020 рр.

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України.

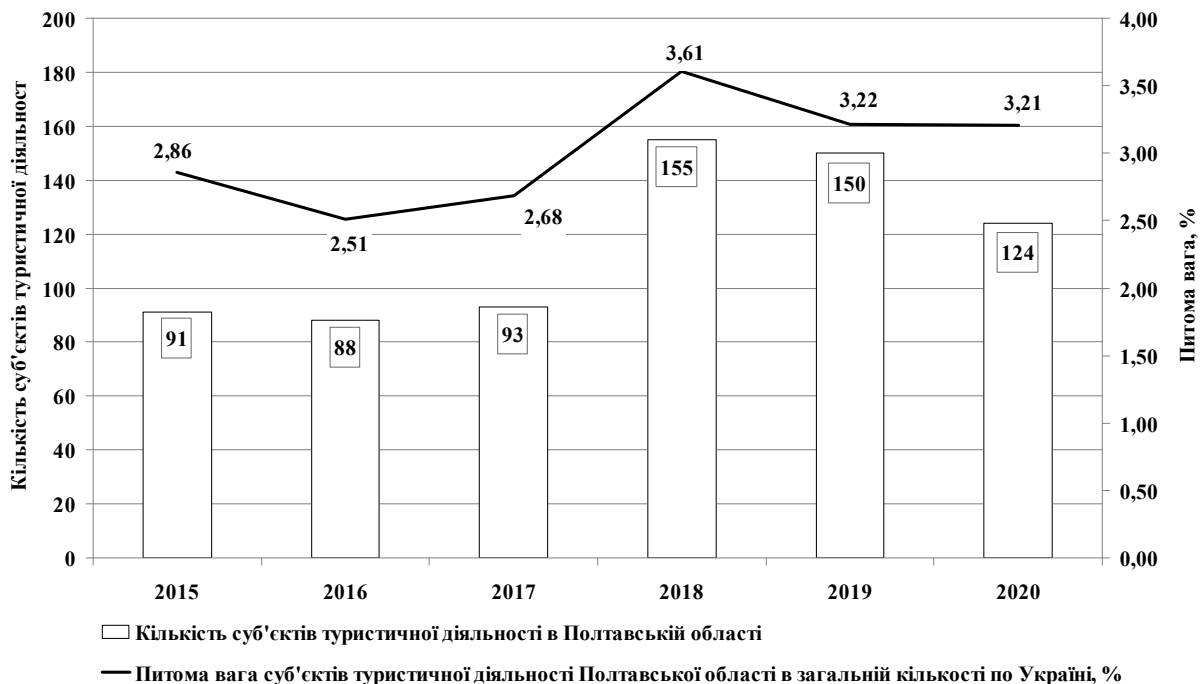


Рис. 4. Динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності Полтавської області у 2015–2020 рр.

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України.

но здійснювати через розробку унікальних конкурентоспроможних регіональних туристичних продуктів, підвищення якості і комплексності обслуговування туристів. Для цього потрібні цільові інвестиції згідно зі схемою кластерного розвитку туризму, що підвищить конкурентоздатність туристичних продуктів через посилення атрактивності природних та культурно-історичних ресурсів.

Підвищену атрактивність для іноземних туристів матимуть, наприклад, гомогенні біографо-соціальні туристичні ресурси. Потенційно привабливими були б розроблені на їх основі культурно-пізнавальні тури, присвячені особистостям, які відомі в країні проживання туристів.

Такими особами, зокрема для французьких відвідувачів, можуть виявитися уродженці Полтавщини Микола Гоголь та Марія Башкірцева. М.В. Гоголь — письменник зі світовим ім'ям, твори якого вивчають в багатьох країнах, у тому числі у Франції. Полтавчанка Марія Башкірцева — українська і французька художниця, авторка знаменитого щоденника, який вона почала писати приблизно з тринадцяти років французькою мовою. Щоденник проникнутий тонким психологізмом, романтичною "спрагою слави" і разом з тим трагічним почуттям приреченості. Він був вперше опублікований у 1887 році і був другим жіночим щоденником, виданим у Франції до цієї дати. В Люксембурзькому палаці в Парижі біля символічної скульптури "Безсмертя", де викарбувані імена видатних французьких діячів, є ім'я Марії Башкірцевої. Її твори зберігаються в музеях України, Франції, РФ, Голландії та США.

Одним із напрямів перспективного інвестування у розвиток туризму в області, з нашої точки зору, повинні стати проведення ґрунтовних краєзнавчих досліджень та розробка і промоція за їх результатами проекту нового регіонального туру під назвою "Два генія з Полтавщини: Микола Гоголь та Марія Башкірцева". Слово геній є привабливим, а зазначення імен особистостей не є випадковим.

Цільова аудиторія туру — люди від 18 до 45 років, переважно міські жителі, які цікавляться творчістю цих українських митців, мають високий рівень освіти та культурний досвід, працевлаштовані з рівнем доходів

вище середнього. Найбільше таких туристів очікується серед жінок, оскільки тематика щоденника Марії Башкірцевої орієнтована на жіночу аудиторію. Планується, що за запитом інформації в Інтернеті про цих діячів, у результатах пошуку видаватиметься туристична інформація про новий тур, який дозволить потенційним туристам ознайомитися з життєвим шляхом видатних українців.

Перелік ключових локацій туру, передбачених за порядком їх слідування на маршруті:

1. Місто Полтава — вулиця М.В. Гоголя, пам'ятник М.В. Гоголю та алея гоголівських героїв, що включає в себе 8 скульптур: "Вакула", "Солоха-відьма", "Крадіжка місяці", "Ніс", "Тарас Бульба", "Панночка", "Сорочинський ярмарок", "М.В. Гоголь".

2. Село Гоголеве — музей-заповідник М.В. Гоголя на території садиби Гоголів-Яновських.

3. Село Великі Сорочинці — 1) літературно-меморіальний музей ім. М.В. Гоголя, в будівлі якого 1 квітня (за новим стилем) 1809 року народився знаменитий письменник; 2) Спасо-Преображенська церква, в якій майбутній великий письменник був хрещений.

3. Місто Миргород — до 200-річчя від дня народження М. Гоголя в місті теж встановили скульптури із зображенням героїв його творів. Маршрут проходить і по відомих пансіонатах Миргорода, бювети яких можуть запропонувати туристам лікувальні мінеральні води.

4. Селище Диканька (перша зупинка другого дня туру) — 1. Миколаївська та Троїцька церкви. Миколаївська вважалася родовою церквою родини Гоголів. Троїцьку — Микола Гоголь зобразив у "Ночі перед Різдом". Саме її розписував коваль Вакула. 2. "Картина галерея ім. М.К. Башкірцевої (розпочинає другу змістовну частину туру).

5. Село Великі Будища — Музей українського весілля. До експонатів тут можна не лише торкатися руками, а і використовувати їх за прямим призначенням. Наприклад, спробувати витягнути з печі спеціальним рогачем горщик-казанок, а також самому стати учасником весільного обряду.

6. Село Черняківка — музей М. Башкірцевої та Маріїна долина, де щороку на день молоді проводяться масові гуляння з виставками художніх творів. Обласне

**Таблиця 1. Основні тури по Полтавській області з обслуговуванням англійською мовою, які надаються українськими туроператорами**

Назва туру	Туроператор
Poltava from Kiev. Private tour	Kraina UA
Poltava from Kharkiv. Private tour	Kraina UA
Day Trip to Poltava from Kyiv by High-Speed Intercity Train	Green Tour Ukraine
Ethnotour to the lands of free Cossacks	Friendly Ukraine

Джерело: складено авторами.

розвитку туризму, підготовки кваліфікованих фахівців для туристичної галузі, що можуть здійснюватися через використання дослідницького потенціалу місцевих освітніх закладів, провадження дуальної освіти, працевлаштування студентів у процесі навчання і після закінчення ВНЗ.

## ВИСНОВКИ

Для створення сприятливого бізнес-середовища розвитку туризму в регіоні, залучення інвестицій та формування його позитивного іміджу необхідна ефективна регуляторна політика щодо оптимізації діяльності регіональних органів управління туризмом, створення відповідних дорадчих органів, громадських інститутів, туристичних кластерів для реалізації інвестиційних проєктів і просування туристичних можливостей дестинацій.

Базовим фактором підвищення інвестиційної привабливості туристичного потенціалу Полтавщини повинна стати політика сприяння модернізації та розвитку регіональної туристичної інфраструктури через реконструкцію старих та відкриття нових підприємств, орієнтованих на в'їзний туризм, поліпшення якості їх сервісу. Актуальними будуть заходи щодо встановлення взаємної відповідності цін та якості обслуговування у готельних підприємствах, туристично-рекреаційних комплексах та інших закладах туристичної інфраструктури, поліпшення якості їх послуг; розробки програми створення мережі мультимедійних туристично-інформаційних центрів та екскурсійних цифрових сервісів, заснування спеціалізо-

культурно-мистецьке свято "Маріїна долина" влаштовують щороку на честь видатної землячки.

Ще одним фактором інвестиційної привабливості туристичного потенціалу регіону є туристичні інститути, рівень залучення в туристичний процес стейкхолдерів та зміст їх комунікативної підтримки розвитку туризму в регіоні завдяки генерації та просуванню достовірної туристичної інформації.

Найбільш вагомий вплив на розвиток туристичного потенціалу регіону, на наш погляд, має Департамент культури і туризму Полтавської ОДА, у складі якого створене Управління розвитку туризму, музейної справи та охорони культурної спадщини, і, відповідно, відділ розвитку туризму і музейної справи, що складається з 4 співробітників [6]. Представництво області постійно бере участь у міжнародних, всеукраїнських та міжрегіональних виставкових заходах, що сприяє популяризації регіонального туристичного продукту [9].

У Полтаві розпочато активну роботу над розробкою бренду міста. В рамках інвестиційного проєкту "Партнерство для розвитку міст" (ПРОМІС) Полтавська міська рада запрошує креативних громадян долучитися до "вирощування" бренду в міському просторі, культурному житті міста, системі управління та згенерувати ідеї проєктів з його промоції [13].

Експерти проєкту GIZ "Інтегрований розвиток міст" презентували свою концепцію актуалізації туристичних можливостей Полтави. У їхньому баченні місто повинно стати національною платформою збереження культурної спадщини та розвитку сучасного мистецтва, привабливим туристичним центром з різними видами туризму [8].

Громадська організація "Збережемо Полтаву" (#SavePoltava) — спільна ініціатива громадсько-політичних діячів, науковців та активістів, що об'єдналися для збереження та популяризації пам'яток історії, культури, природи, архітектури та археології Полтавщини [2].

Підсумки аналізу діяльності розглянутих стейкхолдерів дозволяють розмістити їх у відповідних квадрантах матриці за критеріями важливості та впливовості на розвиток регіонального туризму (рис. 5).

Не останню роль у процесі формування та реалізації туристичного потенціалу регіону відіграють національні рецептивні туроператори, а разом з ними — зважаючи на чималу кількість іноземних та внутрішніх туристів, що подорожують самостійно, користуючись цифровими сервісами — і окремі об'єкти інфраструктури: заклади розміщення та харчування туристів, музейні установи. Високий рівень впливу на створення позитивного іміджу області та підвищення рівня поінформованості населення про її туристичні можливості мають всеукраїнські громадські організації. А інвестиційна привабливість регіонального туристичного потенціалу багато в чому залежить від транспортної доступності головних об'єктів відвідування (залізничне, автомобільне та авіаційне сполучення, вартість перевезень, вирішення проблеми заторів тощо).

Зрештою важливим чинником забезпечення туристичної атрактивності територій є програми наукової підтримки та супроводу



**Рис. 5. Матриця основних стейкхолдерів розвитку туристичного потенціалу Полтавської області**

Джерело: складено авторами.

ваних рецептивних туристичних операторів та туристичних організацій для просування туристичних можливостей регіону.

На нашу думку, представлений методологічний підхід до розуміння сутності та структури регіонального туристичного потенціалу, методика аналізу і практичні пропозиції щодо підвищення інвестиційної привабливості окремих його елементів на прикладі Полтавської області сприятиме посиленню конкурентоспроможності вітчизняного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках.

## Література:

1. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: Монографія. Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2006. 288 с.

2. ГО Save Poltava: як активісти рятують минуле задля успішного майбутнього та співпрацюють з обласною владою. Інтернет-видання Полтавщина. 2019. 27 березня. URL: <https://poltava.to/project/5041> (дата звернення: 07.08.2021).

3. Департамент культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації. Заклади готельно-ресторанного типу. URL: <https://poltavaculture.gov.ua/uk/diialnist/vakansii> (дата звернення 07.08.2021).

4. Драпушко Р.Г. Туристичний потенціал України: стан, проблеми та перспективи розвитку: монографія. К.: Інститут законодавчих передбачень і правової експертизи, 2007. 152 с.

5. Качмарек Я., Сасяк А., Владарчик Б. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учеб. пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 496 с.

6. На Полтавщині продовжать роботу над створенням туристичних кластерів та покращенням культурних пам'яток. Інтернет-видання Полтавщина. 2018. 25 вересня. URL: <https://poltava.to/project/4324> (дата звернення: 07.08.2021).

7. Николаенко Д.В. Рекреационная география: учебное пособие для ВУЗов. М.: Владос, 2001. 288 с.

8. Полтава ввійшла в новий туристичний сезон з концепцією розвитку туризму і цікавими планами. Зміст. 2018. 13 квітня. URL: <https://zmist.pl.ua/news/poltava-vviiishla-v-novii-turistichnii-sezon-z-koncepcijeyurozvitku-turizmu-i-cikavimi-planami> (дата звернення 07.08.2021).

9. Полтавщина запрошує до співпраці: презентували новий погляд на туристичні можливості регіону. Інтернет-видання Полтавщина. 2017. 8 серпня. URL: <https://poltava.to/project/2653> (дата звернення: 07.08.2021).

10. Руденко В.П. Географія природно-ресурсного потенціалу України. — Львів: Світ, 1993. 240 с.

11. Стратегія розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019—2029 роки. URL: <https://poltavaculture.gov.ua/uk/informatsiia/zahalna-informatsiia/219-stratehiya-rozvytku-turyzmu-ta-kurortiv-u-poltavskiy-oblasti-na-2019-2029-roky> (дата звернення 07.08.2021).

12. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.

13. У Полтаві взялися за розробку бренду міста. Інтернет-видання Шотам. 2019. 28 жовтня. URL: <https://shotam.info/u-poltavi-vzialysia-za-rozrobku-brendu-mista> (дата звернення: 07.08.2021).

14. Черчик Л.М., Коленда Н.В. Стратегічний потенціал рекреаційної системи регіону: теорія, методологія, оцінка. Монографія. Луцьк: ЛНТУ, 2008. 235 с.

15. Things to Do in Poltava Oblast. URL: [https://www.tripadvisor.com/Attractions-g2693139-Activities-Poltava\\_Oblast.html](https://www.tripadvisor.com/Attractions-g2693139-Activities-Poltava_Oblast.html) (дата звернення: 07.08.2021).

## References:

1. Boruschak, M. (2006), Problemy formuvannia stratehii rozvytku turystychnykh rehioniv [Problems of forming a strategy for the development of tourist regions], Instytut rehional'nykh doslidzhen' NAN Ukrainy, Lviv, Ukraine.

2. Internet edition Poltava region (2019), "Public association Save Poltava: how activists save the past for the sake of a successful future and cooperate with the regional authorities", available at: <https://poltava.to/project/5041> (Accessed 7 August 2021).

3. Department of Culture and Tourism of Poltava Regional State Administration (2021), "Hotel and restaurant type establishments", available at: <https://poltavaculture.gov.ua/uk/diialnist/vakansii> (Accessed 7 August 2021).

4. Drapushko, R.H. (2007), Turystychnyj potentsial Ukrainy: stan, problemy ta perspektyvy rozvytku [Tourist potential of Ukraine: state, problems and development prospects], Instytut zakonodavchykh peredbachen' i pravovoi ekspertyzy, Kyiv, Ukraine.

5. Kachmarek, Ya., Sasiak, A. and Vlodarchyk, B. (2012), Turisticheskij produkt. Zamyсел. Organizacija. Upravlenie [Tourist product. Concept. Organization. Control], YuNYTY-DANA, Moscow, RF.

6. Internet edition Poltava region (2018), "Poltava region will continue to work on the creation of tourist clusters and improvement of cultural monuments", available at: <https://poltava.to/project/4324> (Accessed 7 August 2021).

7. Nykolaenko, D.V. (2001), Rekreatcionnaja geografija [Recreational geography], Vlados, Moscow, RF.

8. Zmist (2018), "Poltava entered the new tourist season with the concept of tourism development and interesting plans", available at: <https://zmist.pl.ua/news/poltava-vviiishla-v-novii-turistichnii-sezon-z-koncepcijeyurozvitku-turizmu-i-cikavimi-planami> (Accessed 7 August 2021).

9. Internet edition Poltava region (2017), "Poltava region invites to cooperation: presented a new look at the tourism opportunities of the region", available at: <https://poltava.to/project/2653> (Accessed 7 August 2021).

10. Rudenko, V.P. (1993), Heohrafiia pryrodno-resursnoho potentsialu Ukrainy [Geography of the natural resource potential of Ukraine], Svit, Lviv, Ukraine.

11. Department of Culture and Tourism of Poltava Regional State Administration (2019), "Strategy for the development of tourism and resorts in the Poltava region for 2019—2029", available at: <https://poltavaculture.gov.ua/uk/informatsiia/zahalna-informatsiia/219-stratehiya-rozvytku-turyzmu-ta-kurortiv-u-poltavskiy-oblasti-na-2019-2029-roky> (Accessed 7 August 2021).

12. Tkachenko, T.I. (2006), Stalyj rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu [Sustainable tourism development: theory, methodology, business realities], KNTEU, Kyiv, Ukraine.

13. Shotam (2019), "In Poltava began to develop a brand of the city", available at: <https://shotam.info/u-poltavi-vzialysia-za-rozrobku-brendu-mista> (Accessed 7 August 2021).

14. Cherchyk, L.M., Kolenda, N.V. (2008), Stratehichnyj potentsial rekreatsijnoi systemy rehionu: teoriia, metodolohiia, otsinka [Strategic potential of the region's recreational system: theory, methodology, assessment], LNTU, Luts'k, Ukraine.

15. Tripadvisor (2021), "Things to Do in Poltava Oblast", available at: [https://www.tripadvisor.com/Attractions-g2693139-Activities-Poltava\\_Oblast.html](https://www.tripadvisor.com/Attractions-g2693139-Activities-Poltava_Oblast.html) (Accessed 7 August 2021).

Стаття надійшла до редакції 17.09.2021 р.