**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА КРАЇНОЗНАВСТВА

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **Дудник І.М,**

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

на тему:

**Шляхи оптимізації внутрішнього туризму в Полтавській області**

Виконавець: студент 413 групи Башловка Дмитро Сергійович

Науковий керівник: к. п. н., доцент кафедри міжнародного туризму та країнознавства **Уварова Ганна Шевкетівна**

Нормоконтролер: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **Борисюк Оксана Анатоліївна**

 (підпис) (П.І.Б.)

київ – 2020

**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

Спеціальність: 242 «Туризм»

 ЗАТВЕРДЖУЮ

 Завідувач кафедри

 \_\_\_\_\_\_\_\_Дудник І.М.

 «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 р.

.

**ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ**

**дипломної РОБОТИ**

Башловки Дмитра Сергійовича

(прізвище, ім'я, по батькові в родинному відмінку)

Тема дипломної роботи: «Шляхи оптимізації внутрішнього туризму в Полтавській області», затверджена наказом ректора № 545 /ст. від «29» квітня 2020 р.

2. Термін виконання роботи: «29» квітня 2020 р. по «15» червня 2020 р.

3. Вихідні дані до роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу законодавчих актів з питань туристичної діяльності, наукових праць вчених, які досліджували поняття внутрішнього туризму в Полтавській області, матеріалів періодичних видань, статистичних даних, ресурсів мережі Інтернет.

4. Зміст дипломної роботи:

Розділ 1. Теоретичні основи дослідження внутрішнього туризму в регіоні

Розділ 2. Місце Полтавської області у розвитку внутрішнього туризму в Україні

Розділ 3. Шляхи оптимізації внутрішнього туризму в Полтавській області

Висновки

Список використаних джерел

Додатки

5. Перелік обов’язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: рис. 2.1. Зайнятість населення Полтавської області за секторами економіки, рис. 2.2. Динаміка обсягу внутрішніх туристів, рис. 2.3. Географія розвитку туризму в Полтавській області, рис. 3.1. Картосхема туристичного маршруту.

6. Календарний план-графік

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Завдання | Термінвиконання | Відмітка про виконання |
| 1. | Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.  | 29.04 - 06.052020 р. | Виконано |
| 2. | Обґрунтувати об’єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ. | 07.05 – 10.052020 р. | Виконано |
| 3. | Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо внутрішній туризм регіонального рівня. Написати першій розділ. | 11.05 - 13.052020 р. | Виконано |
| 4. | Проаналізувати передумови та особливості розвитку внутрішнього туризму в Полтавській області. Написати другий розділ роботи. | 14.05 - 22.052020 р. | Виконано |
| 5. | Виявити тенденції, проблеми і перспективи розвитку внутрішнього туризму в Полтавській області. Написати третій розділ роботи.  | 23.05 - 31.05.2020 р. | Виконано |
| 6. | Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки. | 01.06 - 05.062020 р. | Виконано |
| 7. | Підготувати реферат. | 06.06 - 07.062020 р. | Виконано |
| 8. | Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали. | 08.06 - 10.062020 р. | Виконано |
| 9. | Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи. | 12.06 - 14.06.2020 р. | Виконано |
| 10. | Захист дипломної роботи. | 16.06.2020 р. |  |

7. Дата видачі завдання: «29» квітня 2020 р.

Науковий керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Уварова Г.Ш.

 (підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Башловка Д.С.

 (підпис випускника) ПІБ

**РЕФЕРАТ**

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Шляхи оптимізації внутрішнього туризму в Полтавській області»: 75 сторінок роботи, 13 додатків, 4 рисунки, 3 таблиці, 91 використане джерело.

**Об’єкт дослідження** – Полтавська область.

**Предмет дослідження** – внутрішній туризм в Полтавській області та шляхи його оптимізації.

**Метою** даної роботи є дослідження стану розвитку внутрішнього туризму в Полтавській області та визначення основних шляхів його оптимізації.

**Методи дослідження.** Для розв’язання визначених в роботі завдань, використовувалися такі методи дослідження: теоретичний – для збору, систематизації та аналізу теоретичної інформації, порівняльний – для визначення особливостей функціонування внутрішнього туризму в Україні та Полтавській області, метод узагальнення – для визначення основних проблем та перспектив туристичної сфери в регіоні, картографічний – для графічного зображення географії розвитку туризму в районах Полтавщини, статистичний – для виокремлення тенденцій розвитку туристичних потоків в області.

**Інформаційними джерелами** при написанні роботи були законодавчі та нормативно-правові акти, що регламентують діяльність туристичної сфери в Україні, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, які досліджували внутрішній туризм, у тому числі, й туризм в межах Полтавської області, матеріали сайтів місцевих адміністрацій, громадських організацій, періодичних видань, статистичні дані тощо.

**Наукова новизна роботи** полягає в узагальненні понять «внутрішній туризм», «регіональний туризм», «туристичних регіон», оцінці туристично-рекреаційних ресурсів регіону за обраною методикою, аналізі діяльності суб’єктів туристичного ринку в сегменті внутрішнього туризму Полтавської області, виявленні та обґрунтуванні проблем, тенденцій та шляхів оптимізації внутрішнього туризму в регіоні та створенні інноваційного туристичного продукту на основі ресурсів, які недосттаньо включені в туризм області.

Зібрані матеріали, узагальнюючи статистичні дані і рекомендації можуть бути використані в практичній діяльності, а також при викладанні дисциплін «Туристичне краєзнавство», «Туроперейтинг», «Організація рекреаційної діяльності», «Організація туристичних подорожей» та ін.

**Особистий внесок випускника**.Зібрані і систематизовані дані про передумови розвитку туризму регіонального рівня, чинники розвитку внутрішнього туризму в Полтавській області, проаналізовано динаміку туристичного потоку, географію розвитку туризму в регіоні, визначено проблеми розвитку сфери туризму і рекреації, запропоновані шляхи оптимізації розвитку туризму на Полтавщині, розроблено інноваційний туристичний продукт.

 **Апробація отриманих результатів**.Результати досліджень, що включені до дипломної роботи, опубліковані в матеріалах доповіді «Meaning of domestic tourism for region’s development» на міжнародній науково-практичній конференції «Політ 2020. Сучасні проблеми науки» у НАУ (1-3 квітня 2020 року).

**ЗМІСТ**

[Вступ 8](#_Toc41906960)

[Розділ 1. Теоретичні основи дослідження внутрішнього туризму в регіоні 11](#_Toc41906961)

[1.1. Основоположні поняття проблеми дослідження в роботах науковців 11](#_Toc41906962)

[1.2. Передумови розвитку внутрішнього туризму регіонального рівня 17](#_Toc41906963)

[1.3. Роль суб’єктів туристичної діяльності в розвитку внутрішнього туризму в регіонах України 24](#_Toc41906964)

[Розділ 2. Місце Полтавської області у розвитку внутрішнього туризму в Україні 31](#_Toc41906965)

[2.1. Чинники розвитку внутрішнього туризму в області. 31](#_Toc41906966)

[2.2. Особливості і тенденції розвитку внутрішнього туризму в Полтавській області на сучасному етапі 39](#_Toc41906967)

[2.3. Аналіз діяльності суб’єктів туристичного ринку в сегменті внутрішнього туризму на Полтавщині 43](#_Toc41906968)

[Розділ 3. Шляхи оптимізації внутрішнього туризму в Полтавській області 51](#_Toc41906969)

[3.1. Проблеми розвитку внутрішнього туризму в області. 51](#_Toc41906970)

[3.2. Шляхи оптимізації внутрішнього туризму на Полтавщині. 57](#_Toc41906971)

[3.3. Інноваційний туристичний продукт в межах Полтавської області як один із шляхів оптимізації внутрішнього туризму. 65](#_Toc41906972)

[Висновки 73](#_Toc41906973)

[Список використаних джерел 76](#_Toc41906974)

[Додатки 85](#_Toc41906975)

**ВСТУП**

**Актуальність теми дослідження**. В наш час туризм є одним з найважливіших суспільно-економічних чинників розвитку світової і регіональної економіки. Він безпосередньо впливає на підвищення рівня і якості життя громадян. Туристично-рекреаційна сфера тісно взаємодіє з іншими галузями і секторами економіки, впливає на їх розвиток, стимулює соціально-економічний зростання на всіх рівнях.

У зв’язку з стрімким розвитком туризму і рекреації, більш прискіпливими до вибору місця подорожі стають і туристи . Для них важливо не тільки те, що може запропонувати та чи інша територія, а також її престижність, унікальність, популярність, безпека і чи може вона задовольнити будь-які потреби потенційних відвідувачів. Усі ці особливості формуються на певній території насамперед завдяки внутрішнього туризму. Подорожуючи територією своєї країни, туристи підвищують її цінність. Вдало організований внутрішній туризм стимулює розвиток й в’їзного туризму, дозволяє певній території, регіону, країні у цілому забезпечити довгостроковий наплив відвідувачів та залишатися конкурентоздатною серед аналогічних територій.

В Україні внутрішній туризм розвивається досить повільними темпами, приріст туристичного потоку внутрішніх туристів - мінімальний. Така тенденція характерна як для усієї України, так і для туризму Полтавській області, зокрема. Дослідження шляхів активізації внутрішнього туризму регіонального рівня є досить актуальною проблемою в нашій країні на сучасному етапі. Її розвязанням займаються багато вітчизняних вчених, серед яких В.С. Преображенський, І.Д. Родичкін, І.Т. Твердохлєбов, О.О. Бейдик, В.Ф. Кифяк, О.О. Любіцева, В.І. Мацола, Т.Ф. Панченко та ін. В роботах науковців зазначаються чинники розвитку внутрішнього туризму, дається грунтовний аналіз туристичного потоку по районам і областям України, визначаються актуальні і потенційні види туризму. Враховуючи існуючи наукові узагальнення, а також безпосереднє вивчення стану розвитку туризму в Полтавській області, сприяли вибору теми дипломної роботи.

Дане дослідження спрямоване на пошук шляхів оптимізації внутрішнього туризму в Полтавській області як одній з найбільш забезпечених областей різноманітними рекреаційно-туристичними ресурсами і разом з тим областей, яка демонструє недостатньо потужний потік внутрішніх туристів, нестійкий попит на туристичні послуги в регіоні та недостатньо активну роль суб’єктів туристичного ринку у залученні потенційних туристів до подорожей Полтавщиною. Саме цим й обумовлена актуальність проблеми дослідження.

Мета і завдання дипломної роботи. Метою даної роботи є дослідження стану розвитку внутрішнього туризму в Полтавській області та визначення основних шляхів його оптимізації. Основними завданнями дипломної роботи є:

* проаналізувати зміст понять: «внутрішній туризм», «регіональний туризм», «туристичний регіон»;
* виявити передумови розвитку внутрішнього туризму регіонального рівня;
* виокремити роль суб’єктів туристичної діяльності в розвитку туризму в регіонах;
* здійснити аналіз чинників розвитку внутрішнього туризму в Полтавській області;
* проаналізувати тенденції і проблеми розвитку внутрішнього туризму в області;
* визначити шляхи оптимізації внутрішнього туризму в регіоні;
* розробити інноваційний туристичний продукт для Полтавської області як один із шляхів оптимізації внутрішнього туризму.

Об’єкт дослідження: Полтавська область.

Предмет дослідження: внутрішній туризм в Полтавській області та шляхи його оптимізації.

Методи дослідження. Для вирішення завдань, які були визначені раніше були використані такі методи: теоретичний – для збору, систематизації та аналізу теоретичної інформації, порівняльний – для визначення особливостей функціонування внутрішнього туризму в Україні та Полтавській області, метод узагальнення – для визначення основних проблем та перспектив туристичної сфери в регіоні, картографічний – для графічного зображення географії розвитку туризму в районах Полтавщини, статистичний – для виокремлення тенденцій розвитку туристичних потоків в області.

Інформаційною базою слугували: праці вітчизняних та зарубіжних вчених з проблематики розвитку внутрішнього туризму С.М. Никоронова, В.Ф. Кифяк, Ф.Ф. Шандора, М.Б. Биржакова, В.К. Бабарицької, Т.М. Котенко, законодавчі та нормативно-правові акти України, що регулюють діяльність у сфері туризму, матеріали Державної служби статистики України та області та Управління культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації, матеріали науково-практичних конференцій, місцеві сайти новин, громадських та волонтерських організацій тощо.

Наукова новизна отриманих результатів полягає полягає в узагальненні понять «внутрішній туризм», «регіональний туризм», «туристичних регіон», оцінці туристично-рекреаційних ресурсів регіону за обраною методикою, аналізі діяльності суб’єктів туристичного ринку в сегменті внутрішнього туризму Полтавської області, виявленні та обґрунтуванні проблем, тенденцій та шляхів оптимізації внутрішнього туризму в регіоні та створенні інноваційного туристичного продукту на основі ресурсів, які недосттаньо включені в туризм області.

Практичне значення отриманих результатів. Результати роботи можна використати для подальшого дослідження проблем внутрішнього туризму в інших областях України, зокрема щодо розробки регіональних стратегій розвитку туризму, для оптимізації внутрішнього туризму на Полтавщині. Зібрані матеріали, узагальнюючи статистичні дані і рекомендації можуть бути використані в практичній діяльності, а також при викладанні дисциплін «Туристичне краєзнавство», «Туроперейтинг», «Організація рекреаційної діяльності», «Організація туристичних подорожей» та ін.

Особистий внесок випускника. Зібрані і систематизовані дані про передумови розвитку туризму регіонального рівня, чинники розвитку внутрішнього туризму в Полтавській області, проаналізовано чисельність туристичних потоків, географію розвитку туризму в регіоні, було визначено проблеми розвитку сфери, запропоновані шляхи оптимізації розвитку туризму на Полтавщині, було розроблено інноваційний туристичний продукт.

 Апробація отриманих результатів. Результати досліджень, що включені до дипломної роботи, опубліковані в матеріалах доповіді «Meaning of domestic tourism for region’s development» на міжнародній науково-практичній конференції «Політ 2020. Сучасні проблеми науки» у НАУ (1-3 квітня 2020 року).

# **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ**

## **Основоположні поняття проблеми дослідження в роботах науковців**

Туризм вважається не лише однією з форм людської діяльності, але ще і необхідним суспільно-економічним процесом у світі. Туризм надзвичайно різноманітний і займає чільне місце в соціальній, культурній, психологічній, просторовій і фінансовій сферах людського життя. Туризм – це сфера економіки, яка розвивається швидкими темпами. Завдяки цій сфері країни отримують значні прибутки, створюються робочі місця.

Економічна та соціальна значущість туризму в сучасних умовах визначається тим, що туристичний бізнес сприяє розвитку економіки. Окрім прибутку, туризм став вагомим чинником посилення престижу країни. За оцінками UNWTO (Всесвітньої туристичної організації) туризм нині охоплює майже усі країни світу, проте їх місце на ринку туристичних послуг суттєво відрізняється [1]. Це зумовлено рядом чинників, серед яких насамперед наявність туристичних ресурсів, їх доступність, рівень розвитку відповідної інфраструктури, якість туристичного продукту у цілому та особливості його просування на ринку. Отже, туризм надає шанс для розвитку окремих місць, районів, регіонів і країн.

Вплив туристичної сфери на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності й розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту туристів.

Питання розвитку туризму в регіонах розглядалися в роботах: Ю.О. Веденіна, М.С. Мироненка, О.О. Мінца, Д.В. Ніколаєнка, І.І. Пиріжник, В.С. Преображенського, І.Д. Родичкіна, І.Т. Твердохлєбова, П.Г. Цафіса й ін. Серед вітчизняних учених значний внесок зробили Л.О. Багрова, О.О. Бейдик, А.П. Голіков, М.В. Глядіна, М.І. Долішній, В.К. Євдокименко, В.Ф. Кифяк, О.О. Любіцева, В.І. Мацола, Т.Ф. Панченко, І.М. Писаревський, В.І. Стафійчук, Л.М. Черчик, І.М. Школа та ін. Регіональний розвиток туризму знайшов відображення в роботах І.В . Бережної, П.Т. Бубенка, З.С. Варналія, В.Л. Галущак, З.В. Герасимчук, Б.М. Данілішина, М.І. Долішнього, Г.В. Ковалевського, В.А. Поповкіна, Л.М. Шутенка й ін.

Проблема регіонального туризму в Україні активно досліджується вченими тривалий час. Незважаючи на значну увагу з боку дослідників з цієї тематики й велику кількість робіт, більшість аспектів цієї проблеми не вирішені і є дискусійними й вимагають, подальшого пошуку. Зокрема йдеться про аналіз сучасних проблем, тенденцій, перспектив, шляхів розвитку туризму в регіонах України, розробки на основі цих досліджень методологічних, теоретичних і практичних рекомендацій щодо регулювання регіонального розвитку як туризму, так й економічного комплексу у цілому. Є також необхідність в уточненні економічних показників туристичної сфери на основі аналізу реальних даних розвитку туризму певного регіону.

В літературі з терміном «туристичний регіон» також використовується поняття «регіональний туризм», що містить у своєму значенні два тісно зв'язані між собою аспекти: географічний і соціально-економічний. Перший відображає розподіл рекреаційних ресурсів у просторі, об'єм потреб місцевого населення у рекреації, ступінь їх задоволення, а також існуючий потенціал для залучення зовнішніх туристичних потоків на певну територію. Інший аспект показує рівень рекреаційного розвитку місцевості, що показує місце даного регіону на вітчизняному і світовому туристському ринку, та соціально-економічні умови, які мають здатність стимулювати або стримувати розвиток туристичної сфери в регіоні.

У дослідженні С.М. Ніконорова поняття регіонального туризму пояснюється як «рівень розвитку того чи іншого виду туризму заснованого на використанні потенціалу туристського регіону» [2].

У енциклопедичному словнику-довіднику з туризму регіональний туризм розглядається як «туристська діяльність, характерна для конкретного регіону сукупності країн чи територій з однотипними умовами розвитку туризму і схожим рівнем туристського освоєння» [3]. Цієї точки зору дотримуються також і російські науковці І. Зорін та В.А. Квартальнов [4].

У роботі В.Ф. Кифяка є термін «внутрішньорегіональний туризм», який визначається як «поїздки та подорожі в межах певного регіону». Регіоном у цьому випадку виступає як область, так і територіальна спільність областей, які об'єднані певними культурно-історичними, природно-кліматичними, економічними або іншими характеристиками [5].

За Ф.Ф. Шандором «регіональний туризм» (туризм усім регіоном) — це туристична діяльність, характерна для геотуристичних територій з однотипними умовами розвитку туризму та подібним рівнем туристичної освоєності [6].

У Законі України «Про стимулювання розвитку регіонів» під поняттям регіону розуміють територію конкретної області, наприклад, Полтавської [7]. Тому розвиток регіонального туризму, треба пояснювати як розвиток туризму у межах саме цієї області. Поняття «регіональний туризм» має кілька значень, і пояснюється це тим, що кожен науковець у своїх роботах виокремлює певний, найголовніший з його точки зору, аспект досліджуваної ним проблеми.

І.В. Левицька, Н.В. Корж у своїх працях наводять аргументи на користь того, що розвиток саме регіонального туризму повинен бути стратегічною ціллю, так як туризм є важливим елементом системи територіального маркетингу, так як створення позитивного туристичного іміджу регіону зможе залучити більше туристів. При дослідженні автори підкреслюють, що розвиток туристичної сфери володіє комплексноутворюючою роллю, за рахунок чого він здатний створити сприятливі умови для залучення на територію інших галузей і видів діяльності [8]

Крім того, вітчизняні вчені, такі як В.Ф. Кифяк, В.К. Кіптенко, В.Ф. Семенов, приділили значну увагу розвитку туристичної індустрії в регіонах, ролі туризму як виду економічної діяльності в регіональному господарському комплексі та запропонували низку пропозицій, які стосуються забезпечення ефективної розбудови галузевої структури економіки регіону на основі розвитку сфери туризму [5, 9, 10].

На думку Н.М. Сажнєвої, регіоналізація і децентралізація є важливими тенденціями розвитку національного ринку туристичних послуг [11]. Регіоналізація ґрунтується на територіальному поширенні рекреаційно-туристичної діяльності завдяки місцевої ініціативи, яка є наслідком формування попиту та його задоволення шляхом реалізації підприємницької діяльності на певних територіях, проведення регіональної туристичної політики активізації туристів

Децентралізація рекреаційно-туристичної діяльності проявляється через відкриття філій, спробах формування мереж на франчайзингових умовах. Наслідком децентралізації стало територіальне поширення рекреації і туризму, розширення мережі туристичних пунктів і центрів, виробничі (переважно інформаційні, фінансові та розподільчі) зв’язки, які стають основою формування місцевих територіальних ринків різного типу, спеціалізації та масштабів. Саме з місцевих ринків складається національний ринок туристичних послуг.

Згідно з предметом нашого дослідження наступним завданням є розкриття змісту поняття «внутрішній туризм». Вітчизняні і зарубіжні вчені розуміють внутрішній туризм дещо по-різному, проте більшість схиляється до думки про те, що внутрішній туризм – це подорожі в межах країни, в яких беруть участь резиденти цієї країни. Так у Великому Глосарії термінів міжнародного туризму внутрішній туризм (internal tourism) тлумачиться як подорож в межах країни осіб, які постійно проживають в цій країні [12].

У роботі Ф.Ф. Шандора поняття «внутрішній туризм» пояснюється як «тимчасовий виїзд чи подорож усередині своєї країни громадян (резидентів) та осіб, що постійно проживають в межах своєї країни, без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування на території країни з місць свого постійного проживання для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом тощо» [6].

У дослідженнях В.К. Бабарицької та О.Ю. Малиновської термін «внутрішній туризм» розглядається як «діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного середовища, але в країні місця проживання, протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями. Ключовим критерієм для виділення цього різновиду туризму є країна місця проживання» [13].

За С.П. Кузиком «внутрішній туризм» ̶ це подорожі у межах кордонів країни або територію будь-якого внутрішнього регіону [14].

В загальному розумінні, поняття «внутрішній туризм» можна пояснити, як туризм в межах однієї країни, а саме без виїзду за її межі. Ці подорожі мають багато переваг, наприклад, немає потреби у закордонному паспорті та у оформленні візи, знані іноземної мови, витрачати значні кошти на авіа перельоти і бронювання готелів, відсутні складнощі з валютними операціями тощо.

 Саме тому проблема розвитку внутрішнього туризму в Україні стоїть особливо актуально. Це можна пояснити тим, що належний розвиток внутрішнього туризму в нашій країні призведе до збільшення туристичного інтересу до України, до збільшення валютних вливань до бюджету держави, створенню робочих місць, збільшить попит на подорожі серед місцевого населення. Внутрішній туризм є дуже важливим, так як він дає можливість розвивати інфраструктуру в регіонах.

Продуктивна діяльність підприємств туристичної сфери є важливим чинником соціально-економічного розвитку регіону в цілому. Туризм є досить перспективною сферою діяльності, що має провідне значення як для економічного зростання, так і для екологічного, культурного і соціального добробуту.

До основних економічних вигод, пов'язаних із розвитком туристичної галузі внутрішнього туризму в регіоні, слід віднести:

* зміцнення економіки (на місцевому, регіональному, національному рівнях) завдяки виробництву та просуванню товарів і послуг для туристів;
* збільшення різноманітності господарської діяльності, за рахунок використання місцевих засобів і продуктів;
* створення сприятливого клімату для інвестиційної діяльності;
* поліпшення рівня туристичної інфраструктури та підвищення ефективності використання уже наявної інфраструктури;
* створення нових робочих місць, підвищення рівня зайнятості населення регіону;
* одночасно відбувається розвиток сектору послуг, які будуть корисними як для туристів так і для місцевого населення, наприклад, роздрібна торгівля, гастрономія, спортивно-оздоровчі послуги.

На думку М.А. Борущак внутрішній туризм у певному регіоні має значний вплив на стимулювання господарського розвитку і приносить відповідну користь. Залежно від наявності базових туристичних цінностей, наприклад, визначних туристичних пам'яток, а також пропозиції додаткових туристичних цінностей, туризм може виконувати в регіоні функції галузі, що стимулює господарський і суспільний розвиток. Становлення туризму в області, як високорентабельної галузі економіки, важливого засобу культурного і духовного розвитку громадян набуває дедалі більшого значення для підвищення якості їх життя, утворення додаткових робочих місць, збільшення валютних надходжень області, підвищення ії авторитету в Україні [15].

Також є необхідність у запровадженні високоефективної системи управління туристичною діяльністю на регіональному рівні, що вплине на покращення економічних показників регіону, підвищить рівень доходів місцевого населення, створить позитивний імідж регіону для залучення туристів.

Отже, на основі проведеного аналізу встановлено, що на сьогодні в туристичній термінології існує значна кількість визначень внутрішнього і регіонального туризму. Це пояснюється тим, що науковці у своїх роботах виокремлюють певний, найголовніший, з їхньої точки зору, аспект досліджуваної ним проблеми. Для подальшого дослідження обираємо визначення регіонального туризму, запропоноване Ф.Ф. Шандором. Регіоналізація туризму є нині об’єктивною реальністю і позитивно впливає на децентралізацію туристичної сфери і формування відповідних територіальних структур. Розвиток регіонального туризму є важливим для активізації внутрішнього туризму, який сприятиме підвищенню конкурентоспроможності регіону, підвищить його туристичну активність на ринку туристичних послуг України.

## **1.2. Передумови розвитку внутрішнього туризму регіонального рівня**

В Україні з її великою історією і неймовірно багатими рекреаційно-туристичними ресурсами туристична діяльність розвивається у напрямку виїзного туризму. Існуючі туристичні фірми, у більшості випадків, займаються перевезенням громадян за кордон, і тільки невелика частина з них, працює на прийом іноземних гостей в країну. У сучасній економічній ситуації у світі та в Україні потік капіталу із туристичної сфери міг би стати стабільним джерелом прибутку.

 Передумови розвитку внутрішнього туризму регіонального рівня включають в себе наявність ресурсів (туристичного потенціалу), сприятливі політичні, економічні, правові, технологічні, інфраструктурні умови для розвитку.

Розрізняють такі групи передумов розвитку галузі [16]:

* статичні (до цієї групи відносять природно-географічні ресурси (природа, клімат, рельєф, багатства підземних надр) та культурно-історичні, які є постійними. Людство лише пристосовує їх до існуючих рекреаційних потреб, та робить їх доступними для споживання туристами;
* динамічні (включають демографічні, соціально-економічні, матеріально-технічні та політичні фактори, вони активно змінюються в просторі та часі, саме тому їх вважають динамічними);
* зовнішні (сюди входять демографічні та соціальні зміни, економічні та фінансові чинники, зміна політичної ситуації та правового забезпечення, стан транспортної інфраструктури, торгівлі тощо);
* внутрішні (ці показники пов’язані з організацією рекреаційно-туристичної діяльності).

Потенціал – можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані [17]. Рекреаційно-туристичний потенціал містить всі засоби, для задоволення потреб населення у рекреації з метою підвищення продуктивності та створення позитивного соціального та економічного ефекту.

Розвиток внутрішнього туризму регіонального рівня піддається впливу значної кількості факторів зовнішнього середовища: політичних, економічних, правових, інфраструктурних тощо.

На думку С.І. Дорогунцова основною передумовою для розвитку рекреаційно-туристичної сфери є рекреаційні ресурси, до яких відносять: природні рекреаційні ресурси та культурно-історичні ресурси, які можуть бути залучені в сферу рекреації для лікування, оздоровлення та відпочинку [18].

За Н.П. Крачило, рекреаційні ресурси – це поєднання природних ресурсів, соціально-економічних умов і культурних цінностей, що є передумовами задоволення рекреаційних потреб людини й організації господарського комплексу щодо рекреаційного обслуговування населення [19].

За твердженням Н.С. Мироненко, І.Т. Твердохлєбова під рекреаційними ресурсами розуміють компоненти географічного середовища й об'єкти антропогенної діяльності, що, завдяки таким властивостям, як унікальність, історична або художня цінність, естетична привабливість і лікувально-оздоровче значення можуть бути використані для організації різних видів і форм рекреаційних занять з метою відпочинку, туризму та лікування [20].

В.С. Преображенський рекреаційними ресурсами вважав природні, природно-технічні й соціально-економічні геосистеми та їхні елементи, які за наявних технічних і матеріальних можливостей можуть бути використані для організації рекреаційного господарства [21].

В. І. Стафійчук під рекреаційними ресурсами розуміє об’єкти і явища природного й антропогенного походження, що мають сприятливі для рекреаційної діяльності якісні та кількісні параметри і є матеріальною основою для територіальної організації відпочинку, оздоровлення та лікування людей, формування рекреаційних районів (центрів), їхньої спеціалізації та економічної ефективності [22].

Т.В. Ніколаєнко й О.Г. Топчієв рекреаційними ресурсами називають компоненти природного середовища і феномен соціокультурного характеру, які, завдяки певним властивостям, можуть використовуватись для організації рекреаційної діяльності [23].

Під терміном рекреаційні ресурси розуміють природні території, окремі складові природного середовища, які мають позитивні параметри для ведення рекреаційної діяльності і можуть мати всі передумови для того, щоб створити матеріальну основу для організації відпочинку, туризму, лікування й оздоровлення людей (бальнеологічні ресурси, ландшафтні й аквакомплекси, охоронні території тощо).

До природних рекреаційних ресурсів можна віднести будь-яке місце, яке підходить під два критерії: 1) місце повинно мати відмінні характеристики від звичайного середовища проживання людини; 2) у межах природної території повинні комбінуватися декілька природних сфер: вода і гори; суша і море; рівнина і низовина; ліс і степ тощо. Чим різноманітніше будуть поєднуватись ці компоненти, тим вище оцінюватиметься ця територія.

Культурно-історичні об’єкти (ресурси) – це залишки від минулих епох, які були вивчені науковцями й визнані як такі, що мають суспільне значення й можуть застосовуватися за наявних умов і можливостей для задоволення потреб туристів; вони також є передумовою для культурно-пізнавальних рекреаційних занять, чим можуть активізувати туристсько-екскурсійну діяльність, реалізуючи певні функції. До культурно-історичних ресурсів також відносять і інші об’єкти, які мають відношення до історії, культури, сучасної діяльності людей: промислових підприємств, сільського господарства, транспорту, науки й вищих навчальних закладів, театрів тощо.

Завдяки високому рівню забезпеченості ресурсами, Україна має всі передумови для розвитку різноманітних видів рекреації і туризму. Так як більшість регіонів мають практично всі види рекреаційних ресурсів, це дає їм можливість активного просування туристичного продукту на внутрішньому ринку країни.

Важливою передумовою для розвитку туристичної сфери є потреба
населення у відпочинку, що залежить як від соціальних характеристик
(ментальні, культурні, національні особливості), так від і економічної спроможності до витрат на відповідні послуги (платоспроможний попит населення).

Зростання ролі рекреації посилюється на фоні збільшення впливу негативних наслідків науково-технічного прогресу, передусім забруднення навколишнього середовища та, як наслідок, суспільного здоров’я. Результатом оздоровлення є скорочення витрат на тимчасову непрацездатність одного працівника на 3–4 дні в рік, зменшення часу лікування в стаціонарі на 2–3 дні, підвищення продуктивності праці на 3 %, скорочення кількості відвідувань поліклінік у 2 рази [24].

Важливим чинником, який впливає на вибір місця відпочинку є рівень
матеріальної забезпеченості населення. Залежно від рівня платоспроможності споживачів туристичних послуг можна умовно поділити на три групи:

* туристи з невисоким рівнем платоспроможності. Незважаючи на це, вони показують високу активність щодо участі у різноманітних розвагах, екскурсійній діяльності, придбанні сувенірної продукції та складають основну частину споживачів рекреаційно-туристичних послуг;
* середній клас, із помірним рівнем доходу, метою якого є санаторно-курортне лікування, активний відпочинок культурно-розважальної спрямованості;
* туристи з високим рівнем платоспроможності, які зацікавлені у вивченні природних особливостей, культури та традицій інших народів, тому ця група може витрачати на організацію свого відпочинку значні кошти.

В сучасних умовах більша частина населення України не може
повноцінно задовольняти свої рекреаційно-туристичні потреби у зв’язку
зі зниженням їх платоспроможності. Тому, необхідно спрямувати наявні ресурси на розвиток внутрішньорегіонального та міжрегіонального туризму.

Економічні передумови включають: розвиток підприємництва, наявність трудових ресурсів, капіталу, сприятливого бізнес-середовища для розвитку туристичної сфери тощо.

Однією з важливих передумов активного розвитку туристично-рекреаційної сфери є наявність інфраструктури, зокрема закладів розміщення туристів: мотелів, готелів, пансіонатів, будинків відпочинку, закладів харчування, санаторіїв, розважальних закладів тощо. Необхідно
відзначити, що на початок 2019 р. в Україні налічувалось 2777 підприємств
готельного господарства загальною місткістю 135,33 тис. місць [25].

Надання рекреаційних послуг здійснюється на основі спеціалізованих санаторно-курортних та оздоровчих закладів. У 2019 р. їх кількість в країні становила понад 11 тис. об’єктів, серед яких: санаторії та пансіонати з лікуванням – 284, санаторії-профілакторії – 55, бази та інші заклади відпочинку – 1235, будинки і пансіонати відпочинку – 67, дитячі заклади оздоровлення та відпочинку – 9745 [25].

На розвиток внутрішнього туризму суттєво впливає також рівень розвитку транспорту та транспортної інфраструктури, забезпеченість соціальною інфраструктурою та розвиток матеріального виробництва, що впливає і тісно пов’язане з рекреаційно-туристичною діяльністю в регіоні, а також географічне положення.

До виробничої, у тому числі, транспортної інфраструктури належать: транспортні шляхи, комунікації, споруди водо- та енергопостачання.

На думку Т.М. Котенко від розвиненої транспортної складової з відповідною інтенсивністю руху, і доступністю цін для громадян суттєво залежить формування внутрішньорегіональних туристичних потоків [26].

До соціальної інфраструктури відносять підприємства роздрібної торгівлі, ресторанного господарства, культури, дитячі та медичні установи.

Транспортна інфраструктура в Україні, як стверджує С.Ю. Цьохла, має незадовільний стан і потребує значних вливань капіталу для створення та ремонту уже наявної інфраструктури відповідно до міжнародних стандартів. Уряд повинен вкладати кошти в розвиток мережі автомобільних доріг і залізниць, аеропортів, морських і річкових портів. Авіаційний, автомобільний, залізничний і річковий транспорт повинні забезпечувати перевезення туристів та надавати високий рівень послуг [27].

Для створення якісної інфраструктури на території України необхідно залучати інвестиції в її розбудову, у тому числі, з боку центральної та місцевих влад, залучення іноземних і українських інвесторів на рівні держави, регіонів і громад.

В наш час у туристичній галузі можна простежити позитивні зміни: йде розробка нових маршрутів, розбудовується готельна інфраструктура, зростає рівень сервісу, туристично-рекреаційний потенціал України викликає інтерес у іноземних інвесторів та представників міжнародної туристичної індустрії [28]. Зазначені зміни суттєво впливають на динамічний приріст потоків та прибутку від туристичної сфери.

Зовнішніми чинниками впливу на функціонування внутрішнього туристичного ринку в регіонах є економічна та політична стабільність у країні, державна політика підтримки туризму, ступінь інтегрованості у світогосподарську систему тощо.

Серед наведених чинників можна виокремити:

* екстенсивні (збільшення чисельності зайнятих осіб у сфері туризму, кількості матеріальних ресурсів, які включають у господарський обіг, створення нових рекреаційних об’єктів, розробка програм розвитку туризму тощо);
* інтенсивні (підвищення кваліфікації працівників, розвиток професійно-кваліфікаційної структури кадрів, запровадження раціонального використання матеріальних ресурсів);
* стримуючі (мають негативний вплив на розвиток рекреаційно-туристичної сфери та включають: економічні кризи, зростання зовнішньоекономічного боргу, політичну і як наслідок, фінансову нестабільність (інфляція, стагнація національної валюти), зростання цін на предмети першої необхідності, безробіття, погіршення екологічної ситуації, банкруцтво туристичних фірм тощо) [29].

Прогнозувати процеси розширення матеріально-технічної бази на віддалену перспективу надзвичайно важко, так як це залежить від багатьох чинників:

* активності населення, щодо споживання рекреаційних послуг;
* зростання доходів населення;
* зміни цін на туристичні послуги, зміна темпу проведення економічних реформ;
* насичення товарного ринку тощо.

Отже, на основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що Україна має усі передумови та потужний потенціал для розвитку рекреаційно-туристичної сфери. Найбільш суттєво активізувати внутрішній туризм в регіонах країни можливо за рахунок більш інтенсивного використання різноманітних рекреаційно-туристичних ресурсів, як природних, так і культурно-історичних, зміцнення матеріально-технічної бази та інфраструктурних об’єктів, підвищення технології і якості обслуговування туристів висококваліфікованими кадрами.

Значна роль у розвитку внутрішнього туризму в регіонах України належить державній політиці та місцевим органам влади, від яких значною мірою залежить імідж і репутація країни, у тому числі, й у туристичній сфері.

## **1.3. Роль суб’єктів туристичної діяльності в розвитку внутрішнього туризму в регіонах України**

Подорожі в наш час перестали бути просто задоволенням, розвагою або розкішшю, а перетворилися в невід’ємну частину життя сучасної людини, пов’язану із задоволенням духовних, інтелектуальних та інших потреб, пов’язаних з відновленням і розвитком фізичних сил людини, підтриманням рівня його життєдіяльності. У той же час, вільна, освічена, здорова, активна людина – основа конкурентоспроможності країни. На усе це може позитивно впливати туризм.

Проблема визначення ролі суб’єктів ринку туристичних послуг для розвитку внутрішнього туризму відображена в дослідженнях багатьох вчених, серед яких В.Ф. Кифяк, К.А. Панасюк [30], П.Ф. Коваль, Н.О. Алешугіна [31] та інші.

Розглянемо трактування поняття «суб’єкти туристичної діяльності», в Законі України «Про туризм» [32]. Згідно з цим Законом суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (далі - суб'єкти туристичної діяльності), є:

* туристичні оператори (далі – туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;
* туристичні агенти (далі – турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг;
* інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;
* гіди-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;
* фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Туристичний продукт складається з послуг компаній, які займаються наданням послуг людям під час подорожі. Це транспортні компанії, готелі, ресторани, кафе, екскурсійні агентства, музеї та виставки, парки розваг тощо. Туристичні оператори створюють продукт, комплектуючи набір послуг в один пакет. Туроператор виготовляє диференційований туристичний продукт із набору послуг відповідно до потреб та побажань клієнтів.

Туроператор розробляє маршрут, насичує його послугами шляхом взаємодії з постачальниками, забезпечує якісне надання послуг, займається випуском рекламно-інформаційної продукції, розраховує вартість, продає тури агенту для перепродажу туристам.

Основними функціями туроператора, як зазначає В.Я. Брич є (див. додаток А):

1. ціноутворююча функція (можливості туроператорів в сфері ціноутворення визначаються як суб’єктивними, так і об’єктивними чинниками. В першу чергу, необхідно звертати увагу на обсяг роботи. Якщо туроператор регулярно відправляє у подорожі велику кількість туристів, то це дає можливість збільшувати кількість блоків на авіарейсах, або навіть організовувати власні чартерні рейси, і трансфери до місць відпочинку туристів, створювати представництва в курортних центрах, вкладати кошти в готельне господарство тощо. Ці факти можуть впливати на вартість складових туристичних послуг);

2. маркетингова функція (просування турпродукту – це важлива форма активності туроператора. Для підвищення рентабельності продукту (особливо нового) туроператор зацікавлений у розповсюдженні інформації про продукт, і використовує всі інструменти стимулювання продаж, PR. Таким чином, модна визначати динаміку кон’юнктури туристичного ринку (ціна, асортимент, форма співробітництва, використання інновацій);

3. інформативна функція (туроператор використовує інформацію про культуру і традиції місцевого населення, визначні місця, процедуру оформлення документів, можливі загрози);

4. новаторська функція (діяльність, пов’язана з виживанням умовах ринку, постійний моніторинг кон’юнктури туристичного ринку та своєчасне втручання в існуючий турпродукт чи створення нового, який буде відповідати вимогам туристів. Це дасть можливість утримати лідерські позиції в умовах конкуренції);

5. бюджетоформуюча функція (виконується за рахунок надходження грошей у бюджет регіону або держави. Туристичні оператори є великим роботодавцем для авіакомпаній, транспортних підприємств, готельного господарства, екскурсійних бюро, закладів громадського харчування. Туроператори дають змогу працювати й отримувати прибуток за рахунок надання послуг приїжджаючим туристам);

6. функція операторського лобіювання (туроператори мають прямий або опосередкований вплив на діяльність супутніх галузей економіки. Політика туроператора часто є вирішальною для діяльності авіакомпаній, автотранспортних підприємств, залізниць. Найбільш сильний вплив здійснюється на готельєрів. Саме вони під загрозою зменшення туристичних потоків або бойкоту готелю з боку туроператорів можуть піти на значні поступки і надати значні знижки.

Місцевий туроператор внутрішнього ринку (domestic) – у більшості джерел вживають (Inside Tour Operators), тобто інсайдингові, які орієнтовані на створення, рекламу й реалізацію продукту (турів) територією своєї країни для місцевого населення. Цей вид туроператорів використовує туристичний потенціал своєї країни й орієнтований на задоволення потреб громадян всередині країни [32].

Внутрішній туризм, на думку В.Я. Брич, є пріоритетним напрямком розвитку національного туристичного ринку. Внутрішній туризм забезпечує збереження коштів всередині економіки країни, і стабілізує ситуацію на ринку праці, підвищення обсягів інвестицій у сферу туризму, впливає на вирівнювання рівня життя регіонах країни [32]. Тому, місцевому туроператору набагато легше й дешевше, аніж виїзному чи в’їзному туристичному оператору, розробляти туристичний продукт, який буде максимально відповідати вимогам потенційних туристів.

В той же час, місцевий туроператор значно спрощує та здешевлює процес налагодження договірних відносин, і використовує різні засоби стимулювання з боку місцевої або державної влади. Основним недоліком є те, що місцевий туроператор, має нижчі прибутки чим інші категорії туроператорів [32].

Відмінності у роботі місцевих туроператорів, як наголошує П.Ф. Коваль та Н.О. Алешугіна пояснюється наступними характеристиками [31]:

* туристичні ресурси для розробки продукту обмежені територіально однією країною, чи, областю;
* підприємство має детальну характеристику наявних ресурсів, в порівнянні з туроператорами, які орієнтовані на експорт туристів;
* місцевий туроператор має змогу контролювати якість надаваних послуг, та може попередити зниження якості продукту завдяки тому, що знаходиться територіально на одній місцевості з туристами і організаціями, що надають туристичні послуги;
* місцеві туроператори можуть реалізовувати тур тільки через турагентів, але й закордонним туроператорам як складову їхнього турпродукту.

Турагентство – це посередницька організація, яка продає тури, організовані турфірмою. Цей вид ведення бізнесу характеризується тим, що турагент купуватиме тури у туристичного оператора та продаватиме їх споживачеві. Основна ринкова роль цих організацій полягає у поєднанні постачальників послуг із замовниками-туристами, іноді сильно розділеними за часом та територією [34]. У цьому випадку, незалежно від наявності власної мережі туристичних агентств, туристичний оператор укладає договори на продаж турів з незалежними туристичними агентами. Чим більше партнерів має туроператор, тим більше територіальне охоплення клієнтів, отже, більше туристів, більший прибуток та успішніший бізнес. Відмінності між туроператорами і турагентами показані в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Основні відмінності між суб’єктами «туристичний оператор» та «туристичний агент»

|  |  |
| --- | --- |
| **Ознаки** | **Прояв відмінностей** |
| **туроператор** | **турагент** |
| Відношення до створення туристичного продукту | Самі розробляють та створюють комплекс послуг для туристів | Виступають у ролі посередників, реалізуючи сформований туроператорами туристичний продукт |
| Формування доходів (прибутків) | Різниця між вартістю сформованого туристичного продукту та вартістю його окремих елементів, які надані сторонніми організаціями (транспортними, розважальними, екскурсійними організаціями, готелями, закладами харчування тощо) | Комісійні, які турагенти отримують від туроператорів за посередництво |
| Розмір суб’єкта | Як правило, більший, ніж турагент. Структуру можуть формувати декілька філіалів, утворюючи агентську сітку | Менші за розмірами туристичні підприємства. Складаються, як правило, з одного офісу, або можуть мати 2-3 філії |
| Процес просування туристичного продукту | Виступає оптовим продавцем | Виступає роздрібним продавцем |
| Контактність із споживачами | Робота із споживачами опосередковано  | Робота із споживачами безпосередньо |
| Приналежність туристичного продукту | Завжди має запас туристичного продукту для продажу | Замовляє певний продукт або послугу тільки тоді, коли клієнт проявляє зацікавленість у придбанні |

Джерело: [36]

Розміщення туристів – найважливіша складова туристичного комплексу будь-якої країни. Якщо відсутнє розміщення (ночівля) – немає туризму. Це правило непорушне і є жорсткою вимогою економіки будь-якого туристичного регіону або центру. Готельна індустрія – це суть системи гостинності [35]. Вона і виходить із найдавніших традицій, притаманних практично будь-якій суспільній формації в історії людства, - з поваги гостя, торжества його прийому і обслуговування. Тому, готельні підприємства дуже важливі для організації туризму в областях, так як вони не тільки забезпечують ночівлю для туристів, а й показують колорит регіону, через культуру обслуговування, традиції тощо.

Кількість ліжок в готельному господарстві є найголовнішим показником, що використовується для оцінки потенціалу туристичного центру чи регіону для прийому туристів. Але кількість місць в готелях чітко визначає ємність засобів розміщення і реальну можливість прийому туристів в даному туристичному центрі. Інтенсивність завантаження номерного фонду адекватно визначає ефективність діяльності місцевої адміністрації в області і організаторів внутрішнього туризму.

На думку К.М. Валединської для розвитку ринку послуг внутрішнього туризму і гостинності в регіоні необхідне адекватне матеріально-технічне і фінансове забезпечення туристичних дестинацій, постійне прагнення до поліпшення якості туристичного продукту, підвищення рентабельності функціонування в низький сезон, ефективне використання туристично-рекреаційної інфраструктури, з розрахунком пропускного потенціалу області. Залучення потенційних туристів за рахунок розширення різноманітності туристичних продуктів, постійна адаптація пропозиції до змін смаків туристів, розвиток креативної реклами також сприяє успішному формуванню туристичних потоків всередині країни [36].

На українському ринку туристичних послуг туроператори уже розподілили між собою напрямки, встановили рівень цін, поділили приймаючі сторони (див. додаток Б). Усі туристичні компанії, які займають лідерські позиції, працюють в туризмі від 15 років і довше. Ніша виїзного туризму вже заповнена майже на 60%. Конкуренція в ніші внутрішнього туризму зайнята менше ніж на 20% [38].

Україна має значний туристичний потенціал, який, використовується не раціонально. Це пов’язано з тим, що 30 років тому туристичного ринку України не було, а ще 20 років тому він без конкретних планів. Якщо у 90-х рр. існували тільки дві туристичні компанії - БММТ «Супутник» і «Інтурист», то зараз в Україні діє 4,5 тис. туроператорів та турагентів [24]. Багато з туроператорів входять до Всеукраїнської Асоціації Туристичних Операторів, а також до міжнародних організацій подібного типу. Окремі туроператори входять в міжнародні холдинги і мають власні представництва в тих напрямках, які вони пропонують своїм клієнтам [30].

Тому значення суб’єктів туристичної діяльності важко переоцінити, туроператори формують туристичний продукт на основі наявних ресурсів в області чи країні, компонують набір послуг для створення повноцінного та високоякісного продукту, займаються його просуванням та реалізацією. Крім того, туристичні оператори за рахунок оптових закупок можуть здешевлювати товар, чим зроблять його більш доступним для потенційних клієнтів. Турагенти, у свою чергу, поширюють цей продукт до широкого кола населення. Інші суб’єкти туристичної діяльності забезпечують надання високоякісних послуг для населення, задовольняючи цим, усі потреби клієнтів.

Враховуючи чисельність суб’єктів туристичної діяльності і їх розподіл між регіонами України, можна спрогнозувати, що розробка внутрішніх турів і залучення туристів може вирости у 3-5 раз за кілька найближчих років.

# **РОЗДІЛ 2. МІСЦЕ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ У РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

## **2.1. Чинники розвитку внутрішнього туризму в області.**

На розвиток сфери туризму може впливати багато чинників: як статичних, так і динамічних. Тому їх конкретизація та визначення ступеню впливу на стан розвитку туризму постійно цікавлять як вітчизняних, так і іноземних науковців.

Чинники, які стримують розвиток туризму в Україні та окремих регіонах, проаналізовано в роботі О.М. Азарян та Н.Л. Жукова вивчають чинники, які стримують розвиток туризму в Україні та окремих регіонах [39].

Л.П. Дядечко у своїх дослідженнях звертає увагу на значенні позитивних і негативних факторів, які пов’язані з політичними, законодавчо-правовими та соціально-економічними чинниками в країні [40].

М.О. Жукова визначила комплекс чинників, які мають безпосередній вплив на туристичну сферу, і запропонувала поділити їх на дві групи:

1) чинники, які діють незалежно від туристичних підприємств;

2) чинники, що мають позитивний вплив на розвиток туризму, і активно використовуються туристичними організаціями [41].

Науковці під управлінням В.І. Зоріна при визначили такий перелік чинників, які впливають на розвиток внутрішнього туризму і виділили такі групи: статичні та динамічні чинники, зовнішні (екзогенні) та внутрішні (ендогенні) [42].

С.Ю. Цьохла виокремила чинники, які мають безпосередній вплив на розвиток галузі в областях України, а саме – збільшення вливань капіталу в інфраструктуру, маркетинг і рекламу, розвиток внутрішнього ринку, сприяння зростанню співробітництва між регіонами й міжгалузевих партнерств [43].

Проте однозначної класифікації чинників, які мають вплив на розвиток внутрішнього туризму не існує. У своїх класифікаціях вчені обирають різні групи чинників, віддаючи перевагу тому чи іншому з них в залежності від конкретної території.

Тому, з усієї сукупності чинників, слід виокремити:

* географічні (насиченість рекреаційними ресурсами всіх типів, сприятливі умови для розвитку різноманітних видів туризму);
* соціально-економічні (чисельність, структура зайнятості населення, середньомісячна заробітна плата, рівень освіти);
* наявність туристичної індустрії (кількість зайнятих у сфері, наявність туристично-інформаційних центрів, туристичної інфраструктури фінансово-економічні показники галузі);
* політико-правові чинники (управління галуззю в області, реалізація стратегій, програм розвитку, тощо).

Значення географічного чинника важко переоцінити, тому що саме наявність рекреаційно-туристичних ресурсів є основою для створення туристичного продукту.

Полтавська область знаходиться в центральній частині Лівобережної України. Область межує з Чернігівською, Сумською, Харківською, Дніпропетровською, Кіровоградською, Черкаською та Київською областями. Площа - 28,7 тис. км², що складає 4,8% площі України. Населення 1414 тис. осіб [44].

Геолого-геоморфологічні рекреаційно-туристичні ресурси (див. додаток В). Рельєф має загальний нахил з північного сходу на південний захід, який повторюється гідрографічною сіткою. Максимальна абсолютна відмітка рельєфу (202,6м) знаходиться за 5 км на захід від смт Опішня. Мінімальна точка поверхні 64м – розміщена на березі Дніпродзержинського водосховища. Середній нахил рельєфу між цими відмітками становить 0,98км [45].

Отже, для території Полтавської області характерна низька
привабливість рельєфу, тому що практично відсутня різноманітність рельєфу.

Оцінка кліматичних ресурсів (див. додаток Г). Область розташована в помірно-кліматичному поясі, з помірно холодною зимою та
теплим літом. Середня температура в січні -3,7°, в липні +21,4°.
Безморозний період становить 162-182 дні, з температурою понад +15° –
105-117 днів. На території області спостерігаються несприятливі явища, зокрема, суховії (10-12 днів), ожеледь (більше 10 днів) [46].

Для території Полтавської області клімат можна оцінити як помірно
комфортний (середнє значення – 3 бали за методикою О.О. Бейдика).
Як наслідок, область можна охарактеризувати як сприятливу для рекреаційного туризму, зокрема, в межах кліматичних рівнинних курортів.

Оцінка гідрологічних ресурсів (див. додаток Д). В області нараховується 146 річок довжиною понад 5100 км. З великих річок (понад 500 км) – Дніпро і Псел; середніх (101-500 км.) – дев'ять; малих (менше 100 км.) – 135 річок. Середня густота річкової мережі в області 0,27 км/км², що є вище середнього показника по Україні (0,25 км/км²). Живлення річок відбувається за рахунок снігових вод (55-60% від загального об’єму), хоч більший об’єм опадів випадає в теплий період року, але літні і весняні опади випаровуються і стоку майже не дають. На Полтавщині налічують 124 озера з загальною площею 476 тис. га і загальним об'ємом води 76 млн. м³ [44].

У цілому більшість гідрологічних об’єктів Полтавської області придатні для організації відпочинку та оздоровлення населення, тобто для розвитку рекреаційного туризму. При цьому найвищу оцінку гідрографічних ресурсів, отримали 4 райони області (Хорольський, Машівський, Лубенський, Лохвицький). Необхідно зазначити, що оцінка в 4 бали пов’язана з тим, що площа актуальних смуг в районах становить від 25,5 до 26,2% від загальної площі району.

Оцінка рослинних ресурсів (див. додаток Е).Рослинний світ Полтавщини нараховує понад 2 тис. видів груп рослин. Понад 300 видів рослин в області знаходяться на грані виживання або існують тільки в цій місцевості, це пояснюється тим, що їх кількість зменшується через зміну природніх умов або внаслідок безпосереднього знищення місця їх поширення (8 видів рослин, занесені до Світової Червоної Книги, 7 – до Червоного Європейського списку, 66 видів – до Червоної книги України; 170 видів перебувають під охороною місцевих органів влади) [49].

Не зважаючи на те, що значні площі рослинності значно змінені в результаті господарської, зокрема, сільськогосподарської, діяльності, рослинні ресурси можна використовувати з метою розвитку наукового та природно-пізнавального туризму.

Оцінка природно-антропогенних рекреаційних ресурсів (див. додаток Ж).
За даними Департаменту екології та природних ресурсів, природно-заповідний фонд Полтавщини нараховує 388 територій та об'єктів площею 142473,3 га, що становить 4,95% від площі області. Разом територій та об'єктів ПЗФ загальнодержавного значення – 30, площа – 64648,92 га, з них 2 – НПП, 20 заказників, 10 – ботанічні сади та парки. Усього об'єктів місцевого значення - 358, площа - 91514,7115 га [50].

Об’єкти природно-заповідного фонду у цілому є гарною передумовою для розвитку екологічного туризму, проте ці ресурси ще недостатньо включені в розробку туристичного продукту.

Багаті природні ресурси Полтавщини дають потужний поштовх для організації санітарно-курортного лікування і масового відпочинку. Основою для курортних закладів є мінеральні води з різноманітними лікувальними властивостями, які виявлені в Миргородському, Великобагачанському, Новосанжарському, Кременчуцькому, Хорольському, та ін. районах. На території області існують діючі санаторії-профілакторії, бази відпочинку.

Оцінка архітектурно-історичних ресурсів (див. додаток З).Архітектура Полтавської області представлена пам'ятками різних стилів і форм, окремі з яких варто вважати унікальними. У більшості випадків – це споруди культового та громадського призначення, які були збудовані в XVIII – XIX ст. [51].

Яскравими об’єктами архітектури українського бароко є Преображенська церква в селищі Великі Сорочинці Миргородського р-ну та Троїцька церква в смт Диканька (1780 р.). Епоха класицизму представлена в
багатьох дворянських садибах міст і сіл колишньої Полтавської губернії. До нашого часу збереглися: Миколаївська церква (1794 р.), дзвіниця (1810 р.) та тріумфальна арка (1820 р.) в садибі Кочубеїв (смт. Диканька). Архітектурні принципи класицизму простежуються в забудові таких міст як, Кременчук, Полтава тощо. Серед будівель особливої уваги заслуговує ансамбль початку
XX ст., де можна побачити спроби пошуку українського національного архітектурного стилю. Наприклад, мурована Покровська церква в с. Плішивець Гадяцького району (1906 р.), що повторює, риси відомого запорізького дерев'яного дев’яти банного Троїцького собору в м.
Новомосковськ Дніпропетровської обл. Предствником архітектури
українського модерну є будинок Полтавського губернського земства, який був побудований у 1902 – 1908 рр. (зараз це Полтавський краєзнавчий
музей), та собор Різдва Богородиці в смт Козельщина [52].

Полтавський та Диканський райони найкраще забезпечені архітектурно-історичними ресурсами, мають найрізноманітніші будівлі, тому ресурси шести районів області оцінені в 4 бали (Хоролький, Семенівський, Решетилівський, Пирятинський, Оржицький та Миргородський райони). Решта районів не мають такої різноманітності стилів, і мають відповідну оцінку.

Біосоціальні рекреаційно-туристичні ресурси (див. додаток Й). Багато уродженців Полтавської області відзначилися у науці, культурі, спорті тощо. На їх честь споруджені меморіальні музеї (музей Г.С. Сковороди у смт.
Чорнухи, І.П. Котляревського, П. Мирного, В.Г. Короленка у м. Полтава, О. Гончара у с. Суха Кобеляцького р-ну, заповідник-музей М.В. Гоголя у
с. Гоголеве Шишацького р-ну тощо).

Найвизначнішим музеєм в області є Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського. Цей науково-культурний центр, був заснований у 1891 р. за ініціативи професора В.В. Докучаєва, який передав у розпорядження понад 4000 зразків ґрунтів, 500 зразків гірських порід, 862 аркуші гербаріїв. [53].

Ще одним відомим музеєм є Державний музей-заповідник українського
гончарства в смт Опішня, який одночасно є єдиним в Україні спеціалізованим етномистецьким науково-дослідним, культурно-освітнім і навчально-виховним закладом, який постає як центр вивчення, збереження і популяризації гончарської справи в Україні [54].

В Полтавській області протягом століть формувалось народне мистецтво як гончарство, вишивка, різьба по дереву, ткацтво і килимарство, декоративний розпис, плетіння з рогози тощо.

Біосоціальні ресурси в Полтавському та Диканському районах оцінені максимально (5 балів), низьку оцінку (2 бали) отримали ресурси Котелевського, Великобагачанського та Шишацького районів.

Оцінка подієвих рекреаційно-туристичних ресурсів (див. додаток К).В Полтавській області щороку організовують близько 80 подій, серед яких фестивалі, виставки, ярмарки різних рівнів. Найвідомішим прикладом подієвих ресурсів міжнародного рівня є «Сорочинський ярмарок» в смт Великі Сорочинці. У 2019 р., ця подія зібрала понад 700 тис. відвідувачів з України та інших країн світу, з них, близько 20 іноземних делегацій, 300 працівників ЗМІ [55].

Також щорічно організовуються і проводяться події національного, регіонального і місцевого рівнів. Останні орієнтуються на місцеве населення, проте ці події привертають увагу туристів і з інших регіонів України.

Значними подіями в області є також обласне свято кобзарського мистецтва «Взяв би я бандуру» (Великобагачанський р-н), обласний фестиваль «Калинові гуляння» (Пирятинський р-н), міжнародний гастрофестиваль «Полтавська галушка» (м. Полтава) [56].

Найвище оцінені подієві ресурси Полтавського району, оцінку в 4 бали отримав Пирятинський район. Районів з оцінкою в 2-3 бали нараховано 17. Найменше ресурсів в Оржицькому районі, де за рік не проводиться жодного заходу. Тому, можна зробити висновок, що область має середній показник подієвих ресурсів.

Підсумовуючи можна говорити про те, що область є ресурсонадлишковою, і має всі передумови для розвитку рекреаційного, культурно-пізнавального, у тому числі, подієвого, сільського (зеленого) видів туризму.

Соціально-економічний чинник відграє важливу роль у розвитку внутрішнього туризму, тому що саме населення та їх доходи формують туристичні потоки. З 1990-х рр. у областях України, сформувалася демографічна ситуація, при якій відбувається постійне зменшення чисельності населення, і Полтавська область не є винятком. Спад народжуваності, підвищення рівня смертності та негативний показник сальдо міграції спричинили зменшення чисельності населення області. Чисельність населення по містах обласного значення та районах станом на 1 березня 2020 р. становить 1384851 осіб [57].

Рис. 2.1 Зайнятість населення Полтавської області за секторами економіки

Складено автором за матеріалами: [58]

За даними державної служби зайнятості на кінець лютого 2020 р., кількість працюючих осіб в області становить 591,2 тис. осіб, безробітних на кінець лютого становила 73,3 тис. осіб [58]. Середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності у 2018 році в Полтавській області становить 217 осіб. Станом на 2019 р. розмір середньої заробітної плати працівників становив 10003 грн, що в цілому менше ніж у цілому по країні на 570 грн [59].

Матеріально-технічна база. Забезпеченість інфраструктурою є вагомим показником розвитку області. На території Полтавщини за даними Державної служби статистики станом на початок 2019 року налічується 78 готелів різного рівня комфорту. Номерний фонд готелів складається з 1330 номерів. Власники приватного житла, за оцінками експертів, можуть для розміщення туристів надати ще 4000 місць. Оренда квартир у домогосподарів відбувається, як правило, без оформлення відповідних документів, що не є гарантією надання високоякісних послуг, тому обліку споживачів послуг з ночівлі не відбувається, як і сплати податків (у т. ч. туристичного збору) [25].

 Таблиця 2.1

Загальна характеристика місткості номерного фонду Полтавської області

|  |  |
| --- | --- |
| **Характеристика** | **Показник** |
| Середня місткість колективних засобів розміщування | 78 од. |
| Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування | 1330 од. |
| Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування  | 164452 ос. |
| Кількість ночівель осіб у колективних засобах | 307215 од. |
| Середня тривалість перебування осіб у колективних | 1,9 од. |
| Коефіцієнт використання місткості колективних засобів | 0,29 днів (показник по країні 0,31) |

Складено автором за матеріалами: [25]

З найбільшим номерним фондом є готель «Турист», який має 168 номерів. Представником відомої міжнародної готельної мережі є готель DREAM Hostels.

В області працюють 12 санаторно-курортних закладів. Санаторії, пансіонати з лікуванням, профілакторії сконцентровані у м. Миргород (санаторії «Миргород», «Полтава», «Березовий гай», «Санаторій МВС», «Санаторій ім. Гоголя», «Хорол») смт. Нові Санжари, м. Зіньків (санаторій «Сосновий бір») та смт. Велика Багачка (санаторій «Псьол»). В цих закладах лікують так хвороби як: хронічний гастрит, коліт, панкреатит, цукровий діабет, стенокардію, гіпертонію, остеохондроз, поліартрит, радикуліт, хвороби чоловічої та жіночої статевих сфер, безпліддя тощо [60].

Отже, Полтавська область має багаті рекреаційно-туристичні ресурси, у тому числі, природні, природно-антропогенні, архітектурні, біосоціальні та подієві. Туристична сфера підтримується місцевими підприємцями і державним сектором. В області не лише активно впроваджуються інновації у сфері туризму та розробляється нормативно-правова база для галузі, а й створюється нова інфраструктура та оновлюється застаріла, поширюється тенденція до створення туристично-інформаційних центрів для розповсюдження інформації про область та регіональний продукт не тільки в Україні, а й за її межами.

## **2.2. Особливості і тенденції розвитку внутрішнього туризму в Полтавській області на сучасному етапі**

На Полтавщині активно упроваджується обласна програма розвитку туризму і курортів на 2016-2020 рр. Стратегічними завданнями цієї програми є підвищення раціонального використання рекреаційно-туристичних ресурсів, створення, просування та реалізація нового регіонального продукту, який буде конкурентоспроможним як на внутрішньому так міжнародному ринку, підвищення показників надходжень до бюджету області та районів, сприяння соціально-економічному розвитку регіону та підвищенню якості життя населення. Тому для вирішення цих задач і була розроблена ця програма [61].

Стратегічною метою розвитку туризму в Полтавській області є створення продукту, який буде конкурентоспроможним на внутрішньому ринку, і зможе максимально задовольнити потреби громадян у відпочинку і водночас комплексно розвивати території та їх соціально-економічні інтереси.

Обсяг туристичного потоку. Протягом 2008-2018 рр. Полтавська область зацікавила 93 тис. внутрішніх туристів. За оцінками експертів, ці дані є неповними, оскільки звіти враховують лише туристів, які користувались послугами тільки полтавських туристичних підприємств. Туристи та екскурсанти, які відвідують Полтавщину, користуючись послугами інших туристичних організацій чи самостійно, не враховуються у наведених статистичних даних. Точні спостереження чи цільові соціологічні виміри у цьому напрямку не проводяться.

Рис. 2.2 Динаміка обсягу внутрішніх туристів

Складено автором за матеріалами: [62]

Як видно з рис. 2.2 починаючи з 2008 р. кількість внутрішніх туристів суттєво зменшилася. Ця тенденція простежується і з в’їзними туристами як в Полтавській області так і в цілому по всій Україні. Це стало наслідком подій 2013-2014 рр., які негативно вплинули на розвиток туризму в країні, і призвели до серйозного спаду туристичного потоку. Така тенденція пояснюється багатьма причинами, серед яких зниження купівельної спроможності населення, сусідство області з зоною ведення військових дій, низький рівень матеріальної бази та її не відповідність міжнародним стандартам, недосконалість законодавчої бази тощо.

Потік внутрішніх туристів нерівномірно розподіляється між окремими видами туризму, які поширені та розвиваються в регіоні. На рисунку 2.3 показано, що найпоширенішими видами туризму є саме рекреаційний, зокрема, відпочинковий та культурно-пізнавальний. За кількістю об’єктів рекреаційно-відпочинкового туризму, Полтавська область займає провідне місце серед інших регіонів України. Другим за обсягом видом туризму в області є культурно-пізнавальний туризм. На території регіону, як зазначалося вище, зосереджена значна кількість культових об’єктів, які є об’єктами паломництва. Користуються попитом серед туристів різноманітні музеї, створені на основі біосоціальних ресурсів, а також відомі в Україні і світі, інші об’єкти туристичного показу, зокрема архітектурно-історичні та подієві.



Рис. 2.3 Географія розвитку туризму в Полтавській області

Складено автором за матеріалами: [63]

Активно реалізуються стратегії розвитку туризму в регіоні, що передбачають розвиток туристичної інфраструктури в області, а саме Стратегія розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019—2029 роки та Програма розвитку туризму і курортів на 2016—2020 роки. Так як туризм розвивається одночасно з культурою, то в області працює ще й Комплексна програма розвитку культури, мистецтва та охорони культурної спадщини на 2018—2020 роки та Програма збереження, вивчення та популяризації Більського городища на період 2018-2022 років.

За цими програмами, було створено Гоголівський культурний центр у с. Гоголеве Шишацького району, вартість якого за проєктом становить більше 55 млн. грн., також в планах на 2020 рік існує пункт про початок будівництва Музею історико-культурного заповідника «Більськ», вартість якого ̶ 1,3 млн. грн. Обласна адміністрація активно підтримує ці проєкти, і з бюджету було спрямовано 345 тис. грн.

Це найбільші проєкти на найближчий час. Також постійно створюються міні скульптури, міні-фотозони, окремі туристичні локації, що будуються за кошти області. Усі ці заходи спрямовано не тільки на розвиток туристичної інфраструктури, а й на промоцію регіону.

Як зазначалося в попередньому підрозділі, у Полтавській області достатньо подієвих ресурсів, тому саме подієвий туризм є важливим видом туризму на сучасному етапі. Цей вид туризму спонукає громадян області до відвідування масштабних подій і сприяє активізації внутрішнього туризму. Щорічно проводиться до 80 заходів, які залучають широкі верстви населення. Серед них: міжрегіональна виставка-турсалон «Відпочивайте на Полтавщині», міжнародний гастрофестиваль «Полтавська галушка», обласне фольклорне свято «Купальські ігри на батьківщині Миколи Гоголя», обласний етнофестиваль «Гелон-фест», фестивалі «Опішня СливаФест» та «Чарівна симфонія козацтва».

Останні два фестивалі були проведені за рахунок держаних коштів, так як Омельницька і Опішнянська ОТГ отримали перемогу у всеукраїнському конкурсі «Малі міста — великі враження». Усього за 2019 р. в Полтавській області організували 13 обласних фестивалів. Так, етнофестиваль «Гелон-фест» відвідало близько 20 тис. осіб, це на 8 тис. осіб більше, ніж у минулому році, тому динаміка зростання туристичних потоків очевидна.

Місцеві органи влади вважають, що розвиток туризму має значний позитивний ефект на економіку регіону, тому постійно підтримують туристичну сферу.

В Полтавській області внутрішній туризм розвивається не так активно, як в інших регіонах України, але є певні позитивні зрушення. Зокрема, постійно удосконалюється інфраструктура, а саме готелі, санаторії, пансіонати, хостели тощо. В області розширюється мережа туристичних інформаційних центрів, які більш активно інформують потенційних туристів про різноманітні рекреаційно-туристичні ресурси Полтавщини, доступні місця проживання, транспорт, займаються просуванням регіонального туристичного продукту. Також надають актуальну інформацію туристам про подієві ресурси в області. Туристично-інформаційні центри діють в: м. Полтава (7 відділень), Великобагачанському, Зіньківському, Миргородському, Пирятинському, Полтавському районах. Також довідкову інформацію можна отримати в міських радах, відділах культури тощо [47].

Отже, на основі проведеного аналізу слід констатувати, що внутрішній туризм в Полтавській області розвивається не належним чином і не відповідає її рекреаційно-туристичним можливостям. Спостерігається суттєве падіння обсягу внутрішніх туристів, що обумовлено як економічними можливостями населення, так й іншими викликами, зокрема, геополітичною ситуацією на сході країни.

Серед видів туризму передують рекреаційно-відпочинковий та культурно-пізнавальний туризм. Найбільш відвідуваними районами області серед внутрішніх туристів є Полтавський, зокрема м. Полтава, Кременчуцький та Миргородський, особливо, під час Сорочинського ярмарку. Це обумовлено як підвищенням рівня інформації про туристичні можливості цих районів, так і діяльністю місцевих органів влади.

У цілому туризм в області набуває усе більшого значення, як високорентабельна сфера економіки, важливий засіб культурного і духовного розвитку населення, має безпосередній вплив на підвищення якості їх життя, створення робочих місць, збільшення доходів області, створення позитивного іміджу як на території України так і за її межами.

## **2.3. Аналіз діяльності суб’єктів туристичного ринку в сегменті внутрішнього туризму на Полтавщині**

 Як відомо, діяльність на ринку туристичних послуг здійснюється на основі посередництва між турагентом і туроператором та туристом як зацікавлених сторін. Тому питання організації ефективної взаємодії між туристичними компаніями і споживачами туристичних послуг набувають особливого теоретичного і практичного значення, чим і обумовлена необхідність досліджень ролі суб’єктів туристичної діяльності в розвитку внутрішнього туризму. Враховуючи викладене, виникає необхідність в аналізі діяльності суб’єктів туристичного ринку в сегменті внутрішнього туризму в Полтавській області (див. додаток Л).

За даними Державної статистичної служби України, в області нараховується 155 суб’єктів туристичної діяльності (туроператорів, турагентів, суб’єктів, які займаються екскурсійною діяльністю), що становить 3,6% від загальної кількості по Україні. Середній відсоток в країні є 4%, тому можна констатувати той факт, що Полтавська область відстає від середньостатичного значення по Україні [25]. В Полтавській області головними гравцями турбізнесу є турагенства та екскурсійні бюро. Ці підприємства розташовані виключно в обласному центрі, де спостерігається й найбільший попит на туристичні послуги. (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Суб’єкти туристичної діяльності в Полтавській області

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Назва** | **Тип** | **Розташування** | **Сайт** | **Контактні дані** |
| Туристична агенція «Вілмат» | Турагенство | м. Полтава, вул. Героїв-Чорнобильців 11 | travel.poltava.ua | +38(050)2239743, +38(096)2354499.zimin022@gmail.com |
| Туристична агенція «Країна мрій» | Турагенство | м. Полтава, вул. Сорборності, 29/15. | kraina-m.com | +38(095)5094050, +38(096)2326076.poltava.krainamriy@gmail.com |
| Туристична фірма «Кругозір» | Турагенство | м. Полтава, вул. Н.Базар, 12 | krugozor.com.ua | +38(067)5427758, pl\_krugozir@list.ru |
| Туристична агенція «Час мандрувати» | Турагенство | м. Полтава, вул. Шевченка, 37 | [abynedoma.wixsite.com](http://www.abynedoma.wixsite.com/) | abunedoma@gmail.com |
| Туристична агенція «Феєрверк мрій»  | Турагенство | м. Полтава, пр-т Першотравневий, 19,  | [fejerverk-mrij.in.ua](http://www.fejerverk-mrij.in.ua/). | +380665158785+380974482886.ana-anna@ukr.net |
| Туристична агенція «Всесвіт-Тур», | Турагенство | м. Полтава, вул. Шевченка, 56 | vsesvit-tour.com. | +38(050)8247822, +38(095)6579655, vsesvittur@ukr.net, |
| Туристична агенція «Смайл», | Турагенство | м. Полтава, вул. Героїв Чорнобильців, 9А. | [smile-tour.pl.ua](http://www.smile-tour.pl.ua/). | +38(050)6641308, smile.tour.elena@gmail.com. |
| Туристична агенція «Бонус-тур» | Турагенство | м. Полтава, вул. Соборності, 66, оф. 305. | [bonus-tour.com](http://www.bonus-tour.com/). | +38(050)4481818, +38(066)4471717.info@bonus-tour.com. |
| Туристична агенція «Лагуна», | Турагенство | м. Полтава, вул. Чорновола, 20 | [lagunatur.com.ua](http://www.lagunatur.com.ua/). | +38(066)5292585.viktorialaguna@gmail.com. |
| Туристична агенція «Скарбничка мандрів» | Турагенство |  | facebook.com/pg/skarbnychka.mandriv | +38(050)3056049.nataliyaskorik70@gmail.com, |
| Громадська організація «Спілка екскурсоводів Полтавщини»  | Громадська організація/екскурсійне бюро |  |  | +38(066)1808022 |

Складено автором за матеріалами: [64]

Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) в Полтавській області становить 25604,5 тис. грн., що становить всього 0,11% від загальної суми по Україні [25]. Це можна пояснити тим, що Державна служба статистики не має інформації про економічні показники діяльності туроператорів, тому значення таке низьке. Також, така значна розбіжність у економічних показниках по країні і області може свідчити про низьку ефективність туристичної сфери в області та низький рівень використання наявних туристичних ресурсів.

Кількість реалізованих путівок – 17908, що від загального показника по країні становить 1,62%, вартість путівок – 70424,8 тис. грн. і становить 4,12% від вартості всіх реалізованих путівок по країні [25].

Проте, незважаючи на реалії економіки області, туристична галузь в регіоні динамічно розвивається, що може свідчити про підвищення рівня конкурентоспрожності Полтавщини на національному ринку [65].

 Усі зазначені вище суб’єкти туристичної діяльності забезпечують область внутрішніми туристичними потоками, також надають послуги і за межами регіонів України.

Для розвитку внутрішнього туризму особливу роль відіграють екскурсійні установи, оскільки екскурсійний супровід розглядається як основна складова туру, на рівні з транспортним обслуговуванням, проживанням та харчуванням. Представником екскурсійної справи в регіоні є громадська організація «Спілка екскурсоводів Полтавщини». Ця спілка займається проведенням екскурсій як в м. Полтаві, так і в області.

Разом з туристичними підприємствами суттєво впливають на організацію і розвиток внутрішнього туризму громадські організації та місцеві краєзнавці, які активно беруть участь у розробці турів як в обласному центрі, так і в районах області, проведенні науково-дослідних робіт, створенні позитивного іміджу Полтавщини як на національному так і міжнародному ринках.

Краєзнавчий рух в Полтавській області започаткувався ще від козацьких літописів Г. Граб’янки і С. Величка. Пізніше, роль збереженні, становленні й розвитку історичного краєзнавства в регіоні відіграла українська інтелігенція –вчені, меценати, аматори, які були якось причетними до Полтавської губернської вченої архівної комісії, Полтавського церковного історико-археологічного комітету, статистичного бюро Полтавського губернського земства та інших установ.

Полтавська обласна спілка краєзнавців (ПОСК) була створена на основі Полтавського наукового товариства краєзнавців (ПНТК) – громадської організації краєзнавців, що діяла у 1990-2002 рр. Після припинення діяльності ПНТК у серпні 2002 р. краєзнавча робота в області практично зупинилася, але колективи музеїв, викладачі шкіл, працівники установ культури, громадських організацій продовжували проводити свої дослідження. Зусиллями ентузіастів ПОСК відновила свою роботу і була зареєстрована 19 липня 2006 р. [66].

Центром краєзнавства в області, осередком створення бази з історії та культури Полтавської області є відділ краєзнавства.

Основними функціями відділу є:

* формування фонду краєзнавчих документів;
* створення краєзнавчого довідково-бібліографічного апарату;
* допомога туристичним операторам у створенні туристичного продукту;
* екскурсійна діяльність на засадах волонтерства;
* популяризація історичної і культурної спадщини регіону;
* науково-дослідна робота.

Фонд відділу на 01.01.2020 р. становить більше 6 тис. примірників, де є напрацювання місцевих діячів науки, твори письменників та літераторів, документи про область, докладні карти, довідники, путівники тощо. Більшу частину фонду становлять періодичні видання. Також сформовані збірки із книжкових колекцій відомих полтавців: письменників, краєзнавців, літературознавців, істориків, поетів-піснярів тощо. Ці колекції мають важливе значення для збереження інформації про Полтавщину. Фонди відділу доступні всім читачам Полтавщини, України та інших держав.

Відділ проводить і видавничу роботу. Щорічно видаються такі видання, як «Нові книги про Полтавську область за рік», «Основні знаменні й пам’ятні дати Полтавщини на рік». У 2017 році відділ краєзнавства почав випускати дві бібліографічні серії «Видатні краєзнавці Полтавщини» та «Бібліотечні колекції» [67].

Веб-сайт «Полтавщина туристична» має змістовну інформацію про туристичний потенціал області та висвітлює усі події галузі, надає методичні поради організаторам маршрутів та пересічним громадянам, які люблять мандрувати Полтавщиною. Відповідна сторінка діє і в соцмережах. Систематично висвітлюються питання туристично-рекреаційної сфери в ЗМІ, зокрема виступи на місцевому радіо та телебаченні (ОДТРК «Лтава»), постійно публікуються публіцистичні матеріали, статті у різних виданнях [68].

За даними туристичного веб-сайту маршрути територією області створюються на основі біосоціальних ресурсів (М. Гоголь, С. Петлюра, Т. Шевченко, козацька тематика), народних промислів та декоративно-ужиткового мистецтва, а також на основі історичних подій, археологічних розкопок, відвідання культових споруд (див. додаток М) [69].

 Краєзнавцями-аматорами уже розроблено понад 20 тематичних екскурсій по Полтаві («Архітектурно-історична Полтава», «Літературна Полтава» (М. Гоголь, В. Короленко, Г. Сковорода, О. Гончар, Б. Олійник, В. Капніст, Ю. Дольд-Михайлик), «Полтавська фортеця та полтавські підземелля», «Полтава козацької доби», «Видатні художники» (М. Ярошенко, Г. Мясоєдов, М. Башкирцева, Г. Левицький), «Полтавські смаколики» («Гастрономічна Полтава») тощо) [70], також прокладаються маршрути з інших обласних центрів на найвизначнішу щорічну подію Полтавщини – «Сорочинський ярмарок», під час проектування яких, намагаються охопити якомога більше місцевих пам’яток і дестинацій (Полтава – Опішня – В. Сорочинці, Київ – Лубни – Мгар – Миргород – В. Сорочинці, Київ – Березова Рудка – Пирятин – В. Сорочинці, Дніпро – Решетилівка – Миргород – В. Сорочинці, Запоріжжя – Карлівка – Полтава – В. Сорочинці, Кропивницький – Кременчук – Козельщина – В. Сорочинці, Кіровоград – Кобеляки – Н. Санжари – В. Сорочинці, Суми – Котельва – Більськ – В. Сорочинці, Харків – Котельва – Опішня – В. Сорочинці, Черкаси – Хорол – Вишняки – Миргород – В. Сорочинці, Чернігів – Пирятин – Мгар – В. Сорочинці) [71].

Актуальні питання розвитку туристичного бізнесу регіону вирішуються у співпраці з громадськими організаціями туристичного спрямування: Обласний туристичний кластер, Спілка екскурсоводів Полтавщини, Полтавське регіональне відділення спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, Громадська організація екологічного спрямування «Зелена хвиля», Полтавська обласна спілка краєзнавців, Полтавська обласна федерація спортивного туризму.

Щомісячна інформаційно-краєзнавча газета «Край» уже 10 років змістовно висвітлює туристичні події області, надає методичні матеріали для створення нових туристичних маршрутів, пов’язаних з видатними особистостями, життя яких пов’язане з Полтавщиною.

Активну діяльність проводить також Департамент культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації. В положенні про роботу Департаменту основними пунктами діяльності є:

* забезпечує виконання державної політики в сфері туризму і курортів;
* сприяє розробці, просуванню та реалізації якісного, різноманітного регіонального турпродукту, модернізації туристично-рекреаційної інфраструктури, розвитку всіх видів туризму, індустрії туризму та курортно-рекреаційної галузі, розвитку екскурсійної діяльності, підвищенню раціональності використання туристично-рекреаційних ресурсів на Полтавщині;
* приймає участь у створенні програм соціально-економічного розвитку туристично-рекреаційної галузі та реалізації міжнародних проектів;
* займається підготовкою, перепідготовкою та підвищенням кваліфікації працівників туризму (при умові фінансування за рахунок місцевого бюджету);
* організовує рекламу місцевого туристичного продукту, створює для цього туристично-інформаційні центри, створює рівні умови конкуренції для суб’єктів туристичної галузі;
* аналізує регіональний ринок туристичних послуг і подає відомості про розвиток туризму на Полтавщині Положення про Департамент культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації.

Управління активно співпрацює з вищими навчальними закладами за для підготовки фахівців у сфері та розвитку різних видів туризму, зокрема зеленого (сільського), спортивного, культурно-пізнавального тощо, підготовки наукової бази для ведення діяльності [72].

Отже, суб’єкти туристичного ринку на Полтавщині проводять активну діяльність щодо покращення умов ведення своєї діяльності, проводять розробку турів, займаються рекламною діяльністю, приймають участь у виставках. Громадські організації активно допомагають туроператорам у створенні нового туристичного продукту та під час роботи залучають місцевих краєзнавців та краєзнавчі відділи. Місцеве управління культури і туризму займається підтримкою туристичної сфери, модернізацією туристичної та комунальної інфраструктури, підтримує розробку та допомагає просувати регіональний туристичний продукт. Тому, суб’єкти туристичної сфери на Полтавщині активно розвивають туризм в регіоні, та в Україні в цілому.

# **РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

## **3.1. Проблеми розвитку внутрішнього туризму в області.**

Узагальнивши діяльність суб’єктів туристичного ринку на Полтавщині, слід звернути увагу й на існуючи проблеми щодо організації і розвитку внутрішнього туризму в області.

На сучасному етапі розвитку економіки туристична сфера Полтавської області має ряд проблем, які є характерними як для мікро- так і для макросередовища туристичних підприємств. Також залишились проблеми, які є «спадком», України після розпаду СРСР. Ці складнощі є досить глибокими, тому їх вирішення вимагає комплексного підходу.

Основними проблемами розвитку туристичної сфери, які пов'язані з макросередовищем є:

* неефективне державне регулювання (недосконалість законодавчої бази, відсутність вимог до якості сервісу та надання послуг туристам, проблеми із механізмом захисту прав споживачів туристичного продукту);
* недосконалий статистичний облік, який здійснює безпосередній вплив на недосконалість інформаційної бази (статистичні дослідження проводяться нерегулярно, інформація не точна, не всі туристичні підприємства подають актуальні економічні показники своєї діяльності);
* відсутність координації між національними та регіональними органами управління в туристичній сфері;
* негативний ефект від світової кризи (як економічної, так і пов’язаної з пандемією COVID-19, що призвела до повної зупинки туристичних потоків у світі);
* політична та соціально-економічна нестабільність (відносна близькість Полтавської області з зоною ведення бойових дій, активний розвиток тіньової економіки, високий рівень інфляції та корупції);
* екологічні проблеми (наявні неконтрольовані викиди небезпечних речовин у повітря, воду і ґрунт, хоч і Полтавська область вважається однією з найчистіших в Україні);
* негативна демографічна ситуація.

Серйозною проблемою розвитку туризму на Полтавщині також є орієнтація підприємств туристичної сфери на виїзний туризм, так як внутрішній туризм не такий вигідний з економічної точки зору, хоч і простіший в організації.

Проблема недосконалої системи маршрутів і турів активно вирішується місцевими громадськими організаціями, туристичними агентствами, асоціаціями гідів і екскурсоводів та краєзнавцями. В останні роки активно розроблюються нові маршрути і екскурсії як в м. Полтава так і територією області.

Незважаючи на те, що ведеться активна робота щодо проектування нових турів, виникає нова проблема – застаріла матеріально-технічна база, транспортна інфраструктура, доступність до об’єктів туристичного показу і самих об’єктів відвідування також у незадовільному стані і потребують значних капіталовкладень.

Матеріально-технічна база туризму в Полтавській області була сформована в радянські часи, тому серед закладів відпочинку переважають комплекси із великою концентрацією ліжкомісць і низьким рівнем сервісу та комфортності. На Полтавщині нараховують більше 12 санаторіїв, але далеко не всі відповідають сучасним вимогам надання послуг.

Стримуючим фактором розвитку сфери туризму в регіоні є слабкий рівень розвитку житлово-комунального господарства в районах, райцентрах та селищах. Не всі населені пункти мають каналізаційні мережі та очисні споруди, також існують великі проблеми з газифікацією. Крім того, лише незначна територія області має покриття Інтернет, що є вкрай важливим чинником розвитку туризму у цілому і внутрішнього туризму зокрема.

 У зв’язку з активним розвитком сільського (зеленого) туризму в області, першочерговим завданням є створення комфортних умов в сільській місцевості, але сучасний стан інфраструктури в селах та селищах місцевого типу відлякують інвесторів від інвестування коштів в розвиток цього виду туризму [45].

Значна частина доріг області капітально не ремонтувалась, кількість доріг першої категорії не значна, особливо проблемна ситуація у сільських районах і селах. Місцеві органи влади намагаються виділяти кошти на покращення стану дороги, але цього явно не достатньо. Протягом 2019 р. ремонтні роботи проводилися на основних автодорогах: Київ – Харків, Полтава – Олександрія, Дніпро – Решетилівка, Лубни – Миргород – Опішня, Бориспіль – Маріуполь, Лохвиця – Гадяч. Загалом оновлено 52 км автошляхів державного значення. Про це повідомили у прес-службі Служби автомобільних доріг у Полтавській області [73]. У 2020 році з Державного дорожнього фонду на місцеві дороги Полтавської області планують виділити 1 млрд 311 млн грн. 607 млн грн – на капітальний ремонт, 445 млн грн – на поточний середній ремонт та 259 млн грн – на експлуатаційне утримання доріг. Дорожній фонд на реалізацію цієї програми виділив 1,3 млрд грн. За ці кошти планують відновити 100 км дорожнього полотна [74].

За останні роки в регіоні були зруйновані важливі елементи туристичної інфраструктури, соціально-орієнтовані на внутрішній туризм, які могли б задовольняти потреби місцевого населення і одночасно бути доступними для жителів області. Тому сформувався різкий дисбаланс між кількістю виїзних, в’їзних та внутрішніх туристів, і область майже втратила надходження від туристичної сфери.

За даними Державної служби статистики України протягом 2008–2018 рр. в Полтавській області спостерігається стабільне скорочення внутрішнього туристичного потоку [25].

Ще однією проблемою є недосконала система маркетингових заходів з боку місцевої влади для просування регіонального туристичного продукту. Розроблена обласна Програма розвитку туризму і курортів на 2016-2020 рр., та Стратегія розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019-2029 роки, але в них не прописані конкретні заходи щодо створення іміджу Полтавщини як конкурентоспроможного туристично-привабливого регіону. Навпаки Полтавська область представлена на внутрішньому туристичному ринку як вузько спрямований та некреативний регіон. Необхідно проводити періодичні маркетингові дослідження регіонального туристичного ринку, аналізувати його кон’юнктуру .

Для просування туристичного продукту створюються туристично-інформаційні центри, але їх чисельність незначна, і охопити всю територію області вони не можуть.

Існує проблема нераціонального використання різних за походженням рекреаційно-туристичних ресурсів. Природні ресурси часто використовуються недбайливо, що спричинено низькою культурою туристів і рекреантів. Забруднення посилюють неорганізованість місць збирання (необлаштовані майданчики, їхнє розміщення поблизу водотоків), невчасність вивезення, відсутність системи сортування відходів, забезпечення умов щодо зниження скиду неочищених стоків у поверхневі водотоки. Також відбувається активна зміна ландшафтів. Часто території з потенціалом для створення об’єктів відпочинкової, лікувальної рекреації використовуються не за призначенням, зокрема під сільськогосподарські угіддя чи віддаються під забудову. Крім того, відбувається активна вирубка лісів та розорення цих територій для потреб сільського господарства.

Найбільш вагомими причинами нераціонального використання можливостей рекреаційно-туристичного потенціалу Полтавської області є:

* відсутність повної і достовірної інформації про наявні природні ресурси в регіоні;
* некероване і в більшості випадків, незаконне освоєння рекреаційних територій і тому непристосованість природних об’єктів для відвідувань туристами;
* загострення екологічної проблеми в місцях рекреації і, як наслідок, деградація рекреаційних ресурсів [75].

Природно-антропогенні ресурси – це основа рекреаційного природокористування, за рахунок якої забезпечується реалізація соціальної, (задоволення потреби людей у відпочинку та оздоровленні, спілкуванні з природою), економічної (відновлення робочої сили, розширення сфери застосування праці) і природоохоронної (попередження деградації природних рекреаційних комплексів) функцій [76]. Тому для Полтавської області необхідно вирішити такі проблеми:

* збільшити площі природно-заповідного фонду, у тому числі, в басейнах річок, озер та в лісових угіддях тощо;
* створити умови для використання заповідного фонду в організації і розвитку екологічного туризму;
* сприяти вихованню у місцевого населення (особливо молоді) екологічної культури.

Культурно-історичні ресурси потребують постійного догляду, так як туристичні потоки мають негативний ефект на довговічність таких пам’яток. Тому необхідно постійно контролювати їх стан, залучати інвестиції з бюджетів різних рівнів для ремонту та реставрації.

Серед основних проблем, які існують на рівні підприємств туристичної сфери виділяють: високу фондомісткість, брак інвестицій, недотримання світових стандартів якості обслуговування туристів, обмежений асортимент туристичних послуг, жорстка конкуренція (без контролю держави) та роз’єднаність об’єктів туристичної сфери, відсутність стійкості фінансово-економічного стану підприємств, нераціональні витрати фінансових, матеріальних та трудових ресурсів, відсутність компетентних менеджерів, низька рентабельність економічної діяльності, сезонність надання послуг, проведення неефективної маркетингової та рекламної політики суб’єктів діяльності на туристичному ринку під час просування туристичних послуг.

Подолання вище описаних проблем вимагає значних інвестицій та активних дій не лише з боку держави, але й з боку області та місцевих громад, спрямованих на популяризацію та розвиток регіональних туристичних продуктів, які здатні активізувати насамперед внутрішні, у тому числі, міжрегіональні туристичні потоки, а також привабити іноземних туристів.

Саме ці екзогенні та ендогенні чинники можуть стати основою для формування умов щодо виходу туристичної сфери з критичного стану, зможуть визначити шляхи для подальшого її розвитку. В Полтавській області туристична сфера має тільки два шляхи до майбутнього розвитку подій. Так як в цей час необхідно прийняти рішення, від якого залежить майбутнє регіонального туризму: чи зможе туризм стати суттєвим джерелом надходження капіталу до держбюджету, чи залишиться на тому самому рівні розвитку, на якому він існує до сьогоднішнього дня. Все це залежить від тих орієнтирів, що будуть закладені в суть програми розвитку туризму в Полтавській області. Тому, виникає альтернатива: прикладати свої зусилля на іноземного туриста чи розвивати внутрішні туристичні потоки. Так як в наш час більша частина підприємств туристичної сфери в Полтавській області працює переважно на вивіз туристів, а тому, й капіталу за кордон, тобто на «імпорт вражень»[77].

Тому розвиток внутрішньго туризму в регіоні, може стати не тільки тактичним ходом у перехопленні виїздного турпотоку і його переорієнтацію всередину області, але й зіграє важливу роль для реалізації регіонального туристичного продукту. В цьому випадку необхідно орієнтуватися на підтримку конкретних переваг Полтавської області. У будь-якому випадку регіональний ринок туристичних послуг вимагає негайної зміни у відповідності до міжнародних вимог. Розвиток туристичного ринку на Полтавщині неможливий також без його інтеграції у національний туристичний простір. Це не означає, що необхідно припинити розвиток міжнародного туризму, а акцентує увагу на тому, щоб розвивати туристичні потоки всередині області, і, тільки у випадку досягнення міжнародних стандартів обслуговування, прагнути вийти на інші ринки і максимізувати свої досягнення на світовому рівні. Саме тому, доцільніше прикладати зусилля на розвиток саме в’їзного та внутрішнього туризму, адже саме вони створюють додаткові робочі місця в країні та формують валютні надходження.

Сфера туризму в області посідає досить скромне місце в структурі регіонального господарства та має незначний внесок у наповнення обласного бюджету, що зумовлене як загальнодержавними негативними чинниками, так і недосконалістю та неефективністю внутрішньо обласних механізмів популяризації та реалізації регіональних туристичних можливостей.

Отже, в результаті проведеного дослідження, слід наголосити на ряді першочергових проблем, які необхідно подолати в розвитку внутрішнього туризму в Полтавській області:

* раціоналізація використання рекреаційних ресурсів всіх типів;
* оптимізація управлінської роботи у сфері туризму в області;
* створення якісного регіонального туристичного продукту;
* покращення маркетингових заходів в регіоні (проведення досліджень, аналіз кон’юнктури ринку тощо;
* залучення інвестицій на побудову транспортної інфраструктури, створення сучасних закладів розміщення та харчування, які будуть відповідати міжнародним стандартам.

## **3.2. Шляхи оптимізації внутрішнього туризму на Полтавщині.**

Розвиток вітчизняного туризму в наш час має глибокі протиріччя. З одного боку, Полтавська область володіє значними рекреаційно-туристичними ресурсами, давно функціонує сфера туризму і рекреаційна галузь, збільшується число туристичних підприємств, створюються нові види туризму. З іншого боку, рекреаційно-туристичні ресурси розподілені нераціонально і рівень їх використання, порівняно з іншими областями, недостатні. Крім того, відбувається постійне зменшення туристичного потоку, а темпи розвитку внутрішнього туризму є невисокими (див. додаток Н).

У контексті оптимізації внутрішнього туризму в Полтавській області варто використати досвід європейських країн, де туристична сфера є значним джерелом державних надходжень. Для активізації розвитку внутрішніх туристичних потоків в країнах Європи часто використовують регіональні чи національні програми та стратегії.

На Полтавщині почала реалізуватися Стратегія розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019—2029 рр. [78]. Ця програма включає такі етапи упровадження Стратегі для розвитку туризму в регіоні:

**І етап (2019 – перше півріччя 2022 рр.)** – створення основи для розвитку туристичної сфери. Під час цього періоду планується вирішити такі завдання:

- налагодження міжсекторних і міжгалузевих партнерських відносин, запровадження кластерної моделі розвитку туризму у Кобеляцькому, Козельщинському, Новосанжарському, Решетилівському, Котелевському, Зіньківському та Диканському районах, Кременчуці та Горішніх Плавнях, смт Диканька, та створення обласного туристичного кластеру;

- модернізація інфраструктурни поблизу об’єктів туристичного показу: Кадетський корпус та Кругла площа (м. Полтава), Палац-садиба Закревських (с. Березова Рудка), палац Муравйових-Апостолів (с. Хомутець), піраміди-усипальниці в с. Комендатівка, Більське городище, Гінцівська стоянка;

- створення кадрового складу, навчання та підвищення кваліфікації кадрів в Національній академії керівних кадрів культури і мистецтв;

- створення умов для поширення атмосфери гостинності в області, просторового та емоційного комфорту;

- створення основи для залучення та обслуговування транзитних туристів: активне встановлення інформаційних знаків та пояснювальних табличок, парковок, кемпінгів об'єктів відвідування області;

- забезпечення інформаційної підтримки туристів, у т.ч. розповсюдження інформації про область у мережі Інтернет, створення умов для інформаційного обслуговування гостей в регіоні: розробка нового туристичного порталу, створення туристично-інформаційних центрів у 6 містах обласного значення;

- активна діяльність у галузі науки, систематичне оприлюднення результатів досліджень щодо раціонального використання туристично-рекреаційного потенціалу області;

- вдосконналення матеріально-технічної бази, підтримка туристичної сфери регіону, залучення комунальних закладів до задоволення потреб туристичної галузі (важливо: врахування потреб маломобільного населення);

- створення сприятливого бізнес-середовища для створення і розвитку туристичного бізнесу та галузях, які пов’язані із обслуговуванням туристів;

- розробка системи підтримки ініціатив, бізнес-проектів громади та приватних підприємців на конкурсній основі.

**ІІ етап (друге півріччя 2022 – 2026 рр.)** – активна маркетингова діяльність, промоція Полтавщини на національному ринку туристичних послуг:

- створення іміджу Полтавської області як відкритої та привабливої для відвідувачів. Розробка турстичного логотипу області на конкурсній основі та іншої маркетингової і сувенірної атрибутики, формування єдиного стилю регіону (бренд-бук);

- проведення археологічних досліджень на території області, особливо на Більському городищі та Гінцівській стоянці для підвищення конкурентоспроможності у сфері культурно-пізнавального туризму;

- активне залучення інвестицій з альтернативних джерел за рахунок участі у програмах інвестиційно-матеріальної підтримки ЄС;

- створення нової туристично-рекреаційної інфраструктури в регіоні з врахуванням динаміки збільшення туристичної привабливості регіону: побудова Гоголівського культурного центру в с. Гоголеве та культурного центру у м. Решетилівці;

- організація подій в області загальноукраїнського та міжнародного значення: етнофестиваль «Гелон-фест», Решетилівська весна, Купальські гуляння на батьківщині М.В. Гоголя, «Меридіан», Сорочинський ярмарок, тощо;

- участь Полтавської області у Всеукраїнських асоціаціях, спілках регіонів, міст та інших партнерствах з країнами Європи: Словаччиною, Угорщиною, Австрію, Німеччиною та Польщею завдяки промоції образу Г.С. Сковороди; з Італією за рахунок імені Г.В. Гоголя, з Швецією – Поле Полтавської битви, з Болгарією – місце поховання хана Кубрата.

**ІІІ етап (2026 – 2029 рр.)** – створення стабільного попиту на туристичний продукт:

- співпраця з містами і областями України, містами-побратимами, туристичними організаціями міжнародного рівня: реалізувати спільні проєкти з різними містами Європи та світу;

- активізація попиту туристів за рахунок створення інноваційних продуктів пізнавального, подієвого, активного сільського зеленого, промислового, ділового різновидів туризму;

- просування туристичного бренду Полтавщини на національному та міжнародному ринках з метою підвищення конкурентоспроможності області як привабливого туристичного регіону;

- створення основи інституційних, інфраструктурних, маркетингових та ресурсних умов для початку реалізації етапу стратегічного планування туристичної галузі, а саме розробка нової стратегії на на наступний період.

Реалізація цієї програми передбачає, у першу чергу, створення механізму, який зможе забезпечити прийняття ефективних рішень на всіх етапах та рівнях управлінського процесу: планування, визначення завдань, організація виконання, забезпечення ресурсами, управління ризиками, контроль за виконанням, моніторинг та оцінка результатів реалізації Стратегії, а також подальша актуалізація цілей.

Завдяки місцевим депутатам у 2020 р. планується відкрити обласний центр надання туристичних послуг і розробити обласний туристичний кластер, створити Координаційну раду з питань розвитку туризму; розробити туристичний логотип Полтавської області та його айдентику.

Промоція регіонального туристичного продукту відіграє також важливу роль у розвитку туризму. Тому у 2020 р. планується проведення рекламних кампаній в Києві, Харкові, Одесі та Львові. Пріоритетом є виставкова діяльність, участь у міжнародних та всеукраїнських виставках, наукових семінарах, конференціях тощо. Цей напрям роботи забезпечує не тільки промоцію туристичних послуг в Полтавській області, а й обмін досвідом та напрацюваннями в туристичній галузі серед кращих спеціалістів в Україні та поза її межами [79].

Для збільшення рентабельності туристичного бізнесу в регіоні необхідно запровадити податкові пільги для підприємців туристичної сфери.
Наприклад, у європейських країнах влада знижує ставки ПДВ
для турбізнесу. У Франції при ставці ПДВ 20% власники
готельно-ресторанного бізнесу мають ставку ПДВ 10%, в Італії показники
становлять 22% і 10%, а в Люксембурзі готельєри сплачують лише 3% [80]. Інвестиційна привабливість регіональних готельно-ресторанних закладів різко зросте, якщо ставка ПДВ буде становити близько 5–10%. Ця зміна податкових зборі може призвести не до збитків бюджету, а навпаки, до його наповнення за рахунок залучення інвестицій[ [81].

Також необхідно спонукати населення регіону до вивчення Батьківщини, що сприятиме розвитку внутрішнього туризму, припинення відтоку фінансів за межі країни. Так, за даними Державної служби статистики України, українці вивозять з країни у чотири рази більше коштів, ніж ввозять іноземні туристи [25].

Необхідною складовою розвитку туристично-рекреаційної сфери в Полтавській області є наявність якісної матеріально-технічної бази, транспортної мережі, проблеми якої є однією з основних перешкод активного розвитку туристичного бізнесу в регіоні. Запуск нових залізничних та авіарейсів стимулюватиме прокладання нових туристичних маршрутів в області.

Важливу роль мають музейні заклади, які є важливим джерелом передачі культурно-історичної спадщини. Кожного року загальна кількість музеїв збільшується, але вони підпорядковуються місцевим органам влади, із-за чого відбувається недофінансування, тому коштів на розвиток та утримання музею не вистачає [82].

Одним з шляхів оптимізації внутрішнього туризму регіонального рівня є удосконалення основних об’єктів інфраструктури та культури, їх необхідно приведення у належний стан функціонування і адаптування до вимог споживачів. Також важливим кроком є активне залучення позабюджетних коштів для підтримки діючих та побудови сучасних інфраструктурних об’єктів [83].

Важливим елементом просування регіонального туристичного продукту на туристичний ринок є активізація подієвого туризму, зокрема, фестивальної діяльності, організація в області культурно-мистецьких, народних свят, оглядів-конкурсів, виставок народного мистецтва, що можуть показати туристу весь колорит області.

Для збільшення внутрішніх туристичних потоків та підвищення туристичної привабливості області, туристичний продукт повинен створюватись та розвиватись завдяки упровадженню новітніх технологій, як от «4D». Це передбачає мовну, змістовну, вартісну та фізичну доступність. Мовна доступність реалізується через проведення екскурсій різними мовами, змістовна – за рахунок урізноманітнення способів передачі інформації (наприклад, квест-екскурсії та театралізовані екскурсійні шоу з можливістю участі в них туристів), вартісна – через врахування рівня платоспроможності туристів, а фізична – наявністю спеціалізованої інфраструктури, зокрема пандусів, вело- та автопарковок, зупинок громадського транспорту [84].

Враховуючи наявні рекреаційно-туристичні ресурси Полтавщини, про які йшлося у попередньому розділі, можна виокремити види туризму, які є актуальними в регіоні або мають значні перспективи для розвитку:

* лікувально-оздоровчий туризм, що базується переважно на бальнеологічних ресурсах і створеній мережі санаторно-курортних закладів;
* культурно-пізнавальний, зокрема, екскурсійний туризм;
* сільський (зелений);
* подієвий, здебільшого фестивальний туризм;
* діловий туризм.

На мою думку, доцільним буде акцентування уваги на спільному розвитку лікувально-оздоровчого та сільського (зеленого) туризму, що при їх об’єднанні дозволить посилити конкурентні переваги області. Наприклад, таке поєднання реально реалізувати у Миргородському районі області. Це пов’язано зі зручним географічним положенням території, наявністю бальнеологічних ресурсів та руральних рекреаційних територій. До того ж, попит на такий інтегрований (комплексний) туризм можна приурочити до терміну проведення Сорочинського ярмарку.

Також перспективи об’єднання сільського (зеленого) туризму і, наприклад, ділового має м. Полтава, де туристи мають можливість проводити ділові зустрічі в етнічних садибах, або у формі полювання чи рибальства у передмісті обласного центру.

Підхід поєднання видів туризму дозволяє поліпшити соціально-економічні показники регіону, також позитивно впливає на збереження традицій, звичаїв, етнічних особливостей і побуту Полтавщини.

За даними В.І. Бирковича сільський туризм в Полтавській області є перспективним шляхом залучення туристів з інших регіонів України. Полтавщина має значні запаси рекреаційних ресурсів, які можна використовувати різним чином. Крім природних рекреаційних ресурсів, регіон може привабити туристів колоритом та традиціями [85].

Розвитку сільського туризму може сприяти високий рівень гостинності в сільських садибах, який залежить, від особливостей менталітету населення регіону та вміння господарів створити в оселі атмосферу невимушеності, неформальності та сімейного сільського затишку.

Перспективою для розвитку сільського туризму є нові форми ведення господарства, особливо – фермерство. Агротуризм приносить задоволення для туристів під час участі у технологічному процесі з виробництва сільськогосподарської продукції, у тому числі, по догляду за тваринами. Агротуризм є вагомим соціально-економічним чинником відродження культури сільської місцевості, і на додаток, може стати визнаним напрямком розвитку позасільськогосподарської діяльності.

Для залучення більшої кількості туристів, організації, що займаються розвитком сільського зеленого туризму на Полтавщині, мають:

* проводити облікову діяльність категоризацію агроосель;
* створити перелік анімаційних заходів для збільшення кількості ночівель в агросадибах;
* розвивати свою діяльність, спираючись на досвід інших країн;
* займатися розробкою пілотних проєктів, які дадуть
можливість рекламувати цей вид діяльності серед сільських громад, з метою їх зацікавлення та накопичити досвід;
* створити туристичний веб-портал, присвячений сільському та агротуризму (карта садиб в області, маршрути, ціни, набір послуг тощо), та розробити централізовану систему резервування
місць;
* проводити маркетингові та рекламні заходи з метою поліпшення іміджу Полтавського регіону як осередку відпочинку, оздоровлення й духовного зростання, екозбагачення та всебічного розвитку [86].

Спираючись на проведене дослідження, було встановлено, що Полтавська область має багато перспектив розвитку туризму. Основними шляхами оптимізації внутрішнього туризму регіонального рівня можна визначити:

* розширення асортименту туристичних послуг Полтавського регіону за рахунок наявних рекреаційних ресурсів та запровадження нових різновидів туризму;
* співпраця та обмін досвідом з іншими регіонами України та за її межами;
* проведення активної маркетингової діяльності, популяризація інформації про область в засобах масової інформації, участь у виставках національного і міжнародного рівня;
* оновлення туристичної інфраструктури за рахунок залучення інвестицій;
* використання інноваційних методів організації туристичної діяльності в області.

## **3.3. Інноваційний туристичний продукт в межах Полтавської області як один із шляхів оптимізації внутрішнього туризму**

Головна мета туристично-рекреаційної сфери - задоволення різноманітних потреб населення під час подорожі. Тому ринок туристичних послуг має бути насичений широким асортиментом туристичного продукту для задоволення цих потреб. Це вимагає від суб’єктів туристичної діяльності серйозної уваги до розробки нового продукту, моніторингу ринку туристичних послуг, вивчення потреб і смаків потенційних клієнтів. Інноваційність туристичного продукту – це не стільки мода, скільки нагальна потреба розвитку туризму, у тому числі, й внутрішнього, особливо в пост корона вірусний період. Упровадження нового туристичного продукту є шляхом для активізації туристичного потоку в регіоні, чинником забезпечення сталості розвитку туризму в області, самоокупності продукту, а відтак, й своєрідним поштовхом щодо економічного зростання.

Як зазначалося у попередніх розділах, Полтавська область має значний запас туристично-рекреаційних ресурсів, тому відрізняється значними перспективами для створення інноваційного туристичного продукту. В останні роки на Полтавщині активізувався розвиток бджільництва та поширення його продукції як в області, так і далеко за її межами. Так, у 2018 р. було створено перший в Україні медовий кластер «Меди Межиріччя». Ядром цього кластеру є сільськогосподарське підприємство «Дружба» [87].

Цікавим фактом є те, що бджільництво є важливою передумовою розвитку нового різновиду туризму, а саме апітуризму (інша назва: медовий туризм, бджолиний туризм). Цей різновид туризму можна віднести одразу до кількох видів туризму. Насамперед - до рекреаційного, зокрема, лікувально-оздоровчого туризму. Цьому сприяє цілюща енергетика бджолиної сім'ї (сон на вуликах). Успішні приклади такої терапії вже відомі і приваблюють туристів. Крім того, апітуризм – це й свого роду культурно-пізнавальний туризм, а саме, знайомство з одним з давніх видів діяльності людства - бджільництвом. Біологічні особливості бджолиної сім'ї, процес створення меду та його збору - все це може бути дуже цікавим, та видовищним. А час проведений на пасіці та «спілкування» з бджолами роблять людину мудрішою, дарують моральний спокій та наближають її до гармонії з навколишнім світом. Апітуризм можна вважати різновидом й гастрономічного туризму: дегустація, споживання, купівля продуктів бджільництва (меду, воску, прополісу, бджолиної отрути, бджолиного підмору) безпосередньо на пасіці у виробника). Апітуризм – це туризм в зазвичай екологічно чистому природному середовищі, тому цей різновид туризму варто віднести й до екологічного туризму.

З давнього часу відомо про корисні властивості перебування на пасіці, тому зараз пасіки стають привабливими для туристів туристичними об’єктами. Турагенції активно співпрацюють з пасічниками у Словенії (яка є лідером апітуризму у світі), Австрії, Польщі, США, Ізраїлі тощо [88].

Апітуризм сприяє сталому розвитку туризму, тому що не виснажує ресурси, а сприяє їх подальшому освоєнню і використанню в різних напрямках. Доведено, що економічний ефект від туризму дає змогу власникам розвивати свої пасіки, позитивно впливає на соціально-економічне відродження сільської місцевості, забезпечує диверсифікацію туристичного продукту, створює нові робочі місця [89].

Отже, назва інноваційного туристичного маршруту сповна розкриває провідну його ідею: «Полтавський колорит», так як відкривати в Полтавській області дійсно є що!

Розробці інноваційного туристичного продукту передувала значна робота щодо аналізу існуючих туристичних маршрутів, пропонованих туроператорами, як висновок, більшість із них однотипні за змістом і об’єктами та центрами відвідування.

На сьогодні тему апітуризму і використання ресурсів бджільництва як рекреаційно-туристичних ресурсів, національні туристичні підприємства в Полтавській області не використовують. Тобто, ці маршрути практично не цікаві для туристичних компаній, а використовуються іноді лише екскурсійними бюро (тривалість екскурсії до 10-12 годин).

Пропонуємо інноваційний туристичний продукт, який включає як відомі туристичні об’єкти, так і не включені раніше в туристичні маршрути села і селища Полтавської області, а також використання можливостей бджільництва в них. Для розробки інноваційного туристичного маршруту було обрано такі населені пункти: смт Семенівка, м. Полтава, с. Петрівка, смт Диканька, смт Опішня, с. Великі Сорочинці, м. Миргород. Кожен із них має свої унікальні ресурси, традиції і розкриває самобутність і неповторність Полтавської області. У Семенівці та Петрівці можна познайомити туристів з сільським побутом, з процесом виготовлення меду. Місто Полтава – історично-культурний центр унікальних пам’яток історії та архітектури. Селища Опішня і Диканька є прикладом народних ремесел та біосоціальних ресурсів. Село Великі Сорочинці показує, яким повинен бути справжній український базар. Миргород – тихе курортне містечко, де туристи можуть відпочити після насиченого туру та поїхати додому з великим багажем позитивних емоцій.

**Програма туру**

Туристичний маршрут: м. Київ – смт Семенівка – м. Полтава – с. Петрівка – смт Диканька – смт Опішня – с. Великі Сорочинці – м. Миргород



Рис. 3.1. Картосхема туристичного маршруту

Протяжність: 790 км.

Тривалість: 5днів (4 ночі)

Рекомендована кількість осіб в групі: 12 осіб (садиби, як заклади розміщення туристів, розраховані на 12 ліжкомісць)

Орієнтовна ціна: 2 550грн/особа

**День 1 (15.08). м. Київ – с. Семенівка – с. Петрівка**

7.00 – збір групи біля станції м. Шулявська

7.30 – відправлення туристичної групи за маршрутом м. Шулявська – с. Семенівка, медовий завод торгової марки «Меди Межиріччя»

11.00 – орієнтовний час прибуття до заводу.

11.20 – відвідування території заводу, екскурсія.

Під час екскурсії можна побачити:

* столярний цех виготовлення вуликів та іншого приладдя різних форматів;
* установки для відкачування меду, та сам процес;
* пасіки на території всього селища, є можливість зробити гарні фотографії;
* цех з виготовлення медових напоїв;
* відвідування торгового залу та дегустація продуктів бджільництва.

13.30 - обід в кафе «Золотий Ганок».

14.00 відправлення туристичної групи до с. Петрівка (садиба еко- та апітуризму «Золота Сота»).

16.30 – прибуття до садиби та розміщення в комфортабельних кімнатах садиби (на вибір є традиційні кімнати та окремі апібудиночки, в яких під ліжком стоять вулики з бджолами).

Пропоновані рекреаційні заняття (за власним вибором туристів):

* апітерапія;
* бджоложалення (власники садиби мають відповідний сертифікат);
* майстер-класи з приготування борщу з медом і лимоном та яблуками, галушок з шоколадом;
* майстер-класи з миловаріння і виготовлення свічок;
* кінні прогулянки;
* відпочинок на пляжі;
* є послуга прокату човна, велосипеду, вудочок;
* програми та майстер-класи з миловаріння для дітей;

19.40 – вечеря в садибі.

Вільний час.

**День 2 (16.08). м. Полтава**

8.00 – сніданок на відкритому повітрі в альтанці.

9.30 – переїзд групи до м. Полтава

10.00 – початок оглядової екскурсії по місту. Екскурсія проходить старовиною частиною Полтави та знайомить туристів з багатогранною історико-культурною спадщиною. Туристи побувають у самому серці Полтави – на Івановій горі, давньоруському поселенні Лтава кінця ХІІ ст. Також у вартість оглядової екскурсії включене відвідування державного історико-культурного заповідника «Поле Полтавської битви», де туристи познайомляться з подіями та пам’ятками доленосного Поля європейської історії, безцінними історичними реліквіями, які експонуються у музеї історії Полтавської битви [90].

12.00 – Обід в кафе «Криниця».

13.00 – продовження екскурсії, переїзд до культурного заповідника «Поле Полтавської битви».

15.30 – виїзд до с. Петрівка, повернення до садиби «Золота Сота».

16.00 – прибуття. Вільний час.

19.30 – вечеря в садибі з дегустацією наливок та медовух.

**День 3 (17.08). смт Диканька – смт Опішня**

8.00 – сніданок в садибі.

9.00 – виселення з номерів та виїзд за маршрутом с. Петрівка – смт Диканька.

10.00. – прибуття до смт Диканька. Початок оглядової екскурсії. При згадці слова «Диканька» у багатьох виникає образ багатої і квітучої України. Чогось дуже таємничого, загадкового, містичного ... Славу цього місця принесло безсмертне творіння М.В. Гоголя. «Вечори на хуторі біля Диканьки».

У Диканьці Гоголь знайшов прототипів багатьох своїх творів. До сих пір ходять легенди про прототип Пацюка – «здоровенного чолов'ягу, який ковтав літаючі вареники». А прототип коваля Вакули жив в Полтаві, був художником, будівельником, архітектором і помер у віці 95 років. Його нащадок зараз живе в Диканьці і досі носить прізвище Вакула, хоча земляки змінили його на більш традиційне для тутешніх місць - «Вакуленко». Місцеві жителі пишаються своїм славним земляком.

У Диканьці є дві церкви пов'язані з ім'ям М.В. Гоголя: Миколаївська та Троїцька. Миколаївська була побудована за проектом архітектора Миколи Львова в 1794 р. Вона вважалася родовою, в ній молилися князі і їх багаті гості. Під час її спорудження архітектор виявив свою обізнаність із церковною традицією перших християн Південної Європи, де зводили будівлі у формі ротонди (кругла в плані споруда, зазвичай увінчана куполом).

У підвалі Миколаївської церкви знаходиться родинна усипальниця князів Кочубеїв, що володіли Диканькою протягом майже 3 століть. А ще знаменита ця церква тим, що коли у Марії Іванівни Гоголь-Яновської одне за одним народжувалися мертві діти, їй порадили їздити молитися іконі «Святого Миколая» саме в цю церкву. Щотижня вона долала по 30 км, вистоювала всю службу, щоб помолитися саме тут. Вона тоді дала собі обітницю, що якщо у неї народиться здорова дитина, то назве його Миколою. Так народився М.В. Гоголь.

Троїцька церква була зведена в 1780 р, побудована в стилі бароко, мала в плані форму хреста, була однокупольна з чотирма полукуполами. Троїцьку церкву Микола Гоголь зобразив в «Ночі перед Різдвом». Саме її розписував коваль Вакула. Сам М.В. Гоголь неодноразово бував в цій церкві, як і в Миколаївській.

Троїцька церква дожила до наших днів. На жаль, зникли ікони разом з Вакулиною картиною. Незалежність України подарувала історичній церкві другу молодість, тепер вона відреставрована і діюча [91].

12.30 – обід в кафе «Курінь»

13.30 – переїзд до смт Опішня.

14.00 – відвідання Національного музею-заповідника українського гончарства — науково-дослідного і культурно-освітнього закладу, метою якого є збереження й популяризація гончарської спадщини України. Діяльність музею-заповідника спрямована на збирання польових матеріалів, формування колекцій, наукове вивчення та популяризацію українського гончарства. В музеї сформувався чисельний науковий колектив. Під час відвідування майстри-гончарі навчать Вас ліпити горщик, та покажуть весь процес від видобування глини до випікання та фарбування горщика [54].

16.30 – відвідання одного з музеїв (або вільний час) на вибір (вхід за символічну плату):

* Меморіальний музей-садиба гончарки Олександри Селюченко;
* Музей сімейства Кричевських;
* Центр розвитку духовної культури;
* Меморіальний музей-садиба гончарської родини Пошивайлів;
* Меморіальний музей-садиба філософа й колекціонера опішненської кераміки Леоніда Сморжа;

19.00 – заселення до етно-туристичного комплексу «Гостиний двір Старий Хутір».

20.00 – вечеря з дегустацією пива з місцевої пивоварні.

**День 4 (18.08). смт Опішня – с. Великі Сорочинці – м. Миргород**

08.00 – сніданок. Звільнення номерів.

09.00 – виїзд групи з смт Опішня, переїзд до с. Великі Сорочинці.

10.00 – прибуття. Вільний день на Сорочинському ярмарку.

21.30 – збір в указаній точці.

22.00 – переїзд до готелю Миргород. Ніч в готелі.

**День 5 (19.08). м. Миргород – м. Київ**

08.00 – сніданок. Звільнення номерів.

09.00 – пропонуються екскурсії на вибір:

* «Знайомство з курортом» - оглядові екскурсії до санаторіїв, бювету, грязелікарні, музею міста, лікувального пляжу;
* «Культурна прогулянка містом» - відвідування музеїв, огляд пам’ятників та архітектурних цінностей, міських храмів та Миргородської калюжі;
* «По стопах Гоголя» - назва екскурсії говорить сама за себе, Екскурсія спрямована на знайомство з історією життя великого автора.

13.00 – обід в кафе «Легенда».

14.00 – вільний час.

16.00 – збір в указаному місці.

16.30 – виїзд до м. Київ.

21.30 – прибуття до м. Київ на ст.м. «Шулявська».

 При розробці інноваційного туристичного маршруту були виявлені деякі проблеми його реалізації. Серед них:

* нестабільність економічної ситуації в країні, знецінення національної валюти;
* значна частка у формуванні вартості туру належить вартості на заклади розміщення;
* загострення соціально-політичної ситуації у державі.

 Не всі заклади розміщення пристосовані до ночівлі великої групи туристів у 20-25 осіб. До того ж, не усі можуть забезпечити необхідні комфортні умови.

 Однак, не зважаючи на певні труднощі, інноваційний тур є доволі перспективним. Його реалізація відкриває нові можливості, зокрема:

* збільшення внутрішнього туристичного потоку, зокрема, в сільській місцевості Полтавської області;
* підвищення конкурентоспроможності області на національному ринку туристичних послуг;
* створення позитивного туристичного іміджу регіону;
* можливість розбудови інфраструктури на селі через співпрацю місцевих громад з державними органами управління, упровадження приватно-державного партнерства;
* підвищення рівня зайнятості сільського населення через упровадження нових видів діяльності в населених пунктах Полтавської області;
* використання концепції розробленого туристичного маршруту іншими областями України.

# **ВИСНОВКИ**

В результаті проведеної роботи було виконано всі поставлені завдання. Було визначено, що розвиток внутрішнього туризму регіонального рівня має важливе значення для комплексного розвитку регіонів України.

На основі проведеного дослідження було проаналізовано понятійно-термінологічний апарат туристичної сфери. В нас час існує значна кількість визначень внутрішнього та регіонального туризму. На мою думку, найбільш точним є визначення за Ф.Ф. Шандором.

Встановлено, що регіоналізація туризму в Україні має позитивний вплив на децентралізацію сфери і формування відповідних структур. Тому розвиток регіонального туризму має вплив на збільшення внутрішніх потоків, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності області, підвищує туристичну привабливість на національному ринку туристичних послуг.

Визначено, що Україна має вуі передумови для розвитку туризму. Одним з ефективних шляхів оптимізації внутрішнього туризму є насамперед активізація використання наявних туристично-рекреаційних ресурсів різного походження. Також необхідними кроками є удосконалення матеріально-технічної бази та супутньої інфраструктури, активне впровадження інноваційних технологій, удосконалення туристичного продукту та підвищення якості надання послуг.

 Було проведено оцінку наявних туристично-рекреаційних ресурсів Полтавської області. Полтавщина має значний запас ресурсів, але переважають природні, подієві та архітектурні, на основі яких передують саме рекреаційно-відпочинковий та культурно-пізнавальний туризм. Лідерами за відвідуваннями є Полтавський, Кременчуцький, Миргородський райони, що пояснюється високим рівнем інформованості потенційних туристів про ці дестинації та транспортною доступністю. На противагу, спостерігається суттєве падіння обсягу внутрішніх туристичних потоків, внаслідок нестабільної економічної ситуації в країні, та політичної на сході України.

Туристична сфера в регіоні розвивається завдяки діяльності суб’єктів туристичного ринку. Проводиться розробка нових туристичних продуктів, здійснюються маркетингові дослідження, аналіз кон’юнктури ринку, активна наукова діяльність, створення регіональних стратегій розвитку сфери в області. Місцева влада та громадські організації надають всебічну підтримку, виділяють кошти на модернізацію туристичної та комунальної інфраструктури, пропагують туризм, як вид дозвілля серед молоді, просувають регіональних туристичний продукту на виставках та конференціях.

Було визначено, що розвиток внутрішнього туризму в Полтавській області має сильний позитивний економічний ефект, так як залучення туристів до дестинацій регіону, допомагає залишати кошти всередині країни і витрачати їх на удосконалення складових туристичної та супутніх сфер. Також створюються додаткові робочі місця. В майбутньому, це дасть змогу підвищити якість регіонального туристичного продукту та вийти на національний та міжнародний рівні.

Проведене дослідження проблеми розвитку внутрішнього туризму в Полтавські області показало, що сфера туризму посідає скромне місце в структурі регіонального господарства та має незначний внесок у наповнення обласного бюджету, що зумовлене як загальнодержавними негативними чинниками, так і недосконалістю та неефективністю внутрішньо обласних механізмів популяризації та реалізації регіональних туристичних можливостей. Основною проблемою сфери в регіоні є нераціональне використання туристичних ресурсів, які можна було б використовувати правильно і отримувати постійний дохід. Наступною проблемою є відсутність високоякісного регіонального турпродукту та як наслідок, низький рівень промоції області на національному ринку.

Основними шляхами оптимізації внутрішнього туризму регіонального рівня було визначено:

* розширення асортименту туристичних послуг Полтавського регіону за рахунок наявних рекреаційних ресурсів та запровадження нових різновидів туризму;
* співпраця та обмін досвідом з іншими регіонами України та за її межами;
* проведення активної маркетингової діяльності, популяризація інформації про область в засобах масової інформації, участь у виставках національного і міжнародного рівня;
* оновлення туристичної інфраструктури за рахунок залучення інвестицій;
* використання інноваційних методів організації туристичної діяльності в області.

Говорячи про шляхи оптимізації внутрішнього туризму на Полтавщині, можна підсумувати, що є всі передумови для розвитку сільського та рекреаційно-відпочинкового видів туризму на основі наявних ресурсів. Варто упроваджувати тури, які будуть включати одначасно відпочинок в садибах сільського (зеленого) туризму та агротуризм. Слід зазначити, що таких варіантів комбінування видів і різновидів туризму можна запровадити багато, так як область має різноманітні ресурси, і вибір комбінацій надзвичайно великий. Необхідно активно залучати інноваційні технології, сучасні види туризму на основі ресурсів, які поки що недосттанньо включені в створення туристичного продукту. Серед таких ресурсів виокремлено ресурси бджільництва, що є основою для розвитку апітуризму .

Завершальним етапом написання дипломної роботи було створення власного інноваційного продукту, як один із шляхів оптимізації внутрішнього туризму. Упровадження цього туру відкриває нові можливості для розвитку туристичної сфери в Полтавські області, зокрема: збільшення внутрішнього туристичного потоку, підвищення конкурентоспроможності області, створення позитивного іміджу, залучення сільських та об’єднаних територіальних громад до туристичного бізнесу, створення робочих місць в сільській місцевості та ін.

# **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. International Tourism Highlights, 2019 Edition – Madrid: UNWTO, 2019. – 23 с.
2. Никоноров С. М. Социально-экономический механизм формирования региональных комплексов туризма / С. М. Никоноров. – М, 2005. – 167 с.
3. Смолій В. А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. – Київ: Видавничий Дім „Слово”, 2006. – 372 с.
4. Лукичева Л. И. Менеджмент туризма: Основы менеджмента: Учебник / Л. И. Лукичева, В. А. Квартальнов, В. А. Исаев. – М: Финансы и статистика, 2003. – 353 с.
5. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-ХХІ, 2003. – 300 с.
6. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. – Київ: Знання, 2011. – 334 с.
7. Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів» вiд 08.09.2005 № 2850-IV [Електронний ресурс] // 51. – 2005. – Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2850-15.
8. Стратегія регіонального розвитку туризму: монографія / І. В.Левицька, Н. В. Корж, А. Г. Кізюн, Н. В. Онищук. – Вінниця, 2013. – 192 с.
9. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму / В. Кіптенко. – Київ: Знання, 2010. – 502 с.
10. Семенов В. Ф. Управління регіональним розвитком туризму: навч посібник / В. Ф. Семенов. – Одеса: Аріал, 2012. – 340 с.
11. Сажнєва Н. М. Рекреаційна географія: навчальний посібник / Н. М. Сажнєва. – Мелітополь: Люкс, 2008. – 78 с.
12. Биржаков М. Б. Большой Глоссарий терминов международного туризма / М. Б. Биржаков, В. И. Никифоров. – СПб: «Издательский дом Герда», 2006. – 936 с.
13. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – Київ: Альтерпрес, 2004. – 288 с.
14. Кузик С. П. Географія туризму: навч. посіб. / С. П. Кузик. - К. : Знання, 2011. - 271 с.
15. Борущак М. А. Концептуальні підходи до визначення дефініції «туристичний регіон» / М. А. Борущак // Вісник ДІТБ. / М. А. Борущак., 2006. – («Економіка, організація і управління підприємствами» (в туристичній сфері).; 10). – С. 104–112.
16. Котенко Т. М. Трансформація туристичного обслуговування населення / Т. М. Котенко, В. М. Новіков, Н. М. Дєєва. – Вінниця: Балюк І. Б., 2015. – 384 с.
17. Потенціал [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Потенціал](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB).
18. Дорогунцов С. І. Розміщення продуктивних сил України : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / С. І. Дорогунцов, Ю. І. Пітюренко, Я. Б. Олійник. – Київ: КНЕУ, 2000. – 364 с.
19. Крачило Н.П. География туризма : учеб. пособ. / Н.П. Крачило. – К. : Вища школа, 1987. – 208 с.
20. Мироненко Н.С. Рекреационная география. / Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебов – М: Изд-во Московского ун-та, 1981. 345 с
21. Багрова Л.А. Рекреационные ресурсы (подходы к анализу понятия) / Багрова Л.А., Багров Н.В., Преображенский С.В. // Изв. АН СССР. Сер. Геогр. 1997. № 2. С. 4–10.
22. Стафійчук В. І. Рекреалогія / В. І. Стафійчук. – Київ: Альтерпресс, 2006. – 264 с.
23. Николаенко Т.В. Процесс рекреационного освоения региона (на примере Крыма) / Т.В. Николаенко // Симферополь, 1998. 364 с.
24. Котенко Т.М. Соціальні аспекти розвитку рекреації і туризму як значущого сегменту світового господарства: теоретико-методологічні засади // І.С. Каленюк, Т.М. Котенко // Науковий вісник УжНУ. – 2015. – Вип. 3. – С. 172–176. – (Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»).
25. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
26. Котенко Т.М. Комплексний розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури України в умовах глобалізації ринку послуг / Т.М. Котенко // Продуктивні сили і регіональна економіка : зб. наук. пр. : у 2 ч. – К. : РВПС України НАН України, 2009. Ч. 2. – 2009. – С. 73–79.
27. Цьохла С.Ю. Активізація та розвиток інвестиційної діяльності в сфері курортно-рекреаційного господарства / С.Ю. Цьохла // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – № 22. – С. 6–10.
28. Международный туризм уверенно продвигается к преодолению миллиардного рубежа в конце 2012 года PR No.: PR12051 Madrid 12 Sep 12 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://media.unwto.org/ru/press-release/2012-09-19/mezhdunarodnyi-turizm-uverenno-prodvigaetsya-k-preodoleniyumilliardnogo-ru.
29. Котенко Т. Розвиток рекреації та туризму в контексті забезпечення гуманітарного розвитку України / Т. Котенко // Zeszyty naykowe : Uczelni а Warszawskiej im. Marii Sklodowskiej-Curie : kwartalnik. – 2015. – № 3 (49). – С. 215–227.
30. Кифяк В.Ф., Панасюк К. А. Туроперейтинг: особливості роботи в Україні / К. А. Панасюк // Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. - 2014. - № 18. - С. 57-60.
31. Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О. В’їзний туризм Навчальний посібник. - Ніжин, Вид.Лукяненко В.В., 2010. - 304 с.
32. Закон України "Про туризм" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80.
33. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. – Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. – 440 с.
34. Биржаков М.Б. Введение в туризм : учеб. [для студентов высши х учебных заведений] / М.Б. Биржаков. – Москва – Санкт-Петербург : Издательский дом ―Герда‖, 2006. – 510 с., С. 39.
35. Артёмова Е.Н., Козлова В.А. Основы гостеприимства и туризма Учебное пособие. - Орёл: ОрёлГТУ, 2005. - 104 с.
36. Організація туризму: опорний конспект лекцій для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки 073 «Менеджмент (туристичний бізнес)» денної та заочної форми навчання/ упорядник В.В. Костинець – К.: КНУТД, 2018. – 147 с.
37. Валединская Е. Н. Роль и значение стратегического развития сферы услуг туризма и гостеприимства в региональной экономике [Електронний ресурс] / Е. Н. Валединская. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/statti\_tourism/valedinskaya.htm.
38. Масюк Ю. Аналіз тенденцій розвитку туристичної галузі України: стратегічні аспекти / Ю. Масюк // Вісник Львівського університету / Ю. Масюк. – Львів, 2012. – (48). – (Серія економічна). – С. 549–557.
39. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу : монографія / О.М. Азарян, Н.Л. Жукова. – Донецьк : Вид-во ДонМУ, 2002. – 241 с.
40. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Л.П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
41. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организаций / М.А. Жукова. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 200 с.
42. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы : учебник / [И.В. Зорин, А.И. Зорин, Т.А. Ирисова и др.]. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 272 с.
43. Цьохла С.Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії / С.Ю. Цьохла // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Том 22(61). – 2009. – № 2. – С. 373-380.
44. Полтавська область [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Полтавська\_область](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%82%D0%B0%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C).
45. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004 – 2015 роки) «Шляхом Європейської інтеграції» / Авт. Кол.: А. С. Гальчинський, В.М. Геєць та ін. / – К.: ІВЦ держкомстату України, 2004.
46. Адміністратвно-територіальний устрій Полтавської області [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Адміністративно-територіальний\_устрій\_Полтав](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D1%96%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE-%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D1%96%D0%B9_%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%82%D0%B0%D0%B2).
47. Туристично-рекреаційні об'єкти районів, міст області [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://poltava-tour.gov.ua/page/turistichno-rekreaciyni-obiekti-rayoniv-mist-oblasti>.
48. Український гідрометеорологічний центр [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://meteo.gov.ua/ua/33506>.
49. Рослинність Полтавської області [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Рослинність\_Полтавської\_області](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%82%D0%B0%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D1%97_%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%96).
50. Перелік територій та об’єктів природно-заповідного фонду загальнодержавного та місцевого значення (станом на 01.01.2019p.) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.eco-poltava.gov.ua/pzfzag.htm>.
51. Нікітін Т.Г. Мандрівка по заповідних місцях Полтавщини. – Харків, 1989. – 218 с.
52. Полтавщина: Енцикл. довід. / За ред. А.В.Кудрицького. – 1992 – с. 519 с.
53. Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://pkm.poltava.ua/ua/>.
54. Національний музей-заповідник українського гончарства [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://old.opishne-museum.gov.ua/>.
55. Сорочинський ярмарок 2019 в цифрах [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://yarmarok.in.ua/>.
56. Фестивалі Полтавщини-2019: коли і де [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://np.pl.ua/2019/04/festyvali-poltavshchyny-2019-koly-i-de/>.
57. Чисельність населення (за оцінкою) по містах обласного значення та районах на 1 березня 2020 року та середня чисельність у січні–лютому 2020 року [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: pl.ukrstat.gov.ua.
58. Аналітична та статистична інформація [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dcz.gov.ua/analitics/68>.
59. На початок 2019 року середня зарплата на Полтавщині становить 10 тисяч грн [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zmist.pl.ua/news/na-pochatok-2019-roku-serednya-zarplata-na-poltavshchini-stanovit-10-tisyach-grn>.
60. Наші санаторії [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://mirgorodkurort.ua/uk/sanatorium>.
61. Обласна програма розвитку туризму і курортів на 2016-2020 рр.(зі змінами) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://poltava-tour.gov.ua/page/oblasna-programa-rozvitku-turizmu-i-kurortiv-na-2016-2020-rrzi-zminami>.
62. Головне управління статистики у Полтавській області [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.pl.ukrstat.gov.ua/>.
63. Чубенко Р. В. Територіальні особливості розвитку туристичної індустрії в Полтавській області / Р. В. Чубенко. – Харків, 2011. – 110 с.
64. Туристичні організації та екскурсоводи [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://poltava-tour.gov.ua/page/turistichni-organizaciyi-ta-ekskursovodi>.
65. Грабовенська C. П. Аналіз і структура ринку туристичних послуг в Україні / П. Грабовенська // Економіка, організація і управління підприємством / П. Грабовенська. – Полтава: Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі., 2013. – (1 (56)). – С. 226–234.
66. Полтавська обласна організація краєзнавців України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://nsku.org.ua/?page_id=7268>.
67. Відділ краєзнавства Полтавської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. І. П. Котляревського [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.library.pl.ua/library/struktura/viddil_kraeznavchoi_literaturi_ta_bibliografii/>.
68. Про підсумки роботи туристичної галузі Полтавщини за 2015 рік та основні завдання на 2016 рік – Полтава, 2015. – 4 с.
69. Туристичні маршрути Полтавської області [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://poltava-tour.gov.ua/page/turmarshruti-poltavskoyi-oblasti>.
70. Популярні туристичні маршрути м. Полтави [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://poltava-tour.gov.ua/page/ekskursiyi-m-poltavi>
71. Туристичні маршрути «У Сорочинці на ярмарок!» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://poltava-tour.gov.ua/page/u-sorochinci-na-yarmarok>.
72. Положення про Департамент культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.poltavaculture.gov.ua/uk/informatsiia/polozhennia-pro-departament>.
73. Служба автомобільних доріг у Полтавській області розповіла про плани ремонтів на 2020 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://poltava.to/news/53839/>.
74. Перелік місцевих доріг Полтавської області, які планують відремонтувати у 2020 році [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://poltava.to/news/54618/>.
75. Уварова Г. Ш. Сталий розвиток туризму в контексті рекреаційно-туристичного природокористування / Г. Ш. Уварова. – С. 217–221.
76. Кілінська К.Й. Рекреаційне природокористування, рекреаційне різноманіття та їх прогнозна оцінка / К.Й. Кілінська // Ученые записки таврического нац. Университет им. В.И. Вернадского. - 2011. - Том 24. - №2(23). - Часть география. - С.120-125.
77. Маховка В. М. Проблеми розвитку сфери туризму в Україні / В. М. Маховка // Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації / В. М. Маховка. – Запоріжжя: "Просвіта", 2017. – (1). – С. 247–249.
78. Стратегія розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019 – 2029 роки [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.poltavaculture.gov.ua/uk/informatsiia/zahalna-informatsiia1/219-stratehiya-rozvytku-turyzmu-ta-kurortiv-u-poltavskiy-oblasti-na-2019-2029-roky>.
79. Перелік туристичних можливостей Полтавщини задовольнить найвибагливішого клієнта [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/valentina-vozhdayenko-perelik-turistichnih-mozhliv/>
80. Розвиток українського туризму: перспективні напрямки та реальні кроки [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://visitkherson.gov.ua/novyny-tourizm/rozvitok-ukrainskogo-turizmu-perspektivni-napryamki-ta-realni-kroki/>.
81. Кравцова А. В. Модель державно-приватного партнерства в сфері українського туризму / А. В. Кравцова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі (серія «Економічні науки»). – 2016. – № 1 (72).
82. Борисова О. Як культурно утримувати заклад культури / О. Борисова // Вісник бюджетної організації. – 2012. – № 7. – С. 25 – 26.
83. Кінаш І. П. Особливості розвитку інфраструктури культури України : аналітичний аспект /І.П. Кінаш // Проблеми економіки. – 2013. – №1. – С. 316 – 320.
84. Логвин М. М. Історико-культурна спадщина як чинник розвитку регіональної туристичної дестинації / М. М. Логвин, Н. М. Карпенко, П. В. Шуканов // Східна Європа: економіка, бізнес та управління / М. М. Логвин, Н. М. Карпенко, П. В. Шуканов. – Полтава, 2019. – (21). – С. 393–399.
85. Биркович В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України / В.І. Биркович // Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник. – 2008. – №1 (6). – С.138-143.
86. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: //http://www.greentour.com.ua
87. На Полтавщині створюють перший в україні медовий кластер [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.adm-pl.gov.ua/news/na-poltavshchini-stvoryuyut-pershiy-v-ukrayini-medoviy-klaster>.
88. Апітуризм (медовий туризм, бджолиний туризм) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://compass-tour.com.ua/?m0prm=2&showItem=191&entry=40&show=795>.
89. Гурова Д. Д. Апітуризм в Україні / Д. Д. Гурова // ТИЖДЕНЬ НАУКИ Збірник тез доповідей щорічної науково-практичної конференції серед студентів, викладачів, науковців, молодих учених і аспірантів / Д. Д. Гурова. – Запоріжжя, 2016. – (ЗНТУ). – С. 295–296.
90. Оглядова екскурсія Полтавою [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://poltavaopen.com/vt/83>.
91. По Гоголевским местам [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.amigo-tour.com.ua/index.php?t=2.

# **ДОДАТКИ**

Додаток А

Основні функції туроператора

Складено автором за матеріалами: [32]

Додаток Б

Основні туроператори в Україні

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Туроператор** | **Спеціалізація** | **Чи працює підприємство в Полтавській області** |
| [Аккорд-тур](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-akkord-tur/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhgxkdO9YNKRFU1fvNymc9qMYVH3Hw) | Автобусні та авіатури по Європі; тури по Україні. | - |
| [Join UP](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-join-up/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhiVNofBeOX1_EFlTaSbqKW8vS74VA) | Пляжний відпочинок; екзотичні тури. | + |
| [Анекс Тур (Anex Tour)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-anex-tour/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhjjAiW9krz0M5WImXVmwPRZFnbQgw) | Пляжний відпочинок; екскурсійні тури. | + |
| [Тез Тур (TEZ Tour)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-tez-tour/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhiNxVglwGNUbhA_1fim3VuhLhPDbw) | Екскурсійні тури та круїзи; відпочинок з дітьми; гірськолижні тури; Пляжний відпочинок. | + |
| [ТПГ (TPG)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-tpg/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhh-OPLPjNtwGkekWUBKzrqOwjROuA) | Автобусні, авіатури; тематичні тури; корпоративний туризм. | + |
| [Корал Тревел (Coral Travel)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-coral-travel/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhh38wRjBHRzDSLIv16PZcosRysZqg) | Пляжний і СПА відпочинок; сімейний відпочинок; дитячий відпочинок. | + |
| [TUI Ukraine](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-tui-ukraine/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhjLpwOc2ubYHo58zMGKzOgviPU-6A) | Пляжний відпочинок; сімейний відпочинок; дитячий відпочинок; яхтинг; гірськолижні тури. | + |
| [Пегас Туристік (Pegas Touristik)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-pegas-touristik/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhiVnnsfkLAqm-4MJ3kCkmn_QkbB2Q) | Корпоративний туризм; подієвий туризм. | + |
| [Алголь](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-algol/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhjcslIlJIqWnG8JLS2FDGDwaKTKBw) | Бліц-тури; гірськолижні тури. | + |
| [Роза вітрів](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-roza-vetrov/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhgHAf43_RX2ryAaoLKtxIH6u7Ax9Q) | Автобусні та авіатури по Європі; тури по Україні; круїзи. | - |
| [Танго Тревел](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-tango-trevel/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhj0ykBJ-RynCxf6JfoIz3VmYOtUAw) | Автобусні тури; тематичні тури; дитячий відпочинок. | - |
| [Mouzenidis Travel](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-mouzenidis-travel/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhjwXATX3RUc1xcUaHME8FBN4oK19g) | Відпочинок в Греції; автобусні та авіатури; круїзи; дитячий відпочинок. | - |
| [Альф тур (ALF)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-alf/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhhDU3lfoabTrxEuPePYOKSrAgyWqQ) | Рекламні тури; автобусні, авіатури. | - |
| [Інкомартур](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-inkomartur/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhg7Vmh-16koEKWJK4IO73NglkwEjA) | Екскурсійні тури; авіаподорожі, автобусні тури, круїзи. | - |
| [Сакумс](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-sakums/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhhvHIrbrqaQh3GFi1_fi1IQ8L1kFw) | Відпочинок на морі; тури по Україні; тури для школярів; рекламні тури. | - |
| [САМ](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-sam/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhj9MqTIZFaYyTPRD6o5kem7Pq5fng) | Пляжний відпочинок; гірськолижні тури; лікувальні тури; тури вихідного дня. | - |
| [Сієста (Siesta)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-siesta/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhhqzkfUtXjB32LZmDoHKN_5-l5GuA) | Індивідуальні та групові тури; круїзи. | - |
| [Артекс](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-arteks/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhgZ0F942PB4E_OvqABFgo87-qKL8g) | Автобусні та авіатури по Європі; круїзи; екзотичні тури; гірськолижні тури. | + |

*Продовження додатку Б*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| [1000 Доріг](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-1000-dorog/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhipcQjstu8o3m9MRxZgxYhBLrkNBA) | Авіа, ж / д і автобусні тури; комбіновані тури; wellness і лікування; дитячі тури. | + |
| [Туристичний Клуб (tcc)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-turisticheskij-klub/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhgX9gKh3LbsRs3U4G8LUOZ2jaq9Vw) | Екскурсійний туризм; весільні подорожі; круїзи. | - |
| [Оазис Тревел (Oasis Travel Ukraine)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-oasis-travel-ukraine/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhjeMaITb4tsd9xwwzAF_Sk-tjWqOQ) | Відпочинок в Тунісі; екскурсійні та екзотичні тури. | - |
| [дав Клуб](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-dav-klub/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhjENaUGG6aAVKoQt1F2kYhrcoZ6lQ) | Відпочинок на морі; круїзи; дитячий відпочинок. | - |
| [Пан Укрейн](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-pan-ukrejn-pan-ukraine/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhjsVABunsfZXB1WRDipOg7MAM8M2A) | Пляжний відпочинок; пакетні тури; круїзи. | - |
| [ЛюбоСвіт](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-lyubosvit/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhjwpvMuJXk6s_N-cfsZQ81Of-Hr2A) | Пляжний відпочинок і екскурсійні програми; гірськолижні тури; дитячий відпочинок. | - |
| [Міст Тур (Міст Тур)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-mist-tur/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhgpO-DRqdRaW7eCLUDGL4QwKaq0VA) | Тури по Україні та за кордон; круїзи; оренда транспорту; медичний туризм. | - |
| [ТК-Велт (Велт)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-velt/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhhaH84RAuTN-XxqX3b-3NOFmaMlEg) | Відпочинок в Болгарії; дитячо-молодіжні тури; екскурсійні тури. | - |
| [Феєрія (Feerie)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-feerie/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhgTh8pYA1Q5RTMO9QisAGO7YhzsQA) | Автобусні, авіатури; SPA і лікувальні тури; тури по Україні; екзотика. | + |
| [Єременко і партнери](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-eremenko-i-partnery/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhjW8Jjr03q48J3nD4CS3POs-4AC2Q) | Туристичні та MICE поїздки в Італію будь-якого рівня і формату. | + |
| [Орбіта](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-orbita/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhh4H_K16k3-CAE1qOOH83hVsa0MWQ) | Пляжний відпочинок; екскурсійні тури. | - |
| [GTO Travel](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-gto-travel/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhhbc4M2qVN1aL7q1kKUimPdQ_S6Uw) | Індивідуальні та групові тури; Пляжний відпочинок; екскурсійні тури. | - |
| [Гал-Круїз](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-gal-kruiz/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhhLXmhNnBWJITn9yCJbiiqiBQXiAg) | Автобусні, авіатури; тури по Україні; паломницькі тури; дитячий відпочинок. | - |
| [Албена Тревел](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-albena-trevel/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhjzDAZm9eM3P8dwvkob5OMbd0EzLQ) | Відпочинок і працевлаштування в Болгарії; дитячий відпочинок; екскурсії в Європу. | - |
| [CITA (Сита)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-sita/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhjiyqcXny4ACkDU05GhuJqSyM-Yew) | Подієві тури; весільні подорожі; пляжний відпочинок; екскурсійні тури. | - |
| [Альянс](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-alyans/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhgg3mTW08iX9WpYGNkP8W70GAiSOQ) | Відпочинок на морі; екскурсійні тури; week-end тури; тематичні тури; дитячий відпочинок. | - |
| [Іспатур](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-ispatur/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhg5DzwYKeErJ_kzacWExwYN6gOFmw) | Відпочинок в Іспанії; екскурсійні тури; тури вихідного дня. | - |
| [Діліжанс тревел (Диліжанс Тревел)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-dilizhans-trevel/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhj4WCoQGgdPM9Q8UojlafmlvMCP_Q) | Пляжний відпочинок; екскурсійні тури по Європі. | - |

*Продовження додатку Б*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| [Імпала Тревел (Impala Travel)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-impala-travel/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhiHGhX5koF0-Vw5WYK8Eild9FWhDQ) | Тематичні і екзотичні тури; аюрведа; круїзи; освіту за кордоном. | - |
| [Оріон-Інтур](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-orion-intur/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhiWiNiDbaPfi8kDALhFGnC2-bUw3Q) | Екзотичні тури; тури по Європі; навчання за кордоном; корпоративні тури. | - |
| [MSF Travel](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-msf-travel/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhhrOX8KyMddwsG9EpxRRj_9WtiIDg) | Групові та індивідуальні тури і екскурсії по Франції, Італії. | - |
| [Apolоnia Tour (Аполлонія тур)](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-apolinia-tour/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhhphgi0qbw8Dh7rPUyM-IBr11lO2w) | Організація зимового відпочинку, відпочинку на морі і СПА-курортах Болгарії. | - |
| [Алма тур](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-alma-tur/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhia5K_FI31pP2s9WXnSjztA5e7TEQ) | Гірськолижні тури; дитячий відпочинок; СПА та лікування; екскурсійні тури. | - |
| [Asia Tour Group](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-asia-tour-group/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhgMmmADmNUkKqCJbaJm75yri6i16g) | Індивідуальні та групові тури по всій Азії; екстремальні, лікувальні, освітні, паломницькі тури; ділової та корпоративний туризм. | - |
| [Оптима](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-optima/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhhb5KGVYKqaf9Y0b3KuXi3XW9Vr4A) | Автобусні, авіатури; відпочинок на морі; відпочинок для дітей; лікувальні тури. | - |
| [Наталі Вояж-Сервіс](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-natali-voyazh-servis/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhhwxTDaYamGnvFG92q6l3j8RhguEw) | Автобусні, авіатури; лікувальні тури; гірськолижні курорти; подієві тури. | - |
| [Магонія](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&rurl=translate.google.com.ua&sl=ru&sp=nmt4&tl=uk&u=https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-magoniya/&xid=17259,15700021,15700186,15700190,15700248&usg=ALkJrhhgDSpf6VyVvbPOOJygfj9gJtItdg) | Пакетні та екскурсійні тури; відпочинок на яхті; екзотичні подорожі. | - |

Додаток В

Оцінка геолого-геоморфологічних рекреаційних ресурсів Полтавської області

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Район** | **Особливість рельєфу** | **Оцінка, бали** |
| Великобагачанський  | рівнина, яка знижується на південний захід до Дніпра | 1 |
| Гадяцький  | знаходиться у межах Полтавської рівнини, наявні ерозійно-небезпечні пологі схили | 1 |
| Глобинський  | вся територія в межах Придніпровської низовини  | 1 |
| Гребінківський  | рівнина, розташована у лісостеповій зоні | 1 |
| Диканський  | слабохвиляста рівнина, порізана балками та ярами, є підвищення на північний схід до 170-190 м над рівнем моря | 2 |
| Зіньківський  | рельєф району рівний з абсолютними відмітками 120-170 м. Поширені водно-ерозійні форми рельєфу: вододільні плато, долини річок, яри та балки. Вздовж правого берега Ворскли тягнеться видовжене підвищення. | 2 |
| Карлівський  | рельєф району переважно рівнинний, лежить у межах Придніпровської низовини | 1 |
| Кобеляцький  | хвилясто рівнинний, низовини пов’язані з долинами річок | 2 |
| Козельщинський  | район розташований на низовині Середньоднiпров’я. | 1 |
| Котелевський  | рівнина, розділена долинами річок, ярами та балками. Абсолютні відмітки її коливаються в межах 95-187 метрів | 1 |
| Кременчуцький  | знаходиться в межах долини Дніпра, чим зумовлена хвиляста рівнина  | 2 |
| Лохвицький  | хвиляста рівнина, що знижується з півночі на південь | 1 |
| Лубенський  | хвилясто-рівнинний рельєф | 1 |
| Машівський  | знаходиться на степовій рiвнинi, яка знижується в напрямку до Дніпра | 2 |
| Миргородський  | розташований в північно-західній частині області, в долинах рік Псла та Хоролу | 1 |
| Новосанжарський  | поверхня району являє собою невисоку хвилясту рівнину, порізану річковими долинами | 2 |
| Оржицький  | рівнинна територія, наявні низовини, які пов’язані з долинами річок | 2 |
| Пирятинський  | поверхня має незначний похил на південний схід | 1 |
| Полтавський  | хвиляста рівнина, розчленована річками | 2 |
| Решетилівський  | плоскі степові вододіли, розділені широкими долинами | 1 |
| Семенівський  | полого-хвиляста поверхня з давніми прохідними долинами та блюдцями-западинами | 2 |
| Хорольський  | лежить у межах Полтавської рівнини, територія рівнинна | 1 |
| Чорнухинський  | район розташований в межах Полтавської рівнини | 1 |
| Чутівський  | переважно – рівнина | 1 |
| Шишацький  | знаходиться переважно на рівнинній території  | 2 |

Складено автором за матеріалами: [44, 47]

Додаток Г

Оцінка кліматичних рекреаційних ресурсів районів Полтавської області

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Район** | **Середня темп.липня, °С** | **Бал** | **Період зтемп. понад+ 10°С (днів)** | **Бал** | **Річнакількість опадівмм.** | **Бал** | **Сумабалів** | **Інтегр.оцінка** |
| Великобагачан.  | від +20 до +21 | 4 | 157- 172 | 3 | 580 | 4 | 11 | 4 |
| Гадяцький  | від +18 до +20 | 3 | 135-146 | 2 | 500 | 5 | 10 | 3 |
| Глобинський  | від +19 до +21 | 3 | 160-170 | 3 | 460 | 5 | 11 | 4 |
| Гребінківський  | від +19 до +20 | 3 | 158-170 | 3 | 585 | 4 | 10 | 3 |
| Диканський  | від +19 до +21 | 4 | 156-168 | 3 | 570 | 4 | 11 | 4 |
| Зіньківський  | від +18до +20 | 3 | 147-158 | 2 | 600 | 4 | 9 | 3 |
| Карлівський  | від +19 до +21 | 4 | 160-174 | 3 | 570 | 5 | 12 | 4 |
| Кобеляцький  | від +21 до +22 | 5 | 170-186 | 4 | 470 | 5 | 14 | 5 |
| Козельщин.  | від +20 до +23 | 4 | 168-179 | 4 | 460 | 5 | 13 | 4 |
| Котелевський  | від +18 до +21 | 3 | 153-164 | 2 | 520 | 4 | 9 | 3 |
| Кременчуцьк. | від +21 до +22 | 5 | 168-176 | 4 | 430 | 5 | 14 | 5 |
| Лохвицький  | від +18 до +20 | 3 | 145-157 | 1 | 420 | 5 | 9 | 3 |
| Лубенський  | від +20 до +22 | 4 | 156-167 | 3 | 560 | 4 | 11 | 4 |
| Машівський  | від +20 до +21 | 4 | 157-169 | 3 | 470 | 5 | 12 | 4 |
| Миргородськ. | від +20 до +21 | 4 | 148-156 | 2 | 540 | 4 | 10 | 3 |
| Новосанжар.  | від +21 до +22 | 5 | 170-185 | 4 | 520 | 4 | 13 | 4 |
| Оржицький  | від +20 до +22 | 4 | 165-180 | 3 | 580 | 4 | 11 | 4 |
| Пирятинський  | від +18 до +20 | 2 | 143-156 | 1 | 550 | 4 | 7 | 2 |
| Полтавський  | від +20 до +22 | 4 | 157-170 | 3 | 500 | 5 | 12 | 4 |
| Решетилівськ. | від +20 до +22 | 4 | 148-157 | 2 | 480 | 5 | 11 | 3 |
| Семенівський  | від +19 до +21 | 3 | 150-168 | 2 | 560 | 4 | 9 | 3 |
| Хорольський  | від +19 до +21 | 3 | 146-154 | 1 | 460 | 5 | 9 | 3 |
| Чорнухинський  | від +18 до +20 | 3 | 140-153 | 1 | 470 | 5 | 9 | 3 |
| Чутівський  | від +18 до +20 | 3 | 150-164 | 2 | 630 | 4 | 9 | 3 |
| Шишацький  | від +19 до +21 | 4 | 146-160 | 2 | 600 | 4 | 10 | 3 |

Складено автором за матеріалами: [47, 48]

Додаток Д

Оцінка гідрологічних рекреаційно-туристичних ресурсів районів Полтавської області

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Район** | **Площа районутис. км²** | **Площа актуальнихсмуг ірекреаційнихакваторій, км²** | **Частка від площіадмінодиниці,%** | **Оцінкагідрографічнихресурсів, бали** |
| Великобагачанський  | 1,0 | 168 | 16,8 | 3 |
| Гадяцький  | 1,5 | 315 | 21 | 5 |
| Глобинський  | 2,5 | 250 | 10 | 2 |
| Гребінківський  | 0,6 | 100 | 16,6 | 4 |
| Диканський  | 0,7 | 139 | 19,9 | 4 |
| Зіньківський  | 1,4 | 256 | 18,3 | 4 |
| Карлівський  | 0,9 | 170 | 18,9 | 4 |
| Кобеляцький  | 1,8 | 169 | 9,3 | 2 |
| Козельщинський  | 0,9 | 85 | 9,4 | 2 |
| Котелевський  | 0,8 | 138 | 17,3 | 4 |
| Кременчуцький  | 1,0 | 149 | 14,9 | 3 |
| Лохвицький  | 1,3 | 322 | 24,8 | 5 |
| Лубенський  | 1,4 | 361 | 25,7 | 5 |
| Машівський  | 0,9 | 204 | 22,7 | 5 |
| Миргородський  | 1,5 | 281 | 18,7 | 4 |
| Новосанжарський  | 1,3 | 261 | 20,0 | 4 |
| Оржицький  | 1 | 200 | 20 | 4 |
| Пирятинський  | 0,9 | 153 | 17 | 4 |
| Полтавський  | 1,3 | 209 | 16 | 4 |
| Решетилівський  | 1 | 182 | 18,2 | 4 |
| Семенівський  | 1,3 | 185 | 14,2 | 4 |
| Хорольський  | 1 | 262 | 26,2 | 5 |
| Чорнухинський  | 0,7 | 125 | 17,9 | 4 |
| Чутівський  | 0,9 | 123 | 13,6 | 4 |
| Шишацький  | 0,8 | 139 | 17,4 | 4 |

Складено автором за матеріалами: [45, 46]

Додаток Е

Оцінка рослинних рекреаційно-туристичних ресурсів районів Полтавської області

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Район** | **Площалісів, км²** | **Бал** | **Залісеністьтериторії %** | **Бал** | **Сумабалів** | **Інтегральна оцінкарослинних ресурсів, бали** |
| Великобагачанський  | 27 | 2 | 2,7 | 2 | 4 | 2 |
| Гадяцький  | 37 | 2 | 2,3 | 2 | 4 | 2 |
| Глобинський  | 43 | 3 | 1,7 | 2 | 5 | 3 |
| Гребінківський  | 26 | 2 | 5,2 | 2 | 4 | 2 |
| Диканський  | 121 | 4 | 11 | 3 | 7 | 4 |
| Зіньківський  | 45 | 3 | 8,6 | 2 | 5 | 3 |
| Карлівський  | 36 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 |
| Кобеляцький  | 63 | 4 | 3,5 | 2 | 6 | 3 |
| Козельщинський  | 22 | 2 | 2,4 | 2 | 4 | 2 |
| Котелевський  | 44 | 3 | 2,9 | 2 | 5 | 3 |
| Кременчуцький  | 45 | 3 | 3,4 | 2 | 5 | 3 |
| Лохвицький  | 43 | 3 | 3,1 | 2 | 5 | 3 |
| Лубенський  | 40 | 3 | 2,8 | 2 | 5 | 3 |
| Машівський  | 21 | 2 | 2,6 | 2 | 4 | 2 |
| Миргородський  | 35 | 2 | 2,3 | 2 | 4 | 2 |
| Новосанжарський  | 54 | 3 | 4,2 | 2 | 5 | 3 |
| Оржицький  | 20 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| Пирятинський  | 28 | 2 | 3,1 | 2 | 4 | 2 |
| Полтавський  | 62 | 4 | 5,2 | 2 | 4 | 2 |
| Решетилівський  | 50 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 |
| Семенівський  | 30 | 2 | 2,3 | 2 | 4 | 2 |
| Хорольський  | 42 | 3 | 4,2 | 2 | 5 | 3 |
| Чорнухинський  | 25 | 2 | 3,6 | 2 | 4 | 2 |
| Чутівський  | 38 | 2 | 4,8 | 2 | 4 | 2 |
| Шишацький  | 33 | 2 | 4,1 | 2 | 4 | 2 |

Складено автором за матеріалами: [49]

Додаток Ж

Оцінка природно-антропогенних рекреаційно-туристичних ресурсів районів Полтавської області

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Район** | **Площа природоохороннихтериторій, тис. га** | **Оцінка природно-антропогенного блоку, бали** |
| Великобагачанський  | 2,170 | 2 |
| Гадяцький  | 14,349 | 5 |
| Глобинський  | 1,135 | 1 |
| Гребінківський  | 0,476 | 1 |
| Диканський  | 12,031 | 5 |
| Зінківський  | 1,711 | 2 |
| Карлівський  | 1,293 | 2 |
| Кобеляцький  | 25,151 | 5 |
| Козельщанський  | 3,024 | 3 |
| Котелевський  | 1,662 | 2 |
| Кременчуцький  | 6,249 | 4 |
| Лохвицький  | 0,794 | 1 |
| Лубенський  | 1,669 | 2 |
| Машівський  | 1,339 | 2 |
| Миргородський  | 1,280 | 2 |
| Новосанжарський  | 4,573 | 3 |
| Оржицький  | 2,190 | 2 |
| Пирятинський  | 3,227 | 3 |
| Полтавський  | 0,471 | 0 |
| Решетилівський  | 1,344 | 2 |
| Семенівський  | 0,741 | 1 |
| Хорольський  | 1,601 | 2 |
| Чорнухинський  | 2,015 | 2 |
| Чутівський  | 3,224 | 3 |
| Шишацький  | 0,783 | 1 |

Складено автором за матеріалами: [50]

Додаток З

Оцінка історико-архітектурних рекреаційно-туристичних ресурсів районів Полтавської області

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Район** | **Кількість найвизначнішихархітектурно-містобудівних споруд** | **Оцінка архітектурно-історичногоблоку, бали** |
| Великобагачанський  | 3 | 2 |
| Гадяцький  | 4 | 3 |
| Глобинський  | 4 | 3 |
| Гребінківський  | 2 | 2 |
| Диканський  | 9 | 5 |
| Зінківський  | 1 | 1 |
| Карлівський  | 2 | 2 |
| Кобеляцький  | 3 | 2 |
| Козельщанський  | 2 | 2 |
| Котелевський  | 4 | 3 |
| Кременчуцький  | 5 | 3 |
| Лохвицький  | 2 | 2 |
| Лубенський  | 6 | 3 |
| Машівський  | 4 | 3 |
| Миргородський  | 7 | 4 |
| Новосанжарський  | 2 | 2 |
| Оржицький  | 4 | 4 |
| Пирятинський  | 5 | 4 |
| Полтавський  | 12 | 5 |
| Решетилівський  | 4 | 4 |
| Семенівський  | 6 | 4 |
| Хорольський  | 4 | 4 |
| Чорнухинський  | 2 | 2 |
| Чутівський  | 2 | 2 |
| Шишацький  | 3 | 2 |

Складено автором за матеріалами: [47, 52]

Додаток Й

Оцінка біосоціальних рекреаційно-туристичних ресурсів районів Полтавської області

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Район** | **Кількість найвизначнішихбіосоціальних ресурсів** | **Оцінка біосоціальногоблоку, бали** |
| Великобагачанський  | 2 | 2 |
| Гадяцький  | 4 | 3 |
| Глобинський  | 6 | 4 |
| Гребінківський  | 6 | 4 |
| Диканський  | 14 | 5 |
| Зінківський  | 8 | 4 |
| Карлівський  | 4 | 3 |
| Кобеляцький  | 9 | 4 |
| Козельщинський  | 5 | 3 |
| Котелевський  | 3 | 2 |
| Кременчуцький  | 6 | 4 |
| Лохвицький  | 7 | 4 |
| Лубенський  | 8 | 4 |
| Машівський  | 4 | 3 |
| Миргородський  | 7 | 4 |
| Новосанжарський  | 6 | 4 |
| Оржицький  | 5 | 3 |
| Пирятинський  | 5 | 3 |
| Полтавський  | 16 | 5 |
| Решетилівський  | 5 | 3 |
| Семенівський  | 4 | 3 |
| Хорольський  | 7 | 4 |
| Чорнухинський  | 6 | 4 |
| Чутівський  | 4 | 3 |
| Шишацький  | 3 | 2 |

Складено автором за матеріалами: [47, 52]

Додаток К

Оцінка подієвих рекреаційно-туристичних ресурсів районів Полтавської області

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Район** | **Кількість найвизначнішихподієвих ресурсів** | **Оцінка подієвого блоку,бали** |
| Великобагачанський  | 1 | 1 |
| Гадяцький  | 3 | 2 |
| Глобинський  | 1 | 1 |
| Гребінківський  | 2 | 2 |
| Диканський  | 5 | 3 |
| Зінківський  | 2 | 2 |
| Карлівський  | 2 | 2 |
| Кобеляцький  | 4 | 3 |
| Козельщанський  | 2 | 2 |
| Котелевський  | 4 | 3 |
| Кременчуцький  | 4 | 3 |
| Лохвицький  | 3 | 2 |
| Лубенський  | 5 | 3 |
| Машівський  | 2 | 2 |
| Миргородський  | 5 | 3 |
| Новосанжарський  | 1 | 1 |
| Оржицький  | 0 | 0 |
| Пирятинський  | 6 | 4 |
| Полтавський  | 12 | 5 |
| Решетилівський  | 1 | 1 |
| Семенівський  | 4 | 3 |
| Хорольський  | 2 | 2 |
| Чорнухинський  | 4 | 3 |
| Чутівський  | 1 | 1 |
| Шишацький  | 4 | 3 |

Складено автором за матеріалами: [56]

Додаток Л

Характеристика суб'єктів туристичної діяльності

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Кількість суб'єктів туристичної діяльності, усього | У тому числі | Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) (тис.грн.) | Кількість реалізованих турагентами туристичних путівок(одиниць) | Вартість реалізованих турагентами туристичних путівок(тис.грн.) | Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами(осіб) |
| туроператори | турагенти | суб'єкти екскурсійноїдіяльності |
| Україна | 4293 | 529 | 3565 | 199 | 21 625 920,9 | 1 101 883‬ | 17066304,7 | 3957623 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Полтавська | 155 | − | 147 | 8 | 25 604,5‬ | 17 908 | 70424,8 | 4215 |

Складено автором за матеріалами [25]

Додаток М

Характеристика туристичних маршрутів Полтавщиною

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Назва** | **Тривалість** | **Протяжність** | **Дестинації** |
| «Т.Г. Шевченко і Полтавщина» | 12 год. | 365км | м. Полтава – с. Абазівка – м. Решетилівка – с. Білоцерківка – с. Ялосовецьке – с. Василівка – с. Веселий Поділ – м. Хорол – с. Вишняки – м. Миргород – с. Мар’янське – с. Гоголеве – смт Диканька – м. Полтава. |
| «Гоголівські місця Полтавщини» | 8 год. | 231 км. | м. Полтава – м. Миргород – с. Гоголеве – с. Великі Сорочинці – смт Диканька – м. Полтава. |
| Туристичні маршрути з тематики народних промислів та декоративно-ужиткового мистецтва Полтавщини | Маршрут може починатися з різних точок за вказаними напрямами:- м. Полтава – Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського, виставка «Народна творчість та етнорафія» (5 залів на третьому поверсі музею). - с. Степне, Полтавський районний музей Рушника імені Н.Ю. Бокоч. - м. Решетилівка, Всеукраїнськимй центр вишивки та килимарства. - с. Великі Будища, Великобудищанський український народний музей весілля. - смт Опішня, Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному.  |
| «Від Скіфії до Русі» | 7 год. | 156 км. | м. Полтава – смт Котельва – с. Більськ (Котелевський район) – м. Полтава. |

*Продовження додатку М*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| «Гадяч – гетьманська столиця» | 159 км. | 7 год. | м. Полтава – смт Диканька – с. Великі Будища (Диканський район) – смт Опішня (Зіньківський район) – м. Гадяч – хут. Проні – м. Полтава. |
| «С. Петлюра в м. Полтава» | 8 км. | 2 год. 30 хв. | м. Полтава |
| Археологічний туристичний маршрут «Гінцівська стоянка» | м. Полтава – с. Гінці Лубенського району – м. Полтава. |

Складено автором за матеріалами [69]

Додаток Н

SWOT-аналіз туристичної галузі Полтавської області

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильні сторони (внутрішні)** | **Слабкі сторони (внутрішні)** |
| 1. Унікальна історична і культурна спадщина загальноукраїнського та міжнародного значення.2. Наявність потенційно брендових об'єктів і продуктів. 3. Економічно розвинений регіон.4. Вигідне транспортно-логістичне розташування (автошляхи та залізничні шляхи).5. Наявність значної кількості об'єктів і територій заповідного фонду. 6. Власні енергетичні, промислові, будівельні потужності.7. Досить високий рівень концентрації людського капіталу, наявність наукових закладів та студентської молоді. | 1. Низька якість комерційних та окремих комунальних та муніципальних послуг (транспорт, громадські туалети, прибирання вулиць тощо).2. Проблеми з благоустроєм потенційно привабливих туристичних об’єктів.3. Низька якість та недостатній асортимент туристичних послуг.4. Низька активність у сфері туризму, послуг, розвитку клієнтно-орієнтованого малого та середнього бізнесу.5. Низький рівень кооперації, партнерських відносин, кластеризації сфери послуг.6. Брак професійних кадрів у системі управління.7. Недостатній рівень транспортного сполучення.8. Неефективний маркетинг у сфері туризму та промоцій. |
| **Можливості (зовнішні)** | **Загрози (зовнішні)** |
| 1. Доступність сучасних інформаційних. технологій та їхній подальший розвиток.2. Збільшення попиту на туристичні продукти на внутрішньому ринку (організований та неорганізований туризм).3. Близькість обласних центрів та інших населених пунктів із загальною чисельністю понад 10 млн. осіб (як ринки збуту).4. Подальший розвиток партнерських відносин з містами-побратимами та іншими регіонами.5. Розвиток державно-приватного партнерства.6. Зацікавленість проектами розвитку туризму з боку громадських організацій.7. Зацікавленість історико-культурною спадщиною з боку української діаспори, та зарубіжних представників інших національних меншин. | 1. Неналежний стан транспортної інфраструктури країни, низька якість послуг з перевезення.2. Дефіцит бюджету, неможливість фінансування проектів через нерівноцінний розподіл бюджету "центр-регіони".3. Конкуренція з боку інших міст і регіонів України.4. Неефективне державне управління туристичною галуззю в цілому.5. Поглиблення макроекономічних кризових явищ на національному та світовому ринках.6. Відсутність підтримки ініціатив місцевої влади у сфері розвитку туризму з боку бізнесу та громадськості, центральних органів влади. |
| 8. Альтернативні джерела фінансування проектів (фонди підтримки, грантові програми, проекти технічної допомоги).9. Горизонтальна співпраця з іншими регіонами. 10. Наявність постійного попиту з боку жителів області |  |

Джерело: [78]