

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**ННІ неперервної освіти і туризму**

**ПОГОДЖЕНО**  
Директор  
ННІ неперервної освіти і  
туризму

**Іван ГРИЦЕНКО**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_ р.

**ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ**  
Завідувач кафедри готельно-  
ресторанної справи та туризму

**Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_ р.

**БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
на тему: «Промоція продукту подієвого туризму територією Полтавської  
області»

**Спеціальність: 242 «Туризм»**  
**Освітня програма: «Туризм»**

**Гарант освітньої програми**

**Ірина Кудінова**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Керівник бакалаврської  
кваліфікаційної роботи**

**Ірина Ковальчук**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Виконав**

**Владислав Левковець**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**КИЇВ –2025**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**ННІ неперервної освіти і туризму**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри  
готельно-ресторанної справи та туризму**

**д.е.н., професор \_\_\_\_\_ Світлана Мельниченко**  
(підпис)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

**З А В Д А Н Н Я**

**до виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи  
здобувачу вищої освіти**

**Левковцю Владиславу Ігоровичу**

Спеціальність: 242 «Туризм»

Освітня програма: «Туризм»

Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

Тема бакалаврської кваліфікаційної роботи: **«Промоція продукту подієвого туризму територією Полтавської області»**

Затверджена наказом ректора НУБіП України від 29 жовтня 2024 р. № 1936  
«С».

Термін подання завершеної роботи на кафедру до: 20.05.2025 р.

**Вихідні дані до бакалаврської кваліфікаційної роботи:** законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних та вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, аналіз офіційних сайтів туристичних ресурсів України, програми розвитку туризму.

**Об'єкт дослідження.** Об'єктом дослідження є територія Полтавської області як місце для розвитку та промоції продукту подієвого туризму. Розглядається, як

організація і проведення подій можуть впливати на туристичну привабливість регіону, його економічний розвиток та культурну ідентичність.

**Предмет дослідження.** Предметом дослідження є промоція продукту подієвого туризму на території Полтавської області, вивчення ефективності маркетингових стратегій для залучення туристів до участі у культурних, спортивних та інших подіях, а також аналіз впливу подієвого туризму на розвиток регіону.

**Мета дослідження.** Метою роботи є розробка рекомендацій щодо ефективної промоції продукту подієвого туризму в Полтавській області, а також оцінка можливостей та шляхів розвитку цього напрямку для збільшення туристичних потоків і розвитку регіональної економіки.

Для досягнення мети необхідно розглянути такі **завдання**

- виділити основні поняття та особливості подієвого туризму,
- проаналізувати підходи до класифікації та методи дослідження подієвого туризму,
- провести аналіз сучасного стану подієвого туризму в Україні та на території Полтавської області,
- оцінити потенціал Полтавської області для розвитку подієвого туризму,
- розробити стратегії просування подієвих заходів на території Полтавської області.

**Дата видачі завдання:** “19” листопада 2024 р.

**Керівник бакалаврської  
кваліфікаційної роботи**  
к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_

(підпис)

**Ірина Ковальчук**  
(прізвище та ініціали)

**Завдання прийняв до  
виконання**

\_\_\_\_\_

(підпис)

**Владислав Левковець**  
(прізвище та ініціали студента)

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ БАКАЛАВРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Етапи підготовки та захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи	Термін виконання	Примітки (фактично виконано)
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи, підготовка завдання, складання плану, консультації з проведення дослідження	1 вересня – 30 вересня 2024 р.	виконано
2.	Підготовка та видача завдання	1 жовтня – 1 грудня 2024 р.	виконано
3.	Підготовка першого розділу роботи	1 грудня 2024 р. – 1 лютого 2025 р.	виконано
4.	Підготовка другого розділу роботи	2 лютого – 30 березня 2025 р.	виконано
5.	Підготовка третього розділу роботи	1 квітня – 5 травня 2025 р.	виконано
6.	Підготовка висновків, списку використаних джерел та додатків. Оформлення роботи відповідно до встановлених вимог, передача на перевірку керівникові.	5-10 травня 2025 р.	виконано
7.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	10-15 травня 2025 р.	виконано
8.	Перевірка роботи на академічний плагіат	16 травня 2025 р.	виконано
9.	Отримання відгуку керівника роботи	17-18 травня 2025 р.	виконано
10.	Отримання зовнішньої рецензії	19-20 травня 2025 р.	виконано
11.	Подача роботи на кафедру	20 травня 2025 р.	виконано
12.	Підготовка доповіді і презентації. Попередній розгляд та захист на випусковій кафедрі	20-25 травня 2025 р.	виконано
13.	Допуск бакалаврської кваліфікаційної роботи до захисту завідувачем кафедри	25 травня – 1 червня 2025 р.	виконано

14.	Захист роботи перед екзаменаційною комісією	відповідно до графіку	виконано
-----	---------------------------------------------	-----------------------	----------

### *РЕФЕРАТ*

**Левковець В.І.** «Промоція продукту подієвого туризму територією Полтавської області» бакалавр. робота: спец. 242 «Туризм і рекреація» / Владислав Ігорович Левковець; НУБіП України; кафедра готельно-ресторанної справи та туризму; керівник Ковальчук І.В., к.е.н., доцент – Київ, 2025. – 89 с.

**Анотація.** У роботі досліджено теоретико-методологічні засади розвитку подієвого туризму як сучасного напрямку туристичної індустрії. Розкрито сутність, значення та класифікацію подієвого туризму, а також проаналізовано методи його дослідження. Особливу увагу приділено оцінці сучасного стану продукту подієвого туризму Полтавської області, зокрема проаналізовано успішні кейси регіональних фестивалів і культурних заходів. Визначено проблеми у сфері просування туристичних подій регіону. Обґрунтовано перспективи розвитку подієвого туризму Полтавщини та запропоновано стратегії його ефективної промоції, включаючи використання цифрового маркетингу, брендингу регіону та розширення туристичних маршрутів. Надано практичні рекомендації щодо посилення конкурентоспроможності туристичного продукту Полтавської області на національному та міжнародному рівнях.

**Ключові слова:** подієвий туризм, Полтавська область, туристичний продукт, промоція, маркетинг, фестиваль, регіональний розвиток.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ ...	12
1.1 Основні поняття та особливості подієвого туризму.....	12
1.2 Підходи до класифікації подієвого туризму.....	16
1.3 Методи дослідження подієвого туризму.....	21
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ПРОДУКТУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ ПОЛТАВЩИНИ .....	25
2.1 Загальна характеристика подієвого туризму Полтавщини.....	25
2.2 Основні види продукту подієвого туризму Полтавської області.....	31
2.3 Аналіз успішних кейсів просування подієвого туризму (на прикладі фестивалів «Полтавська галушка», «ГОГОЛЬFEST» тощо).....	46
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПРОМОЦІЇ ПРОДУКТУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ ПОЛТАВЩИНИ .....	59
3.1 Проблеми промоції продукту подієвого туризму Полтавської області.....	59
3.2 Використання цифрового маркетингу та соціальних мереж для популяризації продукту подієвого туризму Полтавщини.....	61
3.3 Перспективи промоції продукту подієвого туризму Полтавської області.....	64
ВИСНОВКИ .....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	70

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Подієвий туризм, як один із найдинамічніших напрямків туристичної індустрії, набуває все більшої популярності у світі. Він являє собою форму туризму, яка передбачає участь або відвідування туристами різноманітних заходів і подій, що організуються на території конкретного регіону. Це можуть бути фестивалі, спортивні змагання, культурні події, виставки, концерти, конференції, ярмарки та інші подібні заходи. Подієвий туризм є не лише важливим елементом економіки, але й ефективним інструментом розвитку регіонів, що виявляється через зростання туристичних потоків, покращення інфраструктури та підвищення привабливості регіону для інвесторів і туристів.

Зростаюча популярність подієвого туризму пов'язана з кількома ключовими факторами. По-перше, організація та проведення різноманітних подій дозволяє залучити туристів на цілий рік, навіть у міжсезоння, коли інші види туризму можуть бути малопривабливими. По-друге, подієвий туризм стимулює розвиток місцевої інфраструктури, включаючи готельний бізнес, транспортні послуги, а також гастрономію та розважальний сектор. Таким чином, він виступає як каталізатор для розвитку інфраструктурних об'єктів, що є важливим чинником для економічного зростання території.

Полтавська область, з її багатою історією, культурною спадщиною, численними природними ресурсами та унікальними традиціями, має значний потенціал для розвитку подієвого туризму. Територія володіє такими об'єктами як історичні пам'ятки, музеї, театри, природні парки, а також великою кількістю культурних і мистецьких заходів, які можуть бути організовані на високому рівні. Наприклад, численні фестивалі народного мистецтва, виставки, спортивні події, культурні заходи можуть привернути увагу як місцевих, так і міжнародних туристів.

Зважаючи на це, розвиток подієвого туризму в Полтавській області здатен стати потужним драйвером економічного зростання. Однак, на жаль, на сьогоднішній день потенціал регіону в цій галузі не використовується повною мірою. Більшість подій, які проводяться на території області, мають локальний характер і не здатні залучити значну кількість туристів з інших регіонів України або з-за кордону. Крім того, недостатня маркетингова підтримка подієвого туризму, обмежена інфраструктура та відсутність чіткої стратегії просування території в якості туристичної дестинації ускладнюють процес залучення інвестицій і розвиток галузі.

Питання розвитку та промоції подієвого туризму в Полтавській області є надзвичайно актуальним. Проблема полягає в тому, що, незважаючи на наявність великих можливостей і ресурсів, територія не має достатньо ефективних механізмів для активного просування своїх культурних, історичних і природних ресурсів через організацію подій. Розвиток подієвого туризму здатен не лише залучити туристів, але й сформувати позитивний імідж регіону, підвищити рівень конкурентоспроможності та забезпечити сталий економічний розвиток. Тому дослідження та розробка стратегії ефективної промоції подієвого туризму на території Полтавської області є важливим кроком до використання її потенціалу в туристичній індустрії.

Пріоритетним завданням є створення комплексного підходу до розвитку подієвого туризму, що включатиме в себе як організацію та проведення подій, так і їхню належну маркетингову підтримку, залучення інвестицій у розвиток інфраструктури, покращення послуг для туристів та створення умов для міжнародного співробітництва. Подібні заходи допоможуть збільшити туристичні потоки до Полтавської області, що, в свою чергу, сприятиме її економічному і соціальному розвитку.

**Об'єкт дослідження.** Об'єктом дослідження є територія Полтавської області як місце для розвитку та промоції продукту подієвого туризму. Розглядається, як організація і проведення подій можуть впливати на туристичну привабливість цього регіону, його економічний розвиток та культурну ідентичність.

**Предмет дослідження.** Предметом дослідження є промоція продукту подієвого туризму на території Полтавської області, вивчення ефективності маркетингових стратегій для залучення туристів до участі у культурних, спортивних та інших подіях, а також аналіз впливу подієвого туризму на розвиток регіону.

**Мета дослідження.** Метою роботи є розробка рекомендацій щодо ефективної промоції продукту подієвого туризму в Полтавській області, а також оцінка можливостей та шляхів розвитку цього напрямку для збільшення туристичних потоків і розвитку регіональної економіки.

Для досягнення мети необхідно розглянути такі **завдання**

- виділити основні поняття та особливості подієвого туризму,
- проаналізувати підходи до класифікації та методи дослідження подієвого туризму,
- провести аналіз сучасного стану подієвого туризму в Україні та на території Полтавської області,
- оцінити потенціал Полтавської області для розвитку подієвого туризму,
- розробити стратегії просування подієвих заходів на території Полтавської області.

**Методологія дослідження.** Для досягнення поставленої мети в роботі використовуються методи порівняльного аналізу, статистичного дослідження, SWOT-аналіз, методи маркетингових досліджень, а також кейс-метод для розгляду успішних прикладів організації подій у різних регіонах. Основною методологічною основою дослідження є інтеграція маркетингових, економічних і соціологічних підходів, що дозволяє комплексно оцінити можливості для розвитку подієвого туризму.

**Наукова новизна дослідження.** Науковою новизною є розробка концепції промоції подієвого туризму саме для Полтавської області, виявлення її особливостей та специфіки, а також формулювання рекомендацій щодо ефективного використання місцевих культурних, історичних та природних ресурсів для організації туристичних подій. Вперше розробляється система

стратегічних рекомендацій щодо розвитку цього виду туризму в контексті маркетингових інструментів та їх впливу на економічний розвиток регіону.

**Практична значущість.** Практична значущість роботи полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані органами місцевої влади, туристичними компаніями та організаторами подій для розробки ефективних стратегій промоції та розвитку подієвого туризму в Полтавській області. Визначення ключових факторів успіху та рекомендацій щодо їх реалізації сприятиме підвищенню конкурентоспроможності регіону та збільшенню туристичних потоків, що позитивно вплине на економічне становище регіону.

Дослідження подієвого туризму в Полтавській області є важливим кроком до оптимізації використання туристичного потенціалу регіону та сприяє розвитку національної та регіональної економіки через залучення інвестицій та створення нових робочих місць.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ**

### **1.1 Основні поняття та особливості подієвого туризму**

Рівень розвитку сфери послуг є одним із ключових показників економічного зростання країни, оскільки саме ця галузь відображає рівень добробуту населення, ступінь інтеграції держави у світову економіку та її здатність до забезпечення якісного сервісу. Важливим сегментом сфери послуг є ринок туристичних послуг, який останніми роками набуває дедалі більшого значення. Туризм відіграє ключову роль у формуванні економічного потенціалу держави, оскільки сприяє залученню інвестицій, збільшенню доходів державного бюджету, розвитку малого та середнього бізнесу, створенню нових робочих місць, а також підвищенню якості життя населення.

Однією з головних особливостей туристичної галузі є її тісний зв'язок з іншими секторами економіки. Туризм є потужним мультиплікатором, який стимулює розвиток одразу 48 галузей, серед яких готельний бізнес, громадське харчування, транспорт, торгівля, виробництво сувенірної продукції, інфраструктурне будівництво, культура та розваги, страхові й банківські послуги тощо. Завдяки туристичному сектору відбувається активізація підприємницької діяльності, що сприяє зростанню зайнятості населення та збільшенню доходів як окремих громадян, так і держави загалом[14].

Окрім економічного впливу, розвиток туристичної сфери має важливе соціокультурне значення. Туризм сприяє збереженню історичної та культурної спадщини, формує позитивний імідж країни на міжнародній арені, розвиває інфраструктуру та підвищує рівень обслуговування. В умовах глобалізації туристична галузь є не лише інструментом економічного зростання, а й засобом інтеграції країни у світову спільноту, що робить її розвиток стратегічно важливим напрямком державної політики.

Туризм виступає одним із ключових драйверів економічного розвитку, що сприяє зміцненню економіки, соціальному прогресу та формуванню сприятливого інвестиційного клімату. Його підтримка та стимулювання є важливим завданням для держави, яке потребує комплексного підходу, включаючи розвиток туристичної інфраструктури, вдосконалення законодавчої бази, створення сприятливих умов для бізнесу та активне просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку.

На сьогодні відсутнє чітке розуміння ролі подієвого туризму в туристичній галузі України, що ускладнює оцінку його впливу на економіку, культурний розвиток та соціальну сферу. Крім того, недостатньо вивченими залишаються особливості взаємодії різних складових подієвого туризму, таких як організація та проведення заходів, залучення туристів, маркетингові стратегії та інфраструктурне забезпечення [11].

Подієвий туризм, що включає фестивалі, культурні, спортивні, гастрономічні, ділові та розважальні заходи, має значний потенціал для розвитку регіонального туризму, адже стимулює економічну активність, сприяє залученню інвестицій і розширенню туристичного потоку. Однак через відсутність ефективної системи управління, розрізненість ініціатив і слабку координацію між державними та приватними структурами цей потенціал використовується не повною мірою. Така ситуація гальмує формування комплексного підходу до розвитку подієвого туризму в Україні, знижує його конкурентоспроможність на міжнародному ринку та обмежує можливості для зростання туристичних потоків. У цих умовах актуальним є дослідження сутності подієвого туризму в контексті функціонування туристичної галузі України, визначення його ключових складових, механізмів взаємодії та перспектив розвитку. Це дозволить розробити ефективну стратегію управління, спрямовану на максимізацію економічного та соціального ефекту від проведення подій, популяризацію туристичних регіонів та підвищення загальної привабливості України як туристичного напрямку[9].

Подієвий туризм є порівняно новим напрямом туристичної діяльності в Україні, що зумовлює активну наукову дискусію щодо його визначення, змісту та

значення у структурі туристичної індустрії. Вітчизняні дослідження цього феномену здебільшого зосереджені на питаннях організації, просування та маркетингових аспектів подієвих турів, що, безумовно, є важливими складовими, проте не охоплюють усіх аспектів його функціонування.

Аналіз наукових публікацій свідчить про те, що українські вчені приділяють значну увагу класифікації видів подієвого туризму залежно від географічного розташування та історичного розвитку регіонів. У цьому контексті подієвий туризм часто розглядається як частина культурно-пізнавального туризму, що є певною методологічною помилкою. Хоча збереження культурних традицій через організацію фестивалів, ярмарків, історичних реконструкцій та інших заходів справді є важливим аспектом подієвого туризму, його функції значно ширші. Подієвий туризм також включає спортивні події, ділові форуми, релігійні паломництва, гастрономічні фестивалі та розважальні заходи, кожен із яких має власний вплив на економіку, соціокультурний розвиток та формування туристичної привабливості територій[16].

На сьогодні основні дослідження українських вчених у сфері подієвого туризму зводяться до його класифікації за чотирма основними напрямками: спортивний, діловий, культурно-пізнавальний та релігійний. Однак такий підхід є дещо обмеженим, оскільки не дає повного уявлення про феномен подієвого туризму та його роль у соціально-економічному розвитку регіонів.

Вагомий внесок у вивчення сутності подієвого туризму зробили такі українські дослідники, як М. Гринів, В. Худоба [5], Н.Є. Панків, В.Р. Мороз [6], Г.П. Щука [7], Л.В. Ковальська [8], Ю.В. Безрученков[7], В.В. Олійник, О.В. Шикіна [15]. У своїх роботах вони досліджували структурні особливості подієвого туризму, його організаційні механізми та економічний вплив. Окрему увагу заслуговують праці К. Г. Наумік-Гладкої [17] та К. М. Вовк [16], у яких розглянуто вплив подієвого туризму на економічну поведінку споживачів туристичних послуг та місцевих громад. Такий підхід дає змогу розглядати подієвий туризм не лише як елемент туристичної сфери, а й як потужний інструмент розвитку територій, що

сприяє активізації економічної діяльності, зміцненню соціальної взаємодії та формуванню позитивного іміджу країни на міжнародному рівні.

Для повноцінного розуміння подієвого туризму необхідно розширити наукові дослідження у цьому напрямі, зокрема проаналізувати його роль у комплексному розвитку регіонів, оцінити вплив на економічне зростання та соціокультурні процеси, а також розробити ефективні стратегії управління й просування подієвого туризму в Україні.

Окреслення сутності подієвого туризму залишається дискусійним питанням у наукових колах, оскільки підходи до його визначення суттєво різняться. Дослідники розглядають подієвий туризм у різних аспектах: як форму рекреації та відпочинку, як окремий вид туристичної діяльності, як ринковий сегмент або як інструмент розвитку територій.

Окремо слід відзначити комплексний підхід Д. Гетца [18], який вважає, що подієвий туризм є видом туристичної діяльності, спрямованої на використання можливостей подій для розвитку туризму приймаючої сторони. Він наголошує на необхідності інтеграції подій у ширший контекст туристичної індустрії та маркетингових стратегій, що сприяє зростанню туристичного потоку та економічному ефекту. Значний акцент на маркетинговому аспекті робить Б. Рітчі [19], який визначає подієвий туризм як інструмент мотивації у стратегіях розвитку територій, тоді як М. Уїтфорд [20] аналізує його як інструмент регіонального розвитку. Р. Стоукс [21], у свою чергу, підкреслює важливість подієвого туризму як складової державної стратегії, що може мати значний вплив на економічне зростання країни.

Подієвий туризм є багатограним явищем, що поєднує культурні, економічні, маркетингові та соціальні складові. Його стратегічний розвиток у туристичній сфері України потребує системного підходу, врахування міжнародного досвіду та інтеграції подій у загальну концепцію регіонального і національного туристичного розвитку.

Узагальнення наведених визначень дозволяє виокремити два основні підходи до розуміння сутності «подієвого туризму». Вони можуть застосовуватися як

комплексно, так і окремо. Перший підхід розглядає подієвий туризм як інструмент регіонального або державного розвитку.

Другий підхід трактує його як динамічний процес взаємодії ключових складових: територія – час – подія – споживання – турист. Залежно від реалізації конкретних функцій, подієвий туризм може набувати різних характеристик, зокрема виступати ринковим сегментом або унікальною туристичною пропозицією.

Аналіз наведених визначень дозволяє сформулювати узагальнене тлумачення: подієвий туризм – це комплексне явище, що охоплює подію, організаційні заходи, місце і час проведення, а також механізми формування та координації туристичних потоків до місця призначення [6].

Подієвий туризм впливає на психологічний стан туристів, формуючи їхнє ставлення до певної дестинації та мотивуючи або, навпаки, демотивуючи їх до повторного візиту. Крім того, він виступає важливим чинником розвитку території через організацію заходів. Його наслідками можуть бути не лише покращення місцевої інфраструктури та створення туристичного бренду, а й формування унікального психологічного клімату регіону. Важливу роль у цьому процесі відіграє реакція місцевих жителів на події—їхнє сприйняття, несприйняття або готовність до їх проведення визначає напрям розвитку території. У цьому контексті особливо актуальним є вивчення впливу подієвого туризму на психологічний клімат приймаючої сторони.

## **1.2 Підходи до класифікації подієвого туризму**

Подієвий туризм є важливим напрямом туристичної індустрії, який охоплює широкий спектр заходів, що приваблюють як місцевих мешканців, так і гостей з інших регіонів та країн. Він сприяє розвитку території, підвищенню їхньої впізнаваності, зміцненню економіки через залучення туристичних потоків, а також формуванню культурного та психологічного клімату. Однією з ключових характеристик подієвого туризму є його класифікація за різними критеріями, серед

яких особливу увагу в науковій літературі приділяють масштабності та тематиці заходів.

Так, за масштабом подієвий туризм поділяється на кілька рівнів. Відповідно до класифікації, запропонованої Бейдик О.О.[22] виділяють подієвий туризм національного та міжнародного рівнів. Такий поділ є цілком логічним, адже існують заходи, що мають загальнодержавне значення, наприклад, національні свята, фестивалі, спортивні події, а також міжнародні події, що приваблюють туристів із різних країн. Однак ця класифікація не є вичерпною, оскільки не враховує заходів локального масштабу, які хоч і мають обмежене територіальне поширення (наприклад, у межах міста, району або області), проте відіграють важливу роль у розвитку місцевого туризму. Крім того, слід розглядати й заходи планетарного рівня, які мають глобальне значення та збирають туристів з усього світу.

Локальні події – це заходи, що проводяться в межах одного населеного пункту чи невеликого регіону. Вони можуть включати міські фестивалі, традиційні ярмарки, культурні або спортивні змагання. Наприклад, міські дні, карнавальні ходи або локальні театральні фестивалі, які приваблюють здебільшого мешканців регіону та сусідніх територій.

Національні події мають більш масштабний характер і охоплюють значну частину населення країни. Це можуть бути державні свята, великі спортивні події, національні фестивалі або значущі культурні заходи. В Україні прикладом такого подієвого туризму є День Незалежності, фестиваль «Країна Мрій» або Київський міжнародний кінофестиваль «Молодість».

Міжнародні події привертають увагу не лише громадян однієї країни, а й гостей з-за кордону. Наприклад, Одеська Гуморина є міжнародним фестивалем, оскільки її відвідують туристи з інших держав. Подібними заходами також є Євробачення, Каннський кінофестиваль, Венеціанський карнавал або Чемпіонати світу з футболу.

Події планетарного рівня охоплюють найширшу аудиторію та є наймасштабнішими у своєму роді. Вони не лише привертають туристів з усього

світу, а й мають величезний вплив на економіку, культуру та навіть політику. До таких заходів належать Олімпійські ігри, вручення Нобелівської премії, конкурси «Міс світу» та «Міс Всесвіт», церемонія вручення кінопремії «Оскар».

Таким чином, подієвий туризм за масштабом можна поділити на чотири рівні: локальний, національний, міжнародний та планетарний. Кожен із них відіграє важливу роль у розвитку туристичної сфери, сприяє залученню інвестицій, покращенню інфраструктури та формуванню позитивного іміджу DESTINAЦІЙ.

Подієвий туризм є одним із найдинамічніших сегментів туристичної індустрії, який охоплює широкий спектр заходів, здатних залучати відвідувачів з різних куточків світу. Його класифікація за тематикою варіюється залежно від дослідницьких підходів. Так, Топалова О.І. [22] виділяє такі види подієвого туризму, як аукціони, гастрономічні фестивалі, національні фестивалі та свята, покази мод, спортивні події, театралізовані шоу, фестивалі й виставки квітів, фестивалі кіно й театру, а також музичні фестивалі та конкурси.

Проте цей перелік не є вичерпним і потребує розширення. До подієвого туризму також варто віднести конкурси краси, наукові конгреси, з'їзди, форуми та виставки різної тематики, естрадні, циркові та театральні концерти. Важливе місце у структурі подієвого туризму займають значущі релігійні події, які відрізняються від паломницького чи екскурсійно-пізнавального релігійного туризму, наприклад, обрання Папи Римського. Окрему категорію складають суспільно-політичні заходи, такі як масові протестні рухи («Помаранчева революція», «Революція троянд»), міжнародні саміти, з'їзди політичних партій та інші події, що впливають на суспільно-політичний ландшафт.

Дещо інший підхід до класифікації подієвого туризму за тематикою запропонували А. А. Глушко та А. М. Сазикін у своїй праці «Географія туризму». Вони визначають подієвий туризм як сукупність заходів, які сприяють розвитку туристичної галузі, і до його категорій відносять міжнародні виставки, ярмарки, наради, конференції, конгреси, спортивні заходи, конкурси та фестивалі. Їхній підхід зосереджується не на теоретичних аспектах подієвого туризму, а на переліку подій, які формують цей напрямок.

Загалом, найдоцільнішим є поділ подієвого туризму на тематичні групи атракцій. Важливо зазначити, що цей список постійно змінюється та доповнюється новими видами подій. З розвитком суспільства та появою нових тенденцій в культурі, економіці та технологіях змінюється і структура подієвого туризму. Нові події можуть скласти конкуренцію вже існуючим, проте повне зникнення традиційних форм подієвого туризму є малоімовірним. Змінюється лише їхня частка у загальній системі подієвих заходів.

Як окремий напрям туризму, подієвий туризм почав формуватися відносно недавно—лише з кінця 1980-х років. Першу офіційну згадку про нього можна знайти у звіті Департаменту з пропаганди туризму Нової Зеландії 1987 року, де зазначалося, що «подієвий туризм—це важливий і швидко зростаючий сегмент міжнародного туризму». У 1989 році журналіст Дональд Гетц своєю статтею «Спеціальні події: дефініція продукту» зробив значний внесок у розвиток подієвого туризму як окремої галузі економіки, що дало поштовх до подальших наукових досліджень та комерційного розвитку цього напрямку [19].

Як і для будь-якої іншої галузі господарства, для подієвого туризму критично важливими є дослідження попиту та пропозиції на різноманітні атракції, які становлять основу для формування турпродукту. Вивчення цих факторів дозволяє зрозуміти, які події та активності будуть найбільш привабливими для туристів, що дає можливість створити продуктивний та конкурентоспроможний туристичний пакет. Однак не менш важливим аспектом є методи просування таких сформованих турпакетів. У сучасному туризмі, зокрема в подієвому його сегменті, однією з основних стратегій є поєднання іміджу DESTINAЦІЇ з конкретним туристичним продуктом, оскільки туристи часто вибирають місце для подорожі не лише через конкретні події, а й завдяки позитивному іміджу та репутації території.

Подієвий туризм відіграє важливу роль у синхронізації туристичних потоків у міжсезоння. Завдяки організації унікальних заходів у періоди, коли туристичний потік зазвичай зменшується, можна залучити нових відвідувачів та створити додатковий попит на туристичні послуги. Це дає можливість не лише підтримувати

стабільний рівень туристичних відвідувань, але й забезпечує економічне зростання територій у періоди "тихого" сезону.

Крім того, подієвий туризм є потужним каталізатором для розвитку туристичної інфраструктури. Проведення великих подій, фестивалів, спортивних змагань чи культурних заходів сприяє модернізації і розширенню інфраструктури, що забезпечує більшу "пропускну здатність" території. Це включає покращення транспортної інфраструктури, будівництво нових готелів, розвиток комунікаційних мереж і навіть створення нових туристичних об'єктів. Таким чином, подієвий туризм стає важливим інструментом не лише для стимулювання попиту на туристичні послуги, але й для сталого розвитку територій, що приймають великі заходи.

Отже, подієвий туризм є надзвичайно перспективним і складним за своєю структурою напрямом туризму, який поєднує різноманітні аспекти культурних, спортивних, економічних та інших заходів, що становлять його основу. Це дозволяє йому займати важливу нішу на ринку туристичних послуг. Зважаючи на відносну молодість цього виду рекреації, можна з упевненістю стверджувати, що в майбутньому він продовжить еволюціонувати, охоплюючи нові форми атракцій і адаптуючись до змін у потребах і інтересах туристів. Така трансформація відкриває великі можливості для розвитку різних видів подій і заходів, які можуть залучати нові цільові аудиторії, а також сприяти різноманітності туристичних пропозицій[4].

Важливо також відзначити, що подієвий туризм, як і будь-яка інша галузь господарства, підпорядковується законам економіки. Це означає, що він вимагає постійного моніторингу ринку, а також детального вивчення попиту та пропозиції, щоб забезпечити сталий розвиток. Крім того, подієвий туризм потребує чіткої стратегії маркетингових досліджень і стратегічного планування для ефективного просування і реалізації туристичних продуктів. Важливою складовою є і аналіз ефективності проведених заходів, що дозволяє коригувати стратегії розвитку і задовольняти змінні потреби споживачів. Завдяки комплексному підходу та

адаптації до актуальних економічних і культурних трендів, подієвий туризм може стати ключовим драйвером розвитку туристичних територій у майбутньому.

### **1.3 Методи дослідження подієвого туризму**

Методи дослідження подієвого туризму мають велику значущість для розуміння того, як цей специфічний напрямок туризму розвивається, формує попит та пропозицію на ринку туристичних послуг і, зрештою, як він впливає на розвиток територій. Оскільки подієвий туризм є новим, але вже важливим елементом індустрії, його дослідження потребує застосування різноманітних підходів і методів, які дозволяють оцінити ефективність заходів, вивчити споживацькі настрої, а також оцінити економічний та соціальний вплив подієвих заходів на певні регіони. В цьому контексті виділяються як традиційні, так і специфічні методи, що допомагають комплексно підходити до дослідження подієвого туризму.

Одним із основних методів дослідження є вивчення попиту та пропозиції на подієві туристичні продукти. Для цього застосовуються різноманітні кількісні та якісні методи аналізу. Основним завданням є визначення, наскільки цікаві й актуальні певні події для потенційних туристів. Це передбачає проведення соціологічних опитувань, маркетингових досліджень, а також використання великих даних для вивчення тенденцій туристичних потоків[10].

Опитування туристів дозволяють зрозуміти, які події є найпривабливішими для певних цільових аудиторій, а також оцінити їхні вподобання та очікування щодо якості обслуговування, рівня інфраструктури, ціни та інших факторів. Це дає змогу сформувати пропозицію, яка найбільше відповідає вимогам ринку. З іншого боку, аналіз пропозиції включає в себе вивчення наявних подієвих заходів, їх формату, рівня організації, а також їх здатності задовольняти попит. При цьому важливо вивчити не тільки типи заходів, а й їх потенційний вплив на розвиток інфраструктури та економіку регіону.

Маркетингові дослідження є невід'ємною частиною вивчення подієвого туризму, оскільки допомагають сформувати стратегії просування подієвих продуктів. До таких досліджень відносяться аналіз ринкових тенденцій,

сегментація ринку, визначення конкурентного середовища та ін. Важливим аспектом є також формування бренду регіону через події, що дозволяє виділити його серед інших туристичних напрямків. Для цього необхідно провести дослідження ефективності реклами та оцінити, як події сприймаються цільовою аудиторією. Це може включати аналіз маркетингових кампаній, а також вивчення каналів просування (зокрема онлайн-маркетинг, соціальні мережі, реклама в медіа) та їх ефективності[12].

Крім того, маркетингові дослідження допомагають встановити оптимальні ціни на тури, враховуючи рівень попиту, витрати на організацію події, а також загальні економічні умови. Таким чином, маркетинг стає важливим інструментом не тільки для просування подій, а й для забезпечення їх рентабельності та успіху.

Економічний аналіз є важливою складовою дослідження подієвого туризму, оскільки дозволяє оцінити його вплив на економіку регіону або країни. Це включає в себе аналіз витрат на організацію події, очікувані доходи від продажу квитків, а також інші можливі фінансові надходження, що виникають внаслідок проведення заходу (наприклад, зростання обсягів продажу місцевих товарів і послуг, збільшення надходжень від податків).

Особливо важливо оцінити мультиплікативний ефект від проведення події. Це означає, що організація великої події може сприяти розвитку кількох галузей економіки, таких як готельний бізнес, транспорт, торгівля, громадське харчування та інші. Економічний ефект від подієвого туризму може вимірюватися як безпосередніми фінансовими надходженнями, так і довгостроковими перевагами, такими як покращення інфраструктури чи збільшення популярності регіону[15].

Соціологічні дослідження є важливим методом для вивчення соціальних аспектів подієвого туризму, зокрема сприйняття події місцевим населенням та туристами. Важливо оцінити, як подієвий туризм впливає на громадське середовище: чи сприяє він розвитку соціальної згуртованості, покращенню якості життя мешканців, чи виникають соціальні конфлікти через високий рівень туристичної активності.

Такі дослідження включають в себе інтерв'ю з місцевими жителями, опитування щодо їхнього ставлення до подій, а також аналіз змін в соціально-економічному розвитку території. Вивчення ставлення місцевого населення до організації подій може допомогти запобігти соціальним напруженням і створити умови для ефективної взаємодії між туристами та місцевими жителями.

Не менш важливими є культурні та історичні дослідження, оскільки подієвий туризм тісно пов'язаний з культурним контекстом регіону. Оскільки події можуть включати в себе театральні вистави, концерти, фестивалі, спортивні змагання, ярмарки, то вони мають глибоке коріння в культурі та історії місцевості. Дослідження культурних аспектів дозволяє оцінити, як події сприяють збереженню культурної спадщини, чи є вони чинником популяризації традицій і чи можуть вони викликати зацікавленість у туристів з різних культурних середовищ.

Збереження традицій через подієвий туризм може також бути важливим аспектом розвитку місцевого туризму, адже це дозволяє створити унікальні пропозиції для туристів, що шукають автентичний досвід. Аналіз впливу подієвого туризму на збереження культурної спадщини та популяризацію місцевих традицій є важливим напрямом досліджень.

І, нарешті, географічні та екологічні дослідження також є важливою частиною дослідження подієвого туризму. Події, що організовуються в природних або історичних місцях, можуть мати значний вплив на навколишнє середовище. Важливо враховувати екологічні наслідки від проведення масових заходів: чи сприяють вони збереженню природних ресурсів чи, навпаки, погіршують стан довкілля.

Географічні дослідження допомагають визначити оптимальні місця для проведення подій, що дозволяє зменшити навантаження на екосистеми та забезпечити безпечне та комфортне перебування туристів[13].

Таким чином, дослідження подієвого туризму є складним і багатограним процесом, який вимагає застосування різноманітних методів. Застосування комплексного підходу дозволяє отримати повну картину щодо ефективності

проведення подієвих заходів, їхнього впливу на економіку, суспільство, культуру та навколишнє середовище.

## РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ПРОДУКТУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ ПОЛТАВЩИНИ

### 2.1 Загальна характеристика подієвого туризму Полтавщини

У сучасних умовах глобалізації туристичний ринок дедалі більше перетворюється на важливий інструмент соціально-економічного розвитку не лише окремих країн, а й цілих регіонів. Туризм виступає не тільки як самостійна галузь національного господарства, а й як потужний каталізатор міжгалузевої взаємодії, забезпечуючи надходження інвестицій, стимулювання підприємництва, зайнятості населення та формування позитивного іміджу території. Особливе значення в цьому контексті набуває регіональна туристична політика, яка є невід'ємною складовою національної стратегії, проте реалізується з урахуванням локальної специфіки – культурно-історичної, природно-географічної, соціально-економічної та інфраструктурної.

Подієвий туризм, як один із найдинамічніших напрямів туристичної діяльності, зосереджений на організації та відвідуванні заходів культурного, історичного, етнографічного, релігійного чи спортивного спрямування. Він має особливу значущість для розвитку регіонів, які володіють яскраво вираженим культурним потенціалом. Полтавщина, як один із найдавніших історико-культурних центрів України, характеризується високим потенціалом для формування унікального туристичного продукту на основі подієвих заходів. Її багата культурна спадщина, традиції, звичаї та обряди, збережені у масових святкуваннях, щорічних фестивалях та урочистостях, становлять підґрунтя для розвитку подієвого туризму, що здатен приваблювати туристів не лише з інших регіонів України, а й з-за кордону.

Регіональна туристична політика Полтавщини, орієнтована на розвиток подієвого туризму, передбачає створення конкурентоспроможного туристичного продукту, заснованого на автентичних елементах місцевої культурної спадщини. У цьому контексті важливими завданнями є: збереження і популяризація нематеріальної культурної спадщини; розвиток інфраструктури, необхідної для

прийому значного потоку відвідувачів; маркетингове просування заходів на внутрішньому та міжнародному ринках. Такий підхід дозволяє забезпечити збільшення соціально-економічного ефекту від туристичної діяльності: сприяти зайнятості населення, зростанню доходів від підприємницької активності у сфері гостинності, торгівлі, транспорту, а також розвитку креативних індустрій. Подієвий туризм Полтавщини виступає не лише як інструмент збереження та актуалізації регіональної ідентичності, а й як перспективний вектор для сталого економічного розвитку області. Комплексна підтримка та інтеграція заходів подієвого туризму в загальну стратегію розвитку території дозволяє досягти синергетичного ефекту, сприяючи підвищенню туристичної привабливості регіону, його конкурентоздатності та іміджевої привабливості на національному та міжнародному рівнях.

Полтавська область є важливим туристичним центром України, що демонструє позитивну динаміку розвитку туристичної галузі протягом останніх років. Згідно з офіційними статистичними даними, кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, у 2020 році становила 18 993 особи, з яких 1 054 — внутрішні туристи, а 17 939 — виїзні туристи. Варто зазначити, що ці показники не враховують значну кількість самостійних мандрівників, які не користуються послугами туристичних агентств, що свідчить про необхідність удосконалення системи обліку туристичних потоків[23].

Значним індикатором активності туристичної сфери є надходження від туристичного збору. У Полтавській громаді цей показник демонструє стійке зростання: у 2021 році сума збору становила 2 463 401 гривню, у 2022 році — 3 140 701 гривню, у 2023 році — 3 351 051 гривню, а у 2024 році — 3 751 530 гривень. Ці кошти спрямовуються на реалізацію міської програми "Полтава туристична", що підкреслює важливість туризму для економічного розвитку регіону. На рівні області, за перше півріччя 2024 року, податкові надходження від туризму зросли до 28,9 мільйона гривень, що перевищує показники попередніх трьох років, які коливалися в межах 17–18 мільйонів гривень. За весь 2023 рік область отримала 45,4 мільйона гривень від туристичної діяльності, що на третину більше, ніж у 2022

році, і перевищує показники 2021 року. Щодо туристичної інфраструктури, на території Полтавської області функціонує 12 туристичних інформаційних центрів (ТІЦ), з яких 5 розташовані безпосередньо в Полтаві. Ці центри відіграють ключову роль у наданні інформації про регіон та сприяють підвищенню якості обслуговування туристів[23].

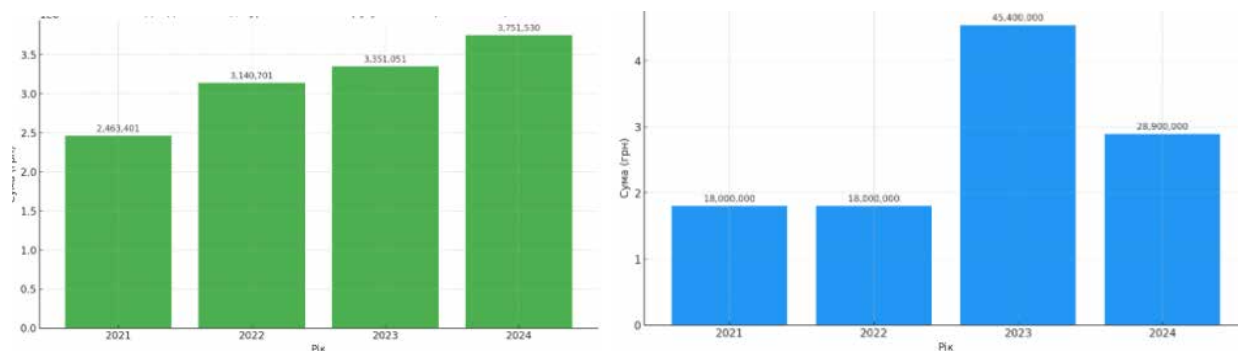


Рис.2.1. Податкові надходження від туризму у Полтавській області за 2021–2024 роки[22]

Аналізуючи дані за період 2020–2024 років, можна констатувати позитивні тенденції у розвитку туристичної галузі Полтавщини, що виражається у зростанні фінансових надходжень від туризму та покращенні інфраструктури, що, у свою чергу, сприяє підвищенню привабливості регіону для відвідувачів.

У контексті розвитку подієвого туризму Полтавської області варто проаналізувати показники реалізації послуг у сфері тимчасового розміщення та організації харчування, які є невід’ємною складовою інфраструктури туризму. Частка Полтавщини у загальнодержавному обсязі реалізованих туристичних послуг за середньорічними показниками становила 1,65% у сфері тимчасового розміщення та 0,7% у сфері організації харчування. Водночас, у 2019 році ці показники сягали 1,43% та 0,75% відповідно. Незважаючи на те, що у порівнянні з попередніми роками кількість наданих послуг у регіоні зростає, відносна частка Полтавської області на тлі загальнонаціонального ринку зазнала зниження. Це свідчить про активізацію туристичної діяльності в інших регіонах України та про загальну позитивну динаміку розвитку галузі на державному рівні, зокрема в сегменті подієвого туризму[23].

Окрему увагу необхідно приділити впливу пандемії COVID-19 у 2020 році, яка мала вкрай негативні наслідки для туристичної індустрії загалом і для подієвого туризму зокрема. Внаслідок карантинних обмежень, скасування масових заходів, зниження мобільності населення та скорочення туристичних потоків, рівень реалізації послуг у Полтавській області різко знизився. У 2020 році частка області в загальному обсязі реалізованих в Україні послуг з тимчасового розміщення становила лише 0,7%, що стало одним із найнижчих показників за останнє десятиліття. Такий спад вказує на суттєві структурні проблеми в туристичній інфраструктурі регіону та на недостатнє використання потенціалу подієвого туризму в період кризи[22].

У наступні роки – з 2021 по 2024 – спостерігалось поступове відновлення туристичної діяльності в області. Завдяки пом'якшенню карантинних обмежень, активізації внутрішнього туризму, а також реалізації місцевих програм розвитку туристичної галузі, частка Полтавської області у загальнодержавному обсязі туристичних послуг почала зростати. Особливо варто відзначити підвищення зацікавленості туристів до участі у подієвих заходах – фестивалях, історико-культурних реконструкціях, гастрономічних форумах, які стали візитівкою регіону та сприяли збільшенню обсягів реалізованих послуг[22]. Так, за даними за 2023 рік, частка Полтавської області у сфері тимчасового розміщення склала близько 1,3%, що хоча й не досягло докризового рівня, проте свідчить про стійку тенденцію до зростання. У 2024 році цей показник продовжив позитивну динаміку, сягнувши орієнтовно 1,5%, що є результатом цілеспрямованої політики щодо розвитку подієвого туризму, модернізації об'єктів розміщення та активного маркетингового просування туристичного потенціалу області.

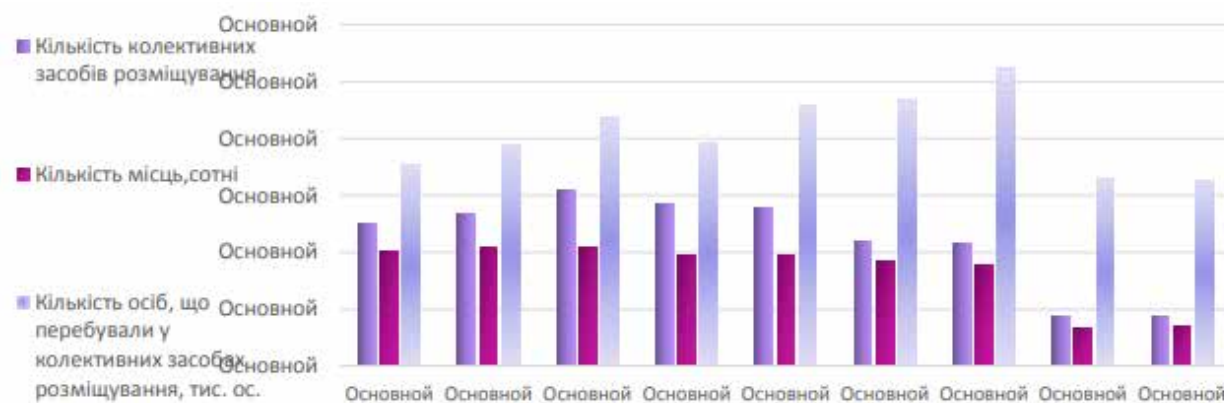


Рис.2.2. Динаміка показників діяльності засобів розміщення в Полтавській області [22]

Полтавська область поступово відновлює позиції на туристичному ринку України, проте все ще потребує стратегічних підходів до реалізації свого подієвого потенціалу, зокрема через покращення туристичної інфраструктури, розвиток сервісу, розширення географії подій і залучення інвестицій у сферу гостинності. Упродовж останніх років Полтавська область продовжує послідовно зміцнювати свої позиції на туристичній мапі України та світу, презентуючи багатий туристично-рекреаційний потенціал через участь у національних і міжнародних заходах, фестивалях, форумах, виставках, а також завдяки реалізації проєктів із розвитку культурної спадщини та підтримки народних ремесел. Полтавщина вирізняється високим рівнем автентичності, культурного різноманіття, унікальною гастрономічною спадщиною та традиціями, що створюють підґрунтя для динамічного розвитку подієвого туризму.

Одним із стратегічних напрямів формування туристичної привабливості регіону стала активна участь у престижних туристичних форумах, виставках і конференціях, що дали змогу не лише презентувати туристичні продукти області, але й налагодити партнерські зв'язки, залучити інвестиції, а також сприяти збереженню нематеріальної культурної спадщини. Поряд із цим, протягом 2020–2024 років було впроваджено низку ініціатив, спрямованих на популяризацію традиційних ремесел, розвиток інфраструктури та підтримку місцевих ініціатив у сфері культури та туризму.

Таблиця 2.1

Основні заходи та ініціативи з популяризації туристичного потенціалу  
Полтавської області (2019–2024)[22]

<b>Рік</b>	<b>Назва заходу / ініціативи</b>	<b>Місце проведення / реалізації</b>	<b>Коротка характеристика</b>
2019	XXV виставка «Na Styku Kultur»	Лодзь, Польща	Міжнародна презентація туристичних маршрутів Полтавщини
2019	Ювілейна UITT-2019	Київ	Розширена презентація рекреаційного потенціалу області
2019	Конференція «Туризм як інструмент міжкультурної взаємодії»	Одеса	Налагодження міжрегіональних контактів
2019	VII музейно-туристичний фестиваль	Кропивницький	Популяризація музеїв Полтавщини
2019	Форум «Харків: партнерство і туризм»	Харків	Міжрегіональне співробітництво
2019	Фестиваль «Чарівна симфонія козацтва»	с. Омельник	Збереження та популяризація козацької спадщини
2019	Тур'євроцентр	Ужгород	Участь у виставці-ярмарку для залучення туристів до регіону
2019	UITM-2019	Київ	Просування брендового туристичного продукту Полтавщини
2020	Ініціатива створення Всеукраїнського центру вишивки та килимарства	сmt Решетилівка	Підтримка ремесел, сприяння збереженню нематеріальної культурної спадщини
2021	Впровадження регіонального бренду «Полтавщина туристична»	Полтавська область	Брендинг і промоція регіону на національному рівні
2022	Проведення онлайн-фестивалів (через COVID-19)	Онлайн	Популяризація культури через цифрові формати
2023	«Полтавські гостини» – фестиваль традиційної кухні	Полтава	Туристичне просування локальної гастрономії

*Продовження табл.2.1*

2023	Відкриття інтерактивної туристичної карти області	Полтавська область	Цифровізація туристичних маршрутів
2024	Участь у Міжнародній виставці ITB Berlin	Берлін, Німеччина	Презентація області як безпечного культурно-туристичного напрямку
2024	Розвиток туристичних маршрутів «Шляхом Гоголя»	Полтавська область	Розширення тематичних маршрутів, присвячених культурній спадщині

*Складено авторами за матеріалами: [22]*

Таким чином, у 2020–2024 роках Полтавська область продемонструвала стійку тенденцію до розвитку подієвого туризму через систематичне впровадження культурних ініціатив, розвиток ремесел, активну присутність на виставкових платформах, цифровізацію туристичних продуктів і створення комфортних умов для мандрівників. Усе це формує конкурентоздатний туристичний імідж регіону на міжнародній арені та забезпечує сталість розвитку туризму як важливого елементу регіонального розвитку.

## **2.2 Основні види продукту подієвого туризму Полтавської області**

Основні види продукту подієвого туризму Полтавської області формуються на перетині глибокої історичної пам'яті, культурної самобутності, етнографічного розмаїття та збережених традицій народного мистецтва. Саме цей симбіоз забезпечує унікальність туристичних подій регіону, створюючи потужне підґрунтя для формування висококонкурентного туристичного продукту, орієнтованого як на внутрішнього, так і на зовнішнього споживача. Подієвий туризм на Полтавщині охоплює різноманітні напрями, серед яких провідне місце займають історико-культурні, мистецькі, гастрономічні, етнографічні, релігійні та спортивні заходи, кожен з яких відображає автентичний образ регіону[33].

Одним із найбільш вагомих і концептуально сформованих напрямів подієвого туризму Полтавської області є історико-культурний туризм, що ґрунтується на репрезентації героїчного минулого краю, передусім періоду українського козацтва, важливих військових подій, а також історичних постатей,

які мали суттєвий вплив на формування регіональної ідентичності. Унікальність цього напрямку полягає в його здатності поєднувати наукову реконструкцію минулого з інтерактивною культурною практикою, що дозволяє не лише зберігати історичну пам'ять, а й активно впроваджувати її в сучасний соціокультурний дискурс.

Одним із найяскравіших прикладів такого підходу є щорічний фестиваль «Чарівна симфонія козацтва», який проходить у селі Омельник Кременчуцького району Полтавської області. Цей захід має багатофункціональний характер і виконує як культурно-просвітницьку, так і патріотично-виховну функцію. Фестиваль охоплює широку палітру заходів, що спрямовані на відтворення козацької доби: реконструкції бойових дій, у яких беруть участь історичні клуби з різних регіонів України; демонстрації традиційної зброї та одягу, що відтворюються згідно з історичними джерелами; показові кінні змагання та козацькі ігри, які передають дух військово-спортивного загартування козацького воїнства[1].



Рис.2.3. Фестиваль «Чарівна симфонія козацтва» [26]

Особливу увагу в межах фестивалю приділено інтерактивним формам залучення молоді, зокрема шляхом проведення майстер-класів із володіння шаблею, стрільби з лука, виготовлення козацького спорядження. Такий формат дозволяє не лише інформувати молодше покоління про сторінки національної історії, а й сприяти формуванню національно-патріотичних почуттів, що є надзвичайно актуальним в умовах гібридних загроз та зовнішньополітичних викликів, що стоять перед Україною.

Іншим, не менш важливим елементом подієвого історико-культурного туризму Полтавщини є комплекс заходів, присвячених Полтавській битві 1709 року, яка стала одним із ключових військово-політичних конфліктів XVIII століття в європейській історії. Щорічно в місті Полтава, на території Державного історико-культурного заповідника «Поле Полтавської битви», відбувається низка тематичних подій, що мають міжнародний статус[]. Серед них — науково-практичні конференції, круглі столи, виставки архівних матеріалів, що дозволяють досліджувати багатогранні аспекти Полтавської битви не лише з воєнної, а й з політичної, дипломатичної, культурної та гуманітарної точок зору. Значне місце посідають театралізовані реконструкції бою, в яких беруть участь професійні реконструктори з України та з-за кордону. Ці події не лише відтворюють військову тактику й логістику XVIII століття, а й демонструють багатовекторність історичних наративів, що супроводжують Полтавську битву — зокрема, конфлікт між Московським царством і Швецією, а також роль гетьмана Івана Мазепи у спробах здобуття незалежності України. У цьому контексті подієвий туризм виконує не лише культурну чи просвітницьку, але й націєтворчу функцію, дозволяючи глибше осмислити події, що формували українську історичну пам'ять у контексті європейської цивілізаційної спадщини[26].



Рис.2.4. Державного історико-культурного заповідника «Поле Полтавської битви»

Не менш вагомим чинником у розвитку історико-культурного туризму є створення інфраструктурних умов для належного проведення заходів, зокрема реконструкція музеїв, впровадження мультимедійних експозицій, організація туристичних маршрутів до історичних об'єктів. Зокрема, у рамках проєкту «Полтавська битва – європейська спадщина», фінансованого за підтримки міжнародних інституцій, реалізовано модернізацію експозицій у музеї-заповіднику, що дозволяє інтерактивно ознайомлюватися з подіями початку XVIII століття за допомогою технологій доповненої реальності.

Крім зазначених фестивалів, у Полтавській області активно функціонують і менш масштабні, проте концептуально важливі події, пов'язані з вшануванням історичних постатей — зокрема, пам'яті Івана Котляревського, Василя Симоненка, Панаса Мирного. Такі заходи — як-от «Котляревські читання» або «Симоненківська весна» — об'єднують елементи наукового осмислення культурної спадщини, музейної діяльності та інтерактивного мистецького дійства. Це дозволяє переосмислювати образи національної ідентичності через призму культурної спадщини та водночас активізувати інтерес широкого кола населення до відвідування історико-культурних заходів. Загалом історико-культурний подієвий туризм у Полтавській області постає як системно розвинена і стратегічно важлива складова туристичного кластеру, яка ґрунтується на поєднанні глибокої історичної пам'яті, креативного підходу до її репрезентації та сучасного технічного забезпечення заходів. Цей напрям має значний потенціал для подальшого розвитку, зокрема через активізацію транскордонної співпраці, участь у міжнародних грантових програмах, а також розробку інноваційних форматів залучення молоді до вивчення історії рідного краю[27]. В умовах сучасного інформаційного суспільства, де боротьба за культурну пам'ять є елементом глобальних дискурсів, саме подієвий туризм стає дієвим інструментом збереження й актуалізації національної ідентичності, а також сприяє соціально-економічному зростанню територіальних громад.

Іншим вагомим напрямом подієвого туризму Полтавської області, що відіграє важливу роль у формуванні культурного іміджу регіону, є мистецькі

фестивалі, які уособлюють креативний підхід до збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини через призму вшанування видатних постатей української літератури, театру, живопису й музики. Важливою особливістю таких заходів є їхня функціональна багатосаровість, що включає не лише розважально-естетичну складову, а й освітньо-виховну, просвітницьку, меморіальну, а також потенціал для розвитку міжрегіонального та міжнародного культурного діалогу.

З-поміж мистецьких фестивалів Полтавщини особливої уваги заслуговують події, присвячені Миколі Васильовичу Гоголю, який народився в селі Великі Сорочинці Миргородського району. У межах збереження і популяризації його творчості щорічно організовується фестиваль «Гоголівська осінь», який є прикладом мультижанрової події з глибоким культурологічним контекстом. Цей фестиваль охоплює низку активностей: театралізовані дійства за мотивами творів Гоголя, поетичні вечори, літературні читання, мистецькі пленери за участі художників з різних куточків України, а також молодіжні конкурси літературної та мистецької творчості. Основна частина заходів проходить на території гоголівських локацій – меморіального музею, садиби, центральної площі села, що додає події автентичності та емоційного занурення в атмосферу епохи письменника[29].

Фестиваль «Гоголівська осінь» не лише виконує меморіальну функцію, а й активно формує нову інтерпретацію творчості Гоголя у світлі сучасного українського культурного простору. Наприклад, упродовж останніх років у межах заходу з'явилися нові формати – дискусійні платформи, виставки сучасної графіки на гоголівську тематику, постановки молодіжних театральних студій, кінопокази за мотивами класичних творів. Все це дозволяє адаптувати класику до сучасного сприйняття, зберігаючи її ціннісне ядро та водночас осучаснюючи спосіб подачі.

Не менш знаковою фігурою для Полтавщини є Іван Котляревський, автор «Енеїди», який вважається основоположником нової української літератури. У місті Полтава щорічно в день народження письменника (9 вересня) проводяться урочисті заходи, зокрема літературно-мистецьке свято «Котляревський фест», що поєднує традиційні та сучасні підходи до вшанування митця. У програмі свята —

покладання квітів до пам'ятника Котляревському, екскурсії в літературно-меморіальний музей, театралізовані вистави за його творами у Полтавському академічному обласному музично-драматичному театрі, відкриті поетичні майданчики для молодих авторів, майстер-класи з історії української мови. Окрему увагу привертає конкурс на краще читання уривків з «Енеїди» у креативній інтерпретації, що дозволяє залучити молодь до пізнання літературної спадщини в інтерактивному форматі[29].

Ще одним важливим мистецьким осередком є заходи, що проводяться на вшанування Панаса Мирного (Івана Яковича Рудченка) — письменника, який зробив вагомий внесок у формування реалістичного напрямку в українській прозі. У Полтаві функціонує Літературно-меморіальний музей Панаса Мирного, на базі якого відбуваються щорічні літературні читання, музичні вечори та наукові конференції, які мають характер академічного форуму та мистецького діалогу. Особливої популярності набуло свято «Дні Панаса Мирного», що об'єднує істориків, літературознавців, митців, студентів та представників творчої інтелігенції. Такий формат поєднує наукову дискусію з мистецькою інтерпретацією, сприяючи всебічному розкриттю творчості письменника, його ролі у розвитку української суспільної думки кінця XIX – початку XX ст[30].

Загалом, мистецькі фестивалі Полтавщини виконують декілька ключових функцій у сфері туризму та культурної політики. По-перше, вони сприяють збереженню та популяризації культурної спадщини через створення багаторівневого культурного продукту, що містить як традиційні, так і інноваційні елементи. По-друге, такі заходи активізують участь місцевого населення, що є важливим для формування ідентичності територіальної громади та її емоційного залучення до розвитку регіону. По-третє, мистецькі фестивалі створюють привабливий туристичний продукт, який має потенціал не лише для внутрішнього туризму, а й для залучення іноземних гостей. Розробка туристичних маршрутів, пов'язаних із життям і творчістю визначних діячів, дозволяє інтегрувати фестивальні події у ширший культурно-пізнавальний контекст і подовжити туристичний сезон[1].

Також слід відзначити, що мистецькі заходи часто супроводжуються ярмарками народної творчості, гастрономічними фестивалями, виставками декоративно-прикладного мистецтва, що розширює цільову аудиторію і забезпечує мультиформатність події. Крім того, з кожним роком спостерігається зростання рівня організації цих подій, застосування інноваційних технологій, залучення грантової підтримки, партнерства з культурними інституціями та ЗМІ, що дозволяє підвищити якість туристичних продуктів і забезпечити їхню сталість[33]. Мистецькі фестивалі на Полтавщині відіграють важливу роль у формуванні позитивного іміджу регіону, розвитку подієвого туризму, інтеграції культурного контенту в туристичну інфраструктуру та реалізації стратегічних цілей у сфері культури й туризму. Їх потенціал є надзвичайно високим, а ефективне управління й підтримка на регіональному та державному рівнях можуть зробити Полтавську область лідером у розвитку культурно-подієвого туризму в Україні.

Етнографічний подієвий туризм є одним із найважливіших аспектів туристичної індустрії Полтавської області, що активно розвивається завдяки унікальній культурній спадщині, збереженим традиціям та народним ремеслам. Цей вид туризму орієнтований на популяризацію традиційних свят, фестивалів, ярмарків та майстер-класів з народних ремесел, що дозволяють відвідувачам не лише познайомитися з багатоманітною культурною спадщиною регіону, а й активно взаємодіяти з цією спадщиною, навчаючись та вдосконалюючи свої навички в практичних аспектах традиційних ремесел. Однією з основних цілей етнографічного туризму є збереження, відродження та популяризація нематеріальної культурної спадщини, а також забезпечення стійкого розвитку місцевих громад через залучення туристичних потоків та підвищення інтересу до локальних традицій[33].

Найвідомішим і найбільшим заходом в етнографічному подієвому туризмі Полтавщини є Національний Сорочинський ярмарок, що проводиться щороку в селі Великі Сорочинці, де народився великий український письменник Микола Гоголь. Цей захід має не лише культурно-історичне значення, але й є значним економічним і соціальним фактором для розвитку регіону. Ярмарок об'єднує

народне мистецтво, традиційну кухню, театралізовані вистави, виступи фольклорних колективів, майстер-класи з народних ремесел, а також є місцем для презентації продукції місцевих майстрів та умільців. Його проведення дозволяє не лише зберегти, але й передати новим поколінням унікальні елементи народної творчості, такі як вишивка, ткацтво, кераміка, а також гастрономічні традиції. Ярмарок щороку приваблює тисячі відвідувачів, зокрема туристів з інших регіонів України та з-за кордону, сприяючи розвитку туристичної інфраструктури та культурної взаємодії.

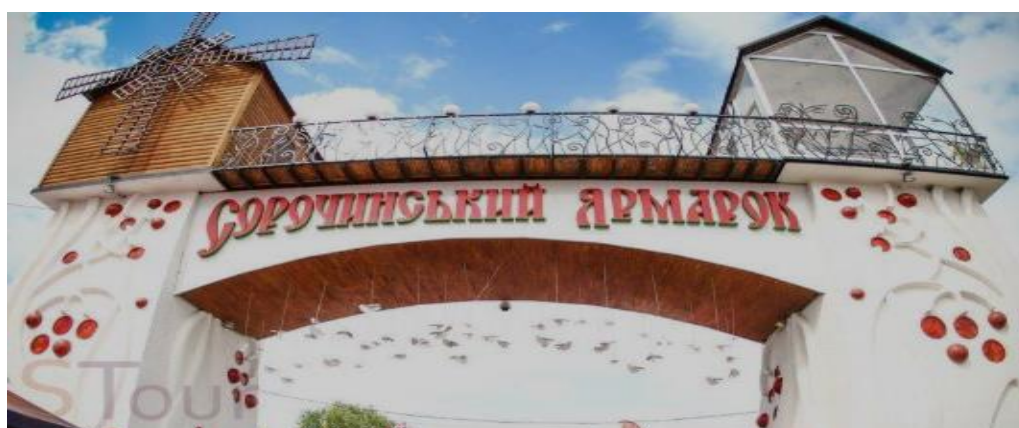


Рис.2.5. Національний Сорочинський ярмарок [34]

Одним із важливих аспектів етнографічного подієвого туризму є організація майстер-класів з традиційних ремесел, які дають можливість не тільки ознайомитися з історією і технікою народного мистецтва, а й самостійно навчитися різноманітним ремеслам, таким як вишивка, килимарство, ткацтво, гончарство та ковальство. У Решетилівці, яка є одним з головних осередків народних ремесел, проводяться майстер-класи з вишивки та килимарства, що є частиною нематеріальної культурної спадщини України та охороняються ЮНЕСКО. Вишивка, що стала брендом цього регіону, має свої особливості та технології, що передаються від покоління до покоління. Килимарство, у свою чергу, представляє собою мистецтво виготовлення традиційних килимів із натуральних матеріалів, що також є важливим елементом культурної ідентичності місцевого населення. Важливість майстер-класів і фестивалів, які проводяться в Решетилівці, полягає в тому, що вони не лише сприяють збереженню та розвитку традиційних ремесел, а й перетворюють ці ремесла на атрактивний туристичний продукт, який приваблює

відвідувачів з різних куточків України та за кордону. Такі заходи сприяють підвищенню інтересу до народної творчості та ремесел, що дозволяє не лише популяризувати локальні традиції, але й створювати можливості для розвитку місцевого бізнесу та підтримки місцевих майстрів [17].

Декоративно-прикладне мистецтво, яке стало невід'ємною частиною етнографічного туризму Полтавщини, охоплює широкий спектр різноманітних виробів, серед яких особливе місце займають решетилівські вироби з вишивки та килимарства. Ці вироби є відомими на всю Україну і є частиною національної культурної спадщини. Вони відзначаються яскравими орнаментами, складною технікою виконання та високою якістю матеріалів. Вишивка та килимарство є важливими елементами, що підкреслюють не лише красу та естетичну цінність виробів, але й несуть глибокий символічний зміст, відображаючи світогляд і традиції українського народу.

Збереження та розвиток етнографічного туризму в Полтавщині безпосередньо пов'язане з підтримкою місцевих ремесел і народних традицій. Ярмарки, фестивалі та майстер-класи, які проводяться в регіоні, сприяють не лише економічному розвитку місцевих громад, але й зміцненню національної ідентичності та відновленню культурної спадщини. Організація таких заходів дозволяє місцевим майстрам і умільцям не тільки реалізувати свій творчий потенціал, але й отримати можливість продемонструвати свої роботи широкому загалу, що значно підвищує попит на їх продукцію.

Однією з основних цілей етнографічного туризму є створення умов для стійкого розвитку місцевих громад через залучення туристичних потоків, що сприяє покращенню соціально-економічного становища в селах та містах, де проводяться подібні заходи. Це також є важливим аспектом розвитку малих підприємств, які займаються виробництвом традиційних виробів, та надає можливість місцевим жителям отримувати додатковий дохід від туризму. Етнографічний подієвий туризм є одним із ключових елементів туристичної індустрії Полтавської області, що забезпечує збереження та популяризацію культурної спадщини, розвиток традиційних ремесел і підвищення туристичної

привабливості регіону. Важливість цієї складової туристичної діяльності не тільки у забезпеченні економічного росту, але й у зміцненні культурної ідентичності, вихованні нових поколінь, які усвідомлюють важливість збереження традицій та мистецтва народних ремесел[36].

Гастрономічний туризм у Полтавській області має не лише розважальне, але й глибоке культурно-історичне значення. Це явище стало невід'ємною частиною туристичної привабливості регіону, адже саме через гастрономію можна найкраще пізнати самобутність, традиції та культуру народу. Особливістю гастрономічного туризму Полтавщини є поєднання автентичних народних рецептів і місцевих продуктів з сучасними підходами до організації гастрономічних подій. Традиційні страви Полтавщини, зокрема галушки, вареники, борщ, належать до того типу продуктів, що давно стали символами регіону. Вони не лише відображають кулінарну спадщину, але й є частиною культурного коду, що зберігається поколіннями. Традиційні страви стали справжнім брендом Полтавщини, який активно використовується в рамках гастрономічного туризму. Важливо зазначити, що ці страви мають не лише кулінарну цінність, але й є частиною ритуалів, які передаються від покоління до покоління. Більш того, завдяки своїй популярності та самобутності ці страви залучають численних туристів, котрі прагнуть познайомитись із місцевими традиціями через гастрономічні події.

Однією з найбільш значущих гастрономічних подій є фестиваль «Полтавські гостини», що проводиться щорічно і активно сприяє розвитку гастрономічного туризму. Цей фестиваль об'єднує кулінарні майстер-класи, дегустації, презентації традиційних страв, а також музично-розважальні програми, що сприяють культурному обміну та популяризації локальної кухні. Відвідувачі фестивалю мають можливість не тільки спробувати традиційні полтавські страви, але й дізнатися про їх історію, приготування та значення у повсякденному житті місцевих мешканців. Фестиваль є важливим заходом не лише для гастрономічного туризму, але й для економічного розвитку регіону, адже залучає численні туристичні групи та сприяє розвитку малого бізнесу, зокрема виробників продуктів харчування та ремісників[].

Ще одним вагомим заходом є «Свято галушки», яке святкується в Полтавщині, ставши своєрідним гастрономічним брендом. Це свято присвячене одному з найпопулярніших національних страв — галушкам, що є символом не лише Полтавщини, але й української кухні загалом. Галушки відомі своєю різноманітністю, адже існують численні рецепти їх приготування, що варіюються залежно від місцевих традицій[24]. «Свято галушки» є не лише кулінарним святом, але й культурною подією, де поєднуються гастрономічні дегустації, фольклорні виступи, театралізовані вистави та традиційні народні ігри. Ці заходи допомагають зберегти традиції і надають туристам можливість насолоджуватися не лише смачною їжею, а й атмосферою національного свята, що пронизана духом української гостинності.



Рис.2.6. Гелон-фест[33]

Важливим елементом гастрономічного туризму є також організація різноманітних кулінарних майстер-класів, які проводяться як для місцевих мешканців, так і для туристів. Ці майстер-класи дозволяють ознайомитися з традиційними рецептами, відтворити їх у домашніх умовах та дізнатися про техніки приготування, які використовуються місцевими господинями. Такий підхід сприяє популяризації народної кухні, а також допомагає зберегти кулінарні традиції, передаючи їх новим поколінням.

Релігійний туризм є важливим компонентом туристичної інфраструктури Полтавщини, особливо з огляду на велику кількість сакральних об'єктів, що мають значну історичну та культурну цінність. Релігійні святині, монастирі та храми є не лише духовними осередками, але й потужними туристичними атракціями, які щороку привертають увагу тисяч паломників і туристів, що прагнуть пізнати духовну спадщину регіону. Одним із найважливіших сакральних об'єктів Полтавщини є Мгарський Спасо-Преображенський монастир, що розташований поблизу Лубен. Монастир є важливим духовним центром і щорічно стає місцем паломництва для тисяч православних віруючих, які приїжджають до нього, аби взяти участь у богослужіннях, провести час у молитві та побувати на святкуваннях, приурочених до великих релігійних свят. Монастир має величезне значення не лише для релігійної громади, але й для туристичного сектору, адже є частиною великої туристичної мережі святинь, які приваблюють відвідувачів з різних регіонів України та за кордону[26].

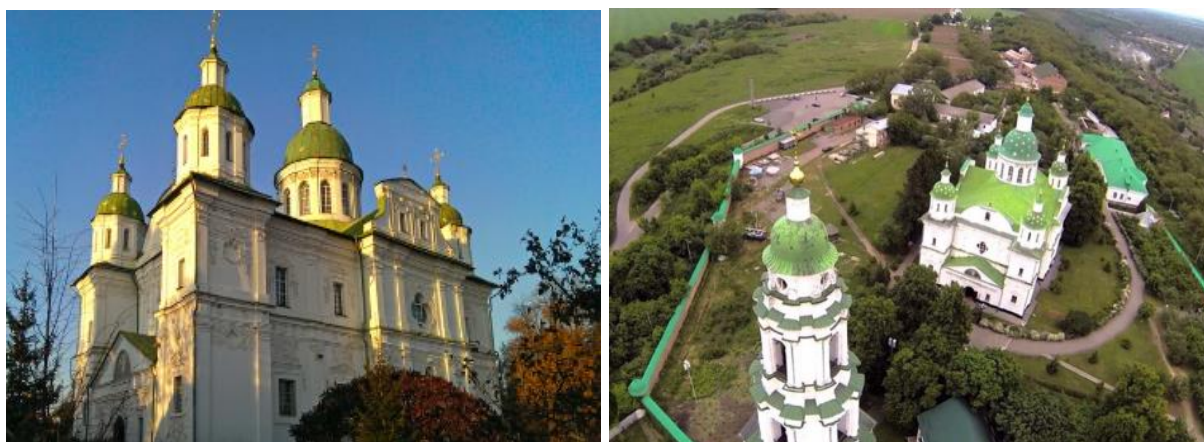


Рис.2.7. Мгарський Спасо-Преображенський монастир – Готель Лубни [33]

Окрім Мгарського монастиря, важливим об'єктом паломництва є численні храми, каплиці та церкви, що розташовані на території Полтавщини, зокрема у Полтаві, Лубнах, Гадячі. Ці святині є важливими для релігійної громади та використовуються для проведення великих релігійних процесій, молебнів та освячень. Релігійні святкування, що проводяться в цих місцях, зазвичай супроводжуються виступами церковних хорових колективів, процесіями, виставками і ярмарками, що робить їх привабливими не лише для вірян, але й для

туристів, котрі прагнуть познайомитися з культурною спадщиною та духовними традиціями Полтавщини.

Паломницький туризм на Полтавщині має вагоме значення для розвитку регіональної економіки, оскільки привертає велику кількість туристів, які здійснюють поїздки на великі святкові дати, такі як Різдво, Великдень, Покрова Пресвятої Богородиці. Організація релігійних подій сприяє розвитку інфраструктури, зокрема транспортної та готельної, а також стимулює місцеву економіку через купівлю сувенірів, продуктів харчування, а також послуг гідів і екскурсіводів.

Отже, гастрономічний та релігійний туризм є важливими складовими частинами туристичного потенціалу Полтавщини. Їх розвиток дозволяє не лише зберігати та популяризувати культурні традиції, а й створювати нові можливості для економічного розвитку регіону. Ці види туризму мають потенціал стати основою для формування багатогранного та успішного туристичного продукту, який привертатиме все більшу кількість відвідувачів з різних куточків України та світу.

Спортивно-туристичні заходи, які включають змагання з велоспорту, бігу, водного туризму, а також фестивалі активного відпочинку на природоохоронних територіях, займають важливе місце в подієвому туризмі Полтавської області. Ці події сприяють не тільки популяризації здорового способу життя, але й становлять основний напрям розвитку рекреаційної інфраструктури регіону. Організація спортивних подій на таких природних локаціях, як береги річки Псел, національний природний парк «Пирятинський» та зона відпочинку «Диканька», має декілька суттєвих аспектів, які охоплюють екологічне виховання, активний відпочинок, розвиток інфраструктури та залучення туристів з різних регіонів[24].

Змагання з велоспорту, бігу та водного туризму, що проводяться в Полтавській області, мають не лише спортивну, але й рекреаційну складову. Природні ландшафти області, зокрема річка Псел та прилеглі території, забезпечують чудові умови для організації активних видів спорту. Спортивні змагання, що проводяться на цих локаціях, об'єднують любителів активного

відпочинку і професійних спортсменів, стаючи важливими подіями в регіоні. Водночас такі заходи мають екологічний ефект, оскільки стимулюють туризм у маловивчених природних зонах, сприяють охороні довкілля, популяризуючи природні пам'ятки та збереження екосистем.

Організація спортивних заходів на берегах річки Псел є одним із найбільш ефективних інструментів розвитку спортивного туризму в регіоні. Річка Псел та її притоки, розташовані в межах Полтавської області, є популярними локаціями для водного туризму, зокрема для сплавів на каное, каяках та рафтах. Водні маршрути, що проходять через мальовничі природні пейзажі, перетворюються на популярні туристичні продукти, які приваблюють як українських, так і іноземних туристів. Проведення змагань із водного туризму на річці Псел сприяє розвитку інфраструктури для водних видів спорту, зокрема будівництву станцій для сплавів, прокату спорядження, а також організації науково-просвітницьких заходів, спрямованих на охорону водних ресурсів. Натомість велоспортивні заходи в області набувають популярності завдяки наявності добре розвинених велосипедних маршрутів, що проходять через природні, історико-культурні та рекреаційні зони. Велоспорт в Полтавщині інтегрується в концепцію розвитку зеленого туризму, де веломаршрути стають частиною більш широкої туристичної пропозиції. Велопробіги, змагання на довгі дистанції, а також фестивалі велоспорту привертають велику кількість туристів, підвищуючи рівень інтересу до екологічно чистих видів транспорту та здорового способу життя. Такі заходи сприяють розвитку інфраструктури, включаючи спеціалізовані велодоріжки, паркування для велосипедів, а також організацію туристичних послуг для веломандрівників[30].

Бігові змагання також мають важливе значення для подієвого туризму в Полтавській області. Це можуть бути як масові марафони, так і індивідуальні змагання на коротші дистанції, які організовуються у таких містах, як Полтава, Лубни, Миргород. Бігові заходи на відкритому повітрі, в тому числі на природних трасах, сприяють залученню любителів активного відпочинку і стимулюють економічну активність у місцевих громадах. Проте найбільше значення вони мають

для популяризації здорового способу життя та екологічного підходу до туризму, адже такі події часто поєднуються з освітніми кампаніями щодо здоров'я та екології.

Інтеграція спортивного туризму на природоохоронних територіях, зокрема на базі національних парків і зон відпочинку, є ще одним важливим елементом розвитку спортивного туризму в Полтавщині. Національний природний парк «Пирятинський», що є унікальним природним об'єктом, надає ідеальні умови для розвитку різних видів спорту на природі, зокрема пішохідного туризму, лижних прогулянок та організації кемпінгів. Природні умови та віддаленість від великих міст сприяють популяризації екологічного туризму та активного відпочинку на свіжому повітрі. Проте основною перевагою таких заходів є поєднання спорту з екологічною освітою та підвищенням усвідомлення важливості збереження природних ресурсів. Спортивні змагання, що проводяться в природоохоронних зонах, залучають туристів до відвідування цих унікальних територій, що у свою чергу стимулює розвиток відповідальної екологічної поведінки та сприяє збереженню природної спадщини для майбутніх поколінь[32].

Фестивалі активного відпочинку, що проводяться в Полтавській області, здебільшого на базі природних територій, є важливими елементами рекреаційної інфраструктури. Ці заходи організовуються на лоні природи, де туристи можуть активно відпочивати, займатися спортом, пізнавати культуру і традиції регіону, брати участь у різноманітних майстер-класах та змаганнях. Такі фестивалі стають важливим інструментом розвитку сільського туризму та активного відпочинку, вони об'єднують місцевих жителів і туристів, сприяючи розвитку місцевих громад та економіки. Загалом, спортивно-туристичні заходи, що організовуються на природоохоронних територіях Полтавської області, є значним фактором розвитку регіонального туризму. Вони забезпечують збереження культурної і природної спадщини, підвищують екологічну свідомість населення, сприяють розвитку здорового способу життя та економічному розвитку місцевих громад. Полтавщина активно розвиває спортивний туризм, що відповідає сучасним тенденціям

туристичної індустрії, сприяє зростанню туристичних потоків та покращенню іміджу регіону на національному і міжнародному рівнях[33].

Отже, туристичний продукт Полтавщини в галузі подієвого туризму є багатограним і динамічним, охоплюючи широкий спектр заходів, що сприяють збереженню культурної спадщини, стимулюють економічну активність, розвивають територіальні громади та підвищують загальний туристичний рейтинг регіону. Системний підхід до організації подій, тісна взаємодія між органами влади, місцевими громадами та приватними ініціативами забезпечують формування сталого туристичного середовища, здатного ефективно конкурувати як у межах України, так і на міжнародному рівні.

### **2.3 Аналіз успішних кейсів просування подієвого туризму (на прикладі фестивалів «Полтавська галушка», «ГОГОЛЬFEST» тощо)**

Подієвий туризм як інструмент формування привабливого туристичного іміджу регіону дедалі частіше розглядається як стратегічний напрям розвитку місцевого самоврядування, громадських ініціатив та інфраструктурної модернізації. Одним із яскравих прикладів ефективної реалізації подієвого туризму в Україні є щорічний етнокультурний гастрономічний фестиваль «Полтавська галушка», що проходить у місті Полтава, й за кілька років свого існування перетворився з локальної ініціативи на подію всеукраїнського, а згодом і міжнародного масштабу. Даний кейс демонструє вдале поєднання локальної ідентичності, традиційної кухні, сучасних форм промоції та активної участі громади в процесах популяризації культурного надбання.

Фестиваль «Полтавська галушка» вирізняється, перш за все, концептуальною цілісністю. Головна ідея заходу – популяризація регіональної гастрономічної спадщини через образ галушки як символу Полтави. Цей образ був вдало інтерпретований візуально, культурно та маркетингово: від створення скульптурної композиції «Галушка» в центрі міста до включення страви до національного туристичного маршруту гастрономічних смаків України[33]. Така концепція дозволяє привертати увагу не лише туристів, зацікавлених у гастрономії,

а й тих, хто шукає автентичність, традицію та унікальність культурного простору. Водночас фестиваль об'єднує елементи історичної реконструкції, майстер-класів, народного мистецтва, музики, танців, що розширює його цільову аудиторію й дозволяє охопити різні вікові, соціальні та професійні групи.



Рис.2.8.Фестиваль «Полтавська галушка»[36]

Одним із важливих чинників успіху фестивалю стало професійне позиціонування та комунікаційна стратегія. Організатори подбали про комплексне інформаційне супроводження заходу: було створено фірмову айдентику фестивалю, залучено інфлюенсерів, блогерів, представників туристичних агенцій, гастроцириків, а також розгорнуто активну кампанію в соціальних мережах. Унікальність полягає в тому, що було використано як офіційні канали, так і неформальні мережі взаємодії – групи у Facebook, Telegram-канали, локальні форуми, що дозволило налагодити двосторонню комунікацію з потенційними учасниками й туристами. Крім того, щорічно створюється візуальний архів фестивалю (фото, відео, промо-ролики), які поширюються як у медіа, так і на міжнародних туристичних платформах.

Ще одним важливим елементом кейсу є активна участь місцевої громади та бізнесу. Залучення локальних виробників, закладів харчування, художніх колективів, ремісників дозволило не лише підвищити рівень автентичності події, а й створити стійку модель локального розвитку. Громадські організації, об'єднання підприємців, волонтери, студентська молодь – усі стали учасниками єдиного процесу творення культурного продукту. Такий підхід забезпечив не лише

економічний ефект (збільшення туристичного потоку, зростання витрат у сфері послуг, підвищення зайнятості), а й соціальний – зростання локальної ідентичності, гордості за свій регіон, формування культурного капіталу громади.

Економічні результати фестивалю також підтверджують його успішність. За статистичними підрахунками, щороку фестиваль збирає від 20 до 40 тисяч гостей, серед яких не лише жителі Полтави та області, але й туристи з інших регіонів України та ближнього зарубіжжя. В середньому турист витрачає на день перебування на фестивалі від 600 до 1200 гривень, що включає витрати на харчування, сувенірну продукцію, транспорт, проживання та екскурсійне обслуговування. Таким чином, фестиваль стимулює розвиток малого та середнього бізнесу, зокрема у сфері HoReCa (готелі, ресторани, кейтеринг) та роздрібної торгівлі[23].

Також варто підкреслити культурну та освітню складову фестивалю. У межах заходу організовуються круглі столи, науково-практичні конференції, презентації локальних туристичних маршрутів, які сприяють глибшому осмисленню значення традиційної кухні у формуванні культурного коду регіону. Співпраця з вищими навчальними закладами, музеями, закладами культури та історії дає можливість інтегрувати фестиваль у ширший контекст культурної політики міста. Наприклад, Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського проводить у рамках фестивалю спеціалізовані виставки, присвячені традиціям української кухні, предметам побуту та національного костюму. Не менш значущим є аспект сталості та еволюційного розвитку фестивалю. З кожним роком до програми додаються нові формати – кулінарні батли, інтерактивні зони для дітей, виступи фольк-гуртів з різних областей України, міжнародні представництва, що свідчить про відкритість до інновацій та адаптацію до змін у туристичних смаках. При цьому зберігається автентична основа заходу, яка є ключовим фактором його привабливості. Відсутність надмірної комерціалізації, акцент на якості, а не кількості, підтримка сімейної атмосфери роблять фестиваль дружнім для різних категорій відвідувачів[36].



Рис.2.9. Фестиваль «Полтавська галушка»[36]

Фестиваль «Полтавська галушка» є яскравим прикладом вдалого поєднання гастрономічного, культурного та етнографічного туризму, що сприяє популяризації регіональної ідентичності Полтавщини як на національному, так і на міжнародному рівнях. Цей захід, який протягом останніх років набув значного суспільного резонансу, перетворився на своєрідну візитівку області, символізуючи її традиції, кулінарну спадщину та духовну спадкоємність поколінь. Фестиваль «Полтавська галушка» є яскравим прикладом ефективного реалізації стратегії розвитку подієвого та гастрономічного туризму на регіональному рівні. Його унікальність полягає у вдало сформульованій концепції, яка поєднує культурно-історичну спадщину, гастрономічні традиції, елементи креативної індустрії та соціальну активність. Саме завдяки цим складовим захід приваблює широку аудиторію туристів, стимулює розвиток місцевої економіки, сприяє збереженню нематеріальної культурної спадщини та формуванню позитивного іміджу Полтавщини в Україні та за її межами[33].

Фестиваль «ГОГОЛЬFEST» — це міждисциплінарний культурно-мистецький проєкт, названий на честь видатного українського письменника Миколи Гоголя. Саме його багатогранна постать стала джерелом натхнення для організаторів у створенні платформи, яка поєднує в собі театр, музику, літературу, перформанси, інсталяції, кіно, сучасні танці та нові медіа. Такий підхід забезпечує

фестивалю широку цільову аудиторію: від шанувальників класичної та експериментальної культури до молодіжних спільнот, які шукають інноваційні формати дозвілля та взаємодії з мистецтвом.

Одним із ключових факторів успіху фестивалю є стратегічне позиціонування Полтавщини як культурного простору, глибоко пов'язаного з історико-мистецькою спадщиною Миколи Гоголя. Проведення «ГОГОЛЬFEST» у Полтаві та інших населених пунктах регіону не лише актуалізує постать письменника в сучасному культурному дискурсі, але й надає імпульс для розвитку внутрішнього і міжнародного туризму. За рахунок мультижанровості програми фестивалю та її локаційного розмаїття, туристи отримують змогу не лише долучитися до мистецьких подій, але й ознайомитися з культурними пам'ятками, природними ресурсами та локальною гастрономією[35].



Рис.2.10 «ГОГОЛЬFEST-міст»[35]

Ще одним важливим чинником успішності є формат мобільності фестивалю. Організатори впроваджують концепцію «ГОГОЛЬFEST-міст», за якою фестиваль не є статичним, а адаптується до культурного простору кожного окремого міста. Такий підхід сприяє децентралізації культурного життя України, залученню нових територій до національного мистецького діалогу, а також підвищенню туристичної активності у регіонах. У випадку Полтавщини цей формат дозволив не лише привернути увагу до фестивалю, але й розширити спектр туристичних потоків до регіону — від індивідуальних мандрівників до організованих туристичних груп.

Особливістю «ГОГОЛЬFEST» є також акцент на міжкультурному діалозі. Фестиваль активно співпрацює з іноземними митцями, театрами, культурними фондами та інституціями, що сприяє залученню іноземних туристів і міжнародному резонансу події. Участь у фестивалі культурних діячів із Польщі, Німеччини, Франції, Ізраїлю та інших країн не лише розширює географію відвідувачів, а й підвищує статус заходу як події світового рівня. У свою чергу, це сприяє формуванню позитивного іміджу України загалом і Полтавщини зокрема як відкритого та сучасного культурного простору. Значну увагу організатори приділяють і цифровим каналам просування фестивалю. Активна присутність у соціальних мережах, співпраця з блогерами та онлайн-виданнями, застосування відеоконтенту та інтерактивних платформ — усе це забезпечує високий рівень охоплення аудиторії. Крім того, офіційний сайт фестивалю пропонує зручну навігацію, розклад подій, інтерактивні мапи локацій, систему бронювання квитків, що істотно полегшує туристичну логістику для відвідувачів. Варто також звернути увагу на мультиплікаційний ефект проведення фестивалю для місцевої економіки. Зростання попиту на готельні послуги, заклади харчування, транспорт, екскурсійні програми та сувенірну продукцію сприяє розвитку малого та середнього бізнесу. Крім того, активне залучення місцевих волонтерів, митців і підприємців до організації фестивалю стимулює розвиток локального культурного середовища, посилює соціальну згуртованість та сприяє формуванню нових форм партнерства між громадським, бізнесовим та державним секторами[33].

«ГОГОЛЬFEST» є яскравим прикладом того, як мистецька подія може стати інструментом регіонального розвитку та просування території на національному й міжнародному рівнях. Його успішна реалізація на Полтавщині засвідчує високий потенціал подієвого туризму як важливого чинника формування позитивного туристичного іміджу регіону. Комплексність підходу, інноваційність формату, стратегічне позиціонування та ефективна комунікаційна політика дозволяють розглядати фестиваль як ефективну модель культурно-туристичного брендування території. У майбутньому подібні ініціативи можуть стати основою сталого

розвитку регіонів, збереження культурної спадщини та посилення туристичної конкурентоспроможності України в цілому.

Подієвий туризм, як одна з форм культурного туризму, останніми роками набуває особливого значення у системі туристичного продукту України. З-поміж численних прикладів успішної реалізації подієвих проєктів особливу увагу заслуговує фестиваль «Козацька слава», що проводиться на Полтавщині. Цей захід, присвячений героїчному минулому українського козацтва, слугує не лише платформою для збереження та популяризації національної культурної спадщини, але й потужним інструментом регіонального туристичного брендингу. Завдяки виваженій стратегії просування, фестиваль трансформувався у помітний культурно-туристичний феномен, який приваблює не лише внутрішніх туристів, а й гостей з-за кордону[33].

Перш за все, унікальність фестивалю «Козацька слава» полягає в його тематичній спрямованості. Захід зосереджений на репрезентації козацької доби, що є надзвичайно важливою складовою української ідентичності. Завдяки цьому фестиваль виконує не лише розважальну функцію, але й слугує потужним засобом історичної освіти. Головними елементами програми є історичні реконструкції бойових дій та побуту козацьких часів, що дозволяє глядачам безпосередньо зануритись у атмосферу епохи. Активна участь реконструкторів у достовірному відтворенні одягу, зброї, елементів побуту та обрядів дозволяє створити ефект «живої історії», що надзвичайно цінується сучасним туристом, орієнтованим на автентичні враження.



## Рис. 2.11. Фестиваль «Козацька слава»[34]

Варто зазначити, що одним з чинників туристичної привабливості фестивалю є його мультикомпонентна структура. Програма заходу включає кінні змагання, виступи козацьких джигітів, театралізовані постановки за мотивами історичних подій, виступи фольклорних колективів, а також ярмарок традиційної кухні. Захід поєднує елементи видовищності, інтерактиву та гастрономічного туризму. Це дозволяє охопити широку цільову аудиторію – від шанувальників історії та культури до сімей з дітьми, які шукають активний відпочинок з пізнавальними елементами. Особливої уваги заслуговує гастрономічна складова фестивалю. На ярмарку представлено автентичні страви української кухні, які в автентичному антуражі споживаються на свіжому повітрі. Це сприяє формуванню емоційно-позитивного досвіду відвідувачів та підвищує рівень задоволеності туристичним продуктом. Також організатори активно залучають місцевих виробників та рестораторів, що створює додаткові можливості для розвитку малого бізнесу в регіоні[24].

Ефективне просування фестивалю стало можливим завдяки використанню сучасних комунікаційних стратегій. Офіційна медіакампанія охоплює соціальні мережі, туристичні портали, партнерські сайти, телевізійні анонси та зовнішню рекламу. Особлива увага приділяється відеоконтенту – професійно змонтовані трейлери заходу розповсюджуються в інтернеті та слугують візуальним засобом залучення потенційних туристів[29]. Важливим аспектом є також співпраця з тревел-блогерами та інфлюенсерами, які завдяки своїм платформам сприяють популяризації фестивалю серед молоді аудиторії. Успішність фестивалю «Козацька слава» як туристичного продукту також підтверджується зростанням кількості відвідувачів. За останні роки статистика демонструє сталу динаміку зростання інтересу до заходу. За даними місцевих туристичних служб, щороку фестиваль відвідує понад 20 тисяч осіб, що свідчить про його значущість у системі внутрішнього туризму. Важливу роль у цьому відіграє підтримка з боку органів місцевої влади, які забезпечують інфраструктурну підготовку, безпеку, логістику

та сприяють грантовому фінансуванню проєкту в межах регіональних програм розвитку туризму.

Не менш важливим чинником успіху є синергія між фестивалем і місцевими туристичними ресурсами. Під час проведення заходу активно популяризуються інші туристичні об'єкти Полтавщини – музеї, історико-культурні пам'ятки, природоохоронні території. Організуються екскурсійні тури, які дозволяють туристам ознайомитись з історією краю у більш широкому контексті. Таким чином, фестиваль «Козацька слава» виконує функцію туристичного «якоря», що стимулює комплексне пізнання регіону.

В контексті Полтавської області як історико-культурного регіону України особливу увагу привертає Міжнародний фестиваль «Шевченківська весна» – унікальна подія, що щорічно об'єднує тисячі шанувальників української культури, національної спадщини та творчості Тараса Григоровича Шевченка. Цей фестиваль виступає не лише культурно-просвітницькою подією, а й важливим інструментом формування сталого туристичного потоку, просування української ідентичності та міжнародного іміджу України. Насамперед, варто відзначити концептуальну значущість фестивалю. Його присвята творчості Тараса Шевченка – центральної постаті української літератури та культури – створює глибокий духовний і національний контекст заходу. Учасники фестивалю мають змогу долучитися до різноманітних тематичних заходів, що охоплюють різні жанри мистецтва: поезію, драму, музику, образотворче мистецтво, національні ремесла. Такий мультижанровий формат є особливо привабливим як для українських туристів, так і для закордонних гостей, адже дозволяє не лише споглядати, але й активно взаємодіяти з культурними проявами нації[28].

Одним із ключових чинників успішності фестивалю є його локаційна прив'язка. Події «Шевченківської весни» традиційно відбуваються у культурно значущих місцях Полтавщини – зокрема, у місті Полтава та навколишніх селах, пов'язаних з іменем Кобзаря. Просторовий аспект фестивалю дозволяє туристам не лише брати участь у культурних заходах, але й зануритися в історико-архітектурне середовище регіону. Це, у свою чергу, сприяє розвитку суміжних напрямів туризму

– екскурсійного, освітнього, етнографічного. Інноваційним елементом просування фестивалю є активна цифрова присутність. Організатори приділяють велику увагу створенню візуального та змістовного контенту в соціальних мережах, на туристичних платформах і офіційному сайті. Висока якість фото- і відеоматеріалів, трансляції заходів у режимі реального часу, створення інформаційних промоцій англійською та іншими мовами – усе це сприяє залученню нових цільових аудиторій, у тому числі іноземних гостей. Крім того, впровадження онлайн-квитків, попереднього бронювання місць, інтерактивних мап подій – дозволяє підвищити загальний рівень сервісу і полегшити туристичну логістику[25].

Не менш важливим фактором є залучення до участі професійних та аматорських творчих колективів з різних регіонів України та зарубіжжя. Таким чином, фестиваль набуває статусу міжнародного діалогу культур. Участь закордонних виконавців, зокрема з країн Східної Європи, Канади, США, а також численних українських діаспорних організацій, значно підвищує авторитет події на глобальному рівні. Водночас відвідувачі отримують унікальний досвід культурного обміну та глибше усвідомлюють універсальність творчості Шевченка як символу національної гідності та боротьби за свободу. Соціокультурний ефект від проведення фестивалю «Шевченківська весна» також полягає у формуванні почуття національної приналежності, збереженні нематеріальної культурної спадщини та розвитку культурної освіти. Широке залучення дітей і молоді до конкурсів, майстер-класів, освітніх лекцій формує покоління громадян, які не лише знають, але й цінують своє історичне та культурне коріння. Це, у свою чергу, створює сталу базу для розвитку внутрішнього культурного туризму.

Успішна реалізація фестивалю також пов'язана з ефективною взаємодією між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями та приватним сектором. Організація фестивалю на високому рівні потребує координації багатьох структур: забезпечення безпеки, інфраструктурної підтримки, туристичного обслуговування, інформаційного супроводу. На прикладі «Шевченківської весни» можемо спостерігати ефективну модель державно-громадського партнерства, яка може слугувати прикладом для

інших регіональних ініціатив. Фестиваль також має позитивний економічний вплив на регіон. Збільшення кількості туристів стимулює розвиток малого та середнього бізнесу в сфері готельного господарства, харчування, сувенірної продукції, транспортних послуг. Проведення подій у позасезонний період сприяє вирівнюванню туристичного потоку, що зменшує залежність місцевого бізнесу від пікових сезонів. Крім того, створення нових робочих місць у сфері обслуговування, культурного менеджменту та логістики сприяє зростанню зайнятості населення[26].

Серед численних культурно-мистецьких заходів, що відбуваються в Україні, особливу увагу заслуговує фестиваль народної творчості «Пісня буде між нами». Цей захід став яскравим прикладом ефективного реалізації стратегії розвитку подієвого туризму, зокрема завдяки вдалому поєднанню культурної самобутності, туристичної привабливості та соціально-економічного ефекту для місцевої громади. Фестиваль народної творчості «Пісня буде між нами» є унікальним за своїм змістовим наповненням заходом, що орієнтований на популяризацію українського фольклору, відродження традицій народного співу, хореографії та музики. Щороку цей фестиваль об'єднує десятки колективів з різних регіонів України, які представляють автентичне мистецтво своїх країв. Учасники фестивалю – це не лише професійні артисти, але й аматорські ансамблі, дитячі творчі студії, фольклорні групи, що репрезентують різноманіття національного культурного надбання.

Значущим чинником привабливості фестивалю для туристів є автентичність мистецьких виступів, які відтворюють глибинну суть української національної традиції. Учасники заходу презентують старовинні обряди, народні пісні, що збереглися у фольклорних записах, автентичні костюми, ручної роботи інструменти. Відвідувачі фестивалю отримують унікальну можливість зануритись в атмосферу українського села, відчути живу енергетику традиційного українського свята, що передається через пісню, танець, музику. Варто відзначити, що фестиваль супроводжується низкою додаткових активностей, що також мають туристичну цінність. Зокрема, йдеться про майстер-класи з виготовлення народних

інструментів, ляльок-мотанок, плетіння з лози, гончарства та вишивки[30]. Відвідувачі можуть не лише споглядати ці процеси, а й безпосередньо брати в них участь, що створює інтерактивну модель взаємодії з культурною спадщиною. Також на фестивалі функціонують тематичні ярмарки, де реалізуються вироби народних майстрів, традиційні українські страви, напої, сувенірна продукція.

Окрему увагу слід приділити соціально-економічному впливу фестивалю на розвиток регіонального туризму. Під час проведення заходу значно зростає завантаженість місцевої інфраструктури – готелів, кафе, транспортних засобів, з'являються додаткові тимчасові робочі місця, активізується торгівля. Організатори фестивалю співпрацюють з місцевими підприємцями, сільськими громадами, культурно-освітніми закладами, що забезпечує не лише ефективну логістику, а й залучення громади до культурно-туристичної діяльності. Такий підхід сприяє формуванню стійкої моделі розвитку культурного туризму, орієнтованого на збереження та примноження місцевих ресурсів.

Маркетингова стратегія фестивалю також заслуговує на увагу як приклад ефективного промоційного супроводу подієвого продукту. Зокрема, активно використовується інструментарій цифрового маркетингу: офіційна сторінка у соціальних мережах, відео з попередніх фестивалів, участь у туристичних платформах, афіші, анонси у ЗМІ, співпраця з блогерами, що спеціалізуються на етнографії та мандрівках Україною. Завдяки цьому фестиваль щороку приваблює не лише місцевих мешканців, але й туристів з інших регіонів України, а також – іноземців, зацікавлених у дослідженні нематеріальної культурної спадщини[29].



Рис.2.12. Фестиваль «Пісня буде між нами»[25]

Суттєвим чинником успішності фестивалю «Пісня буде між нами» є його сталість – проведення в чітко визначений період року, що дозволяє туристам планувати поїздки завчасно. Крім того, фестиваль формує певну туристичну традицію – щороку до нього повертаються як виконавці, так і глядачі, що дозволяє говорити про створення сталого туристичного потоку. Постійність проведення заходу також є важливим фактором при формуванні туристичного бренду регіону. У контексті формування сучасної моделі культурного туризму, даний кейс заслуговує на особливу увагу як приклад стратегічно спланованої ініціативи, що поєднує культурну ідентичність з економічною доцільністю та туристичною привабливістю.

## РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПРОМОЦІЇ ПРОДУКТУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ ПОЛТАВЩИНИ

### 3.1 Проблеми промоції продукту подієвого туризму Полтавської області

Подієвий туризм є однією з динамічно розвиваних складових сучасної туристичної індустрії, яка відіграє важливу роль у формуванні позитивного іміджу регіону, залученні інвестицій та активізації місцевих громад. Полтавська область, маючи багаті історико-культурні ресурси, розвинені традиції, численні фестивалі та свята, володіє значним потенціалом для розвитку подієвого туризму. Проте, незважаючи на сприятливі передумови, наявні суттєві проблеми у сфері промоції туристичного продукту, що гальмують реалізацію повного потенціалу регіону.

Однією з основних проблем є недостатня впізнаваність бренду Полтавської області як привабливої подієвої дестинації на загальноукраїнському та міжнародному рівнях. Регіональні органи влади та суб'єкти туристичної діяльності, як правило, зосереджені на внутрішньому ринку та традиційних формах реклами, таких як друковані матеріали, локальні виставки та інформаційні буклети. Водночас сучасні реалії вимагають активної інтеграції цифрових технологій у маркетингові стратегії: ведення професійних сайтів, активної присутності в соціальних мережах, таргетованої реклами, блогерських кампаній і контент-маркетингу.

Ще однією вагомою проблемою виступає відсутність цілісної концепції просування подієвого туризму. Існуючі фестивалі, зокрема Національний Сорочинський ярмарок, Гелон-фест, "Кращий студент Полтавщини", заходи, присвячені Іванові Котляревському або Григорію Сковороді, здебільшого розглядаються як окремі ініціативи без взаємопов'язаного брендування. Унаслідок цього турист не сприймає Полтавщину як єдиний культурно-туристичний простір, багатий на події протягом усього року. Натомість успішний світовий досвід доводить необхідність об'єднання локальних заходів у рамках загального бренду, створення річних календарів подій та їх популяризації на загальнонаціональному рівні. Окрім цього, актуальним залишається питання низької якості

інформаційного супроводу заходів. Інформація про фестивалі часто розміщується в хаотичному порядку, застаріла або неповна, відсутні офіційні англійські ресурси, що ускладнює залучення іноземних туристів. Наявна також проблема невідповідності маркетингових матеріалів сучасним вимогам: низька якість зображень, застарілий дизайн афіш і буклетів, недостатня креативність у висвітленні унікальних рис події. Внаслідок цього навіть цікаві та автентичні заходи залишаються малопомітними на туристичному ринку.

Не менш важливою є проблема організаційної розрізненості суб'єктів туристичної діяльності. Бракує сталої співпраці між органами державної влади, приватними туроператорами, готельєрами, рестораторами, власниками садиб зеленого туризму, що могло би забезпечити комплексне просування подій. Відсутність єдиних комунікаційних платформ і координаційних центрів призводить до дублювання зусиль, неефективного розподілу ресурсів і низької результативності промоційних кампаній. Також суттєвою проблемою залишається недостатня підготовка кадрів у сфері туристичного маркетингу. На сьогодні існує дефіцит спеціалістів, здатних професійно формувати бренд заходу, здійснювати аналітику цільових аудиторій, розробляти креативні кампанії та оцінювати ефективність просування. Освітні заклади Полтавщини лише частково готують фахівців, орієнтованих на сучасний туристичний ринок, а додаткові курси та тренінги для працівників галузі є недостатньо розвиненими.

Варто також наголосити на проблемі обмеженого фінансування промоційної діяльності. Місцеві бюджети рідко виділяють кошти, необхідні для якісної маркетингової підтримки заходів. Більшість організаторів змушені шукати спонсорську підтримку або діяти у межах мінімальних ресурсів, що негативно позначається на масштабності та ефективності рекламних кампаній. Окрему увагу слід приділити і проблемі сезонності подієвого туризму на Полтавщині. Більшість значущих заходів зосереджені у весняно-літній період, що створює нерівномірність туристичного потоку та економічне навантаження на інфраструктуру в пік сезону. Проте потенціал розвитку зимових або міжсезонних подій майже не

використовується, хоча саме вони могли б забезпечити сталість туристичного потоку протягом року.

Для подолання окреслених проблем та розвитку ефективної промоції продукту подієвого туризму Полтавської області необхідно здійснити комплекс заходів. По-перше, необхідно розробити та імплементувати загальну стратегію брендингу регіону як подієвої дестинації з чітким позиціонуванням на внутрішньому і зовнішньому ринках. По-друге, варто активізувати використання цифрових каналів комунікації, інвестувати у якісний візуальний і текстовий контент, організувати співпрацю з блогерами та інфлюенсерами.

По-третє, потрібно створити річний календар подій Полтавщини з детальною інформацією для туристів та операторів, передбачити мультиканальне просування запланованих заходів. Четвертим кроком має стати консолідація зусиль усіх зацікавлених сторін шляхом створення координаційного центру розвитку подієвого туризму або туристичного кластеру, що забезпечить взаємодію бізнесу, влади та громадськості. Підвищення рівня професійної підготовки кадрів шляхом проведення спеціалізованих тренінгів, семінарів та курсів також має стати пріоритетним напрямом. Крім того, необхідно впровадити механізми фінансування промоційних кампаній шляхом участі у грантових програмах, залучення інвестиційних проєктів та розвитку державно-приватного партнерства.

Вирішення проблем промоції продукту подієвого туризму Полтавської області потребує системного підходу, інноваційного мислення та ефективної міжсекторної взаємодії. Лише за умови реалізації комплексних змін регіон зможе посісти гідне місце на туристичній карті України та світу, стати привабливим центром подієвого туризму для широкого кола відвідувачів.

### **3.2 Використання цифрового маркетингу та соціальних мереж для популяризації продукту подієвого туризму Полтавщини**

У сучасних умовах глобалізації та цифровізації економіки розвиток туризму неможливий без ефективного використання цифрового маркетингу та соціальних мереж. Подієвий туризм, як один із перспективних напрямів туристичної

діяльності Полтавщини, потребує інноваційних підходів до просування, що дозволяють залучати широку аудиторію потенційних споживачів туристичних послуг. З огляду на це, цифрові канали комунікації набувають особливого значення у формуванні іміджу регіону, просуванні туристичних продуктів та створенні стійкого інтересу до локальних подій і культурних заходів.

Цифровий маркетинг у сфері туризму Полтавщини охоплює комплекс інструментів та стратегій, спрямованих на комунікацію з потенційними туристами через інтернет-ресурси, мобільні додатки, веб-сайти, електронну пошту, а також платформи соціальних мереж. Ефективність цифрового маркетингу обумовлюється його можливістю забезпечити персоналізовану комунікацію, оперативність поширення інформації, інтерактивність взаємодії з аудиторією та широкі аналітичні можливості.

Однією з найважливіших платформ для просування подієвого туризму Полтавщини є соціальні мережі, зокрема Facebook, Instagram, YouTube та TikTok. Їх використання дозволяє швидко та ефективно інформувати аудиторію про заплановані заходи, ділитися фотозвітами та відеоматеріалами з минулих подій, залучати користувачів до участі в конкурсах, опитуваннях та інших інтерактивних формах взаємодії. Створення якісного контенту з урахуванням інтересів цільової аудиторії забезпечує формування емоційного зв'язку споживача з брендом регіону. Ключовим аспектом цифрового маркетингу є контент-маркетинг. Він передбачає створення та поширення цінної, релевантної та цікавої інформації для залучення і утримання цільової аудиторії. У контексті подієвого туризму Полтавщини це можуть бути матеріали про історію регіону, традиції, особливості культурних заходів, інтерв'ю з організаторами та учасниками подій, віртуальні тури визначними місцями тощо. Використання сторітелінгу, тобто мистецтва розповіді історій, сприяє емоційній залученості потенційних туристів та формуванню позитивного іміджу регіону.

Значну роль у цифровому просуванні відіграє також пошукова оптимізація (SEO) туристичних сайтів та сторінок у соціальних мережах. Вона дозволяє забезпечити високу видимість інформації про події Полтавщини в результатах

пошукових систем, що безпосередньо впливає на кількість переглядів та відвідуваність заходів. Для досягнення найкращих результатів необхідно використовувати ключові слова, що відображають специфіку подій, географічне положення регіону, а також особливості туристичної пропозиції. Ефективним інструментом цифрового маркетингу є таргетинг у соціальних мережах, який дозволяє налаштувати рекламні кампанії з урахуванням демографічних, географічних та поведінкових характеристик потенційної аудиторії. Це дає змогу з мінімальними витратами досягти максимальної релевантності комунікаційного повідомлення та підвищити рівень залучення користувачів. Зокрема, для популяризації подій Полтавщини доцільно використовувати геотаргетинг на мешканців сусідніх регіонів та великих міст, а також на осіб, зацікавлених у подорожах, культурних заходах та активному відпочинку.

Важливу роль у просуванні подієвого туризму відіграють також інфлюенсери — лідери думок у соціальних мережах, які завдяки високому рівню довіри з боку своїх підписників можуть ефективно популяризувати заходи Полтавщини. Співпраця з локальними блогерами, тревел-журналістами та іншими впливовими особами дозволяє значно розширити охоплення цільової аудиторії, підвищити довіру до туристичного продукту та стимулювати інтерес до участі у подіях. Крім того, актуальним напрямом є використання відеомаркетингу. Короткі динамічні відеоролики про підготовку до подій, анонси заходів, репортажі з місця проведення фестивалів чи свят забезпечують високу залученість аудиторії. Платформи YouTube та TikTok особливо ефективні для просування подієвого туризму серед молодіжної аудиторії, яка активно споживає відеоконтент у форматі коротких відео.

Ще одним перспективним інструментом є електронний маркетинг (email-маркетинг), який передбачає надсилання інформаційних розсилок із запрошеннями на заходи, спеціальними пропозиціями та новинами туристичної сфери регіону. Формування якісної бази підписників і персоналізація повідомлень сприяють підвищенню ефективності даного каналу комунікації. Окремо варто звернути увагу на можливість застосування аналітичних інструментів цифрового маркетингу для

оцінки ефективності рекламних кампаній, вивчення поведінки користувачів та оптимізації маркетингових стратегій. Використання таких платформ, як Google Analytics, Meta Business Suite, дозволяє відстежувати динаміку відвідуваності сайтів, залученість користувачів, ефективність рекламних оголошень та кампаній у соціальних мережах, що є основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Успішне використання цифрового маркетингу в популяризації подієвого туризму Полтавщини вимагає комплексного підходу, що передбачає інтеграцію різних каналів комунікації, створення унікального та привабливого контенту, активну взаємодію з аудиторією та постійний моніторинг результатів маркетингової діяльності. Також важливим є врахування специфіки цільової аудиторії, її інтересів, цінностей та поведінкових моделей, що забезпечує формування релевантних і ефективних комунікаційних повідомлень.

Отже, цифровий маркетинг і соціальні мережі стають невід'ємними складовими стратегії просування подієвого туризму Полтавщини. Їхнє ефективне застосування сприяє підвищенню впізнаваності регіону, залученню туристів, розвитку місцевої економіки та формуванню позитивного іміджу Полтавщини як привабливого туристичного напрямку. Перспективи подальшого розвитку цифрових технологій відкривають нові можливості для інноваційного просування туристичних продуктів і забезпечення сталого розвитку подієвого туризму в регіоні.

### **3.3 Перспективи промоції продукту подієвого туризму Полтавської області**

Подієвий туризм є одним із найдинамічніших напрямів сучасної туристичної індустрії, що дозволяє ефективно активізувати внутрішні та міжнародні туристичні потоки, популяризувати культурно-історичну спадщину регіону та забезпечувати його економічний розвиток. Полтавська область має потужний потенціал для розвитку подієвого туризму, що базується на багатій історико-культурній спадщині, самобутніх народних традиціях, гастрономічних особливостях та

унікальних природних ресурсах. У цьому контексті виникає нагальна потреба у визначенні та обґрунтуванні перспектив промоції продукту подієвого туризму Полтавщини.

Одним із ключових напрямів перспективної промоції є розробка і впровадження сучасних маркетингових стратегій, які передбачають комплексний підхід до формування туристичного продукту, орієнтацію на цільові аудиторії, а також використання інноваційних технологій комунікації. Сучасні реалії свідчать про те, що успішна промоція подієвого туризму повинна враховувати мультиканальність розповсюдження інформації, персоналізацію пропозицій та активне використання цифрових платформ. У цьому контексті необхідно акцентувати увагу на створенні офіційних сайтів, мобільних додатків, інтеграції у глобальні системи бронювання, використанні інструментів віртуальної реальності для презентації заходів та формуванні інтерактивних маршрутів. Наприклад, «Сорочинський ярмарок» як найвідоміший український народний фестиваль вже має вагоме міжнародне визнання, однак потребує посиленої цифрової промоції та розширення спектру супутніх подій (майстер-класи, виставки, гастрономічні фестивалі, квести, тематичні вечірки тощо).

Іншим перспективним напрямом є розвиток фестивалів, присвячених полтавським літературним діячам, зокрема Івану Котляревському та Миколі Гоголю. Такі заходи, якщо їх ефективно промотувати через культурні інституції, освітні заклади та міжнародні туристичні організації, можуть істотно розширити туристичний потік до регіону.

Особливу увагу слід приділити гастрономічному туризму як складовій подієвого туризму. Проведення кулінарних фестивалів, тематичних дегустаційних турів з акцентом на полтавські вареники, галушки, мед, традиційні напої сприятиме формуванню позитивного іміджу регіону. Гастрономічні свята не тільки популяризуватимуть автентичну кухню, але й створюватимуть умови для розвитку малого бізнесу, включаючи місцевих фермерів, виробників ремісничих продуктів та заклади гостинності.

Перспективною є також інтеграція подієвого туризму Полтавської області в загальнонаціональні та міжнародні туристичні маршрути. Участь у міжнародних туристичних виставках, створення партнерських проєктів із зарубіжними туристичними організаціями, розробка тематичних турів, які включатимуть відвідання найбільших подій регіону, значно підвищить впізнаваність Полтавщини як привабливої туристичної дестинації. Важливою умовою успішної інтеграції є формування конкурентоспроможного бренду подієвого туризму Полтавської області, який базуватиметься на автентичності, емоційності та високій якості пропозицій. Одним із інструментів промоції є активне використання соціальних мереж та платформ для обміну візуальним контентом. Instagram, TikTok, YouTube, Facebook сьогодні є основними каналами залучення молодіжної аудиторії. Створення влогів, фотоконкурсів, стрімінгів з подій, інтерактивних челленджів сприятиме залученню нової аудиторії та формуванню сучасного образу регіону. Особливо ефективною є співпраця з лідерами думок, travel-блогерами та інфлюенсерами, що дозволить через особистісний досвід представити події Полтавщини широкому колу потенційних туристів.

Не менш важливим є розвиток партнерських відносин із представниками готельного бізнесу, закладами харчування, транспортними компаніями та іншими суб'єктами туристичної інфраструктури. Створення єдиних інформаційних центрів, єдиних туристичних карток (наприклад, «Полтава Event Card»), що надаватимуть знижки на відвідування заходів, поселення, харчування і транспортні послуги, сприятиме зростанню туристичної привабливості регіону.

Показовим є і приклад розширення подієвого календаря регіону шляхом створення нових тематичних заходів. Наприклад, проведення фестивалів реконструкцій історичних подій, спортивних марафонів, конкурсів мистецтв, театральних премій, що враховуватимуть місцеву специфіку і традиції, можуть стати каталізатором для залучення різних цільових груп туристів. Розвиток нішевих подій, орієнтованих на вузькі аудиторії (еко-фестивалі, етнічні свята, фестивалі ремесел), також є перспективним напрямом розширення туристичної привабливості.

Необхідно також зазначити, що ефективна промоція подієвого туризму потребує тісної співпраці між органами державної влади, місцевими громадами, туристичними операторами та громадськими організаціями. Лише скоординовані зусилля усіх зацікавлених сторін дозволять створити стійку екосистему подієвого туризму, що базується на принципах сталого розвитку, збереженні культурної спадщини та максимальному залученні місцевого населення до туристичної діяльності.

Отже, перспективи промоції продукту подієвого туризму Полтавської області є багатовекторними та передбачають як активну модернізацію інформаційних каналів, так і розробку унікального контенту, інтеграцію у міжнародний туристичний простір, розвиток нових подій та підтримку місцевої ідентичності. За умови реалізації системного підходу до промоції подієвого туризму Полтавщина має всі шанси стати одним із провідних туристичних центрів України, здатним приваблювати туристів не лише національного, а й міжнародного рівня.

## ВИСНОВОК

У результаті проведеного дослідження було комплексно розглянуто теоретичні засади формування подієвого туризму, сучасний стан продукту подієвого туризму Полтавщини, а також проблеми та перспективи його промоції. Подієвий туризм виступає важливою складовою сучасної туристичної індустрії, що має істотний мультиплікативний вплив на розвиток економіки регіонів, збереження культурної спадщини, підвищення якості життя місцевого населення та формування позитивного іміджу територій. Полтавська область володіє значним потенціалом для розвитку цього напрямку завдяки унікальній історико-культурній спадщині, глибоким традиціям народного мистецтва, численним фестивалям та святкам, гастрономічним особливостям і багатству природних ресурсів.

У межах дослідження виявлено, що подієвий туризм на Полтавщині має сформовані продукти у вигляді різноманітних заходів, серед яких провідне місце займають фестивалі історичної, культурної, гастрономічної та етнографічної спрямованості. Серед них особливо виділяються Національний Сорочинський ярмарок, фестиваль «Полтавська галушка», заходи на честь Івана Котляревського, реконструкції Полтавської битви та інші події, що приваблюють як внутрішніх, так і іноземних туристів. Разом із тим дослідження виявило низку суттєвих проблем, які стримують ефективну промоцію та повноцінний розвиток подієвого туризму в регіоні. Серед основних викликів можна виокремити недостатню впізнаваність бренду Полтавської області на загальнонаціональному та міжнародному туристичних ринках, обмежене використання сучасних цифрових технологій у маркетингових стратегіях, фрагментарність і несистемність просування подій, відсутність єдиної координаційної структури між усіма учасниками туристичного ринку. Негативний вплив мають також низький рівень підготовки кадрів у сфері туристичного маркетингу, недостатній рівень фінансування промоційних заходів та нерівномірність розподілу туристичних потоків через сезонність подій.

Розглянуті у роботі стратегії розвитку подієвого туризму наголошують на важливості використання цифрового маркетингу та соціальних мереж як ключових

інструментів промоції. Активна присутність у соціальних мережах, створення якісного візуального та відеоконтенту, співпраця з інфлюенсерами, використання email-маркетингу, оптимізація туристичних сайтів і застосування інструментів аналітики дозволять значно підвищити ефективність просування подій Полтавщини та залучити нові цільові аудиторії.

Особливу увагу приділено формуванню річного календаря подій, об'єднанню заходів у загальну маркетингову концепцію, створенню унікального бренду подієвого туризму регіону, розширенню подієвого сезону через впровадження зимових і міжсезонних подій. Інтеграція у міжнародні туристичні платформи, участь у світових туристичних виставках, створення спільних проектів із зарубіжними організаціями та активне залучення грантового фінансування відкривають нові можливості для розвитку. Ефективна промоція продукту подієвого туризму Полтавської області вимагає комплексного підходу, що поєднує модернізацію комунікаційних стратегій, використання сучасних цифрових технологій, розвиток партнерських мереж, підвищення професійного рівня кадрів та забезпечення сталої координації всіх суб'єктів туристичного ринку.

За умов активного впровадження окреслених заходів Полтавська область має всі передумови для того, щоб стати одним із провідних центрів подієвого туризму України. Це не тільки сприятиме зростанню туристичних потоків та розвитку регіональної економіки, але й зміцнить культурну ідентичність регіону, підвищить його інвестиційну привабливість і сприятиме формуванню позитивного міжнародного іміджу. Результати проведеного дослідження підтверджують необхідність системної трансформації підходів до промоції подієвого туризму Полтавщини із залученням інноваційних рішень, активізацією міжгалузевої співпраці та сталим розвитком туристичної екосистеми, що в сукупності стане запорукою успіху у конкурентній боротьбі за туристичні потоки на національному та світовому рівнях.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Власенко І. В. Особливості подієвого туризму та її інноваційна складова на Вінниччині. // *Економіка і організація управління*. – 2022. – №1. – С. 5–12.
2. Вовк К.М. "Теоретична сутність поняття 'подієвий туризм' та прикладні аспекти його використання" // *Проблеми і перспективи економіки та управління*. – 2021. – №3(19). – С. 184–193.
3. Вовк К.М., Наумік-Гладка К.Г. "Роль подієвого туризму у відновленні рекреаційних територій" // *Матеріали міжнародної наукової конференції «Digital and innovative economy processes, strategies, technologies»*, м. Кельце, Польща, 25 січня 2020 р. – С. 154–156.
4. Г.П. Щука, Л.В. Ковальська, Ю.В. Безрученков. Подієвий туризм: уточнення базових характеристик // *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. – 2022. – Вип. 7. – С. 70–76.
5. Григоренко Л. С. Подієвий туризм як інструмент розвитку територіальних громад. // *Регіональна економіка*. – 2022. – №1(103). – С. 85–92.
6. Данилюк О. П. Економічний вплив подієвого туризму на розвиток регіонів України. // *Економіка України*. – 2020. – №7. – С. 45–52
7. Клочковська В., Клочковський О. Стан та перспективи розвитку подієвого туризму у Вінницькій області. // *Економіка і організація управління*. – 2019. – №1. – С. 112–118.
8. Ковальчук О. В. Інноваційні підходи до розвитку подієвого туризму в Україні. // *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. – 2020. – №2. – С. 45–52.
9. М. Гринів, В. Худоба. Перспективи розвитку подієвого туризму: національний та міжнародний досвід // *Тенденції розвитку наукової думки в менеджменті, галузях спорту, обслуговування та охорони здоров'я: збірник тез доповідей II Міжнародної студентської наукової конференції (28-29 вересня 2023 року, м. Львів)*. – Львів: ЛДУФК імені Івана Боберського, 2023. – С. 120–122

10. Мельник Т. М. Роль подієвого туризму у формуванні позитивного іміджу регіону. // *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка.* – 2021. – №3(57). – С. 112–118.
11. Наумік-Гладка К. Подієвий туризм як спосіб ефективного просування національного продукту на міжнародні ринки (на прикладі виставкової діяльності). // *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій.* – 2020. – Т. 2, №6. – С. 249–258.
12. Осадча А. В. Специфіка організації подієвого туризму в Україні та зарубіжних країнах: сучасний етап. – Бакалаврська дипломна робота. – Київ: КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, 2024. – 55 с.
13. Панків Н. С., Мороз В. Р. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру "Відкрий для себе Покуття". // *Науковий вісник НЛТУ України.* – 2021. – №31(5). – С. 112–120.
14. Писарева І. В., Радіонова О. М., Приходько М. Д. Розвиток подієвого туризму та його вплив на просування території. // *Економічний простір.* – 2021. – №161. – С. 112–120
15. Савчук І. В. Маркетингові стратегії просування подієвого туризму в Україні. // *Маркетинг і менеджмент інновацій.* – 2023. – №2. – С. 112–120.
16. Фокін С., Беркова О., Борисюк О., Бут М. Подієвий туризм Німеччини: досвід для України. // *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія.* – 2023. – Т. 54, №1. – С. 85–92.
17. Червінський А. Роль подієвого туризму в освоєнні культурно-освітнього простору Прикарпаття. *Гірська школа українських Карпат.* 2020. No 14. С. 235–238.
18. Babenko V., Perevozova I., Kravchenko M., Krutko M., Babenko D. Modern processes of regional economic integration of Ukraine in the context of sustainable development. *Modern processes of regional economic integration of Ukraine in the context of sustainable development. E3S Web Conf.* 2020. 166, P. 12001. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016612001>

19. Haponenko H. I., Kravchuk I. I., Kravchuk I. A., Shamara I. M., Marchuk N. A. The information means to promotion green tourism. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2019. Vol 4, No 31. P. 497-505. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.191003>
20. 6 цікавих місць для подорожі у Полтавській області. URL: <https://www.amazingukraine.pro/travel/shist-czikavyh-miscz-dlya-vidviduvannya-v-poltavskij-oblasti/>
21. В цьому році ГогольFest вперше відбудеться у Полтаві. URL: <https://zmist.pl.ua/news/u-poltavi-vpershe-vidbudetsya-mizhnarodnii-festival-gogolfest>
22. Відбувся культурно-мистецький фестиваль «Гетьманська слава». URL: <https://www.cultura.kh.ua/uk/news/5498-vidbuvsja-kulturno-mistetskij-festival-getmanska-slava>
23. Головне управління статистики у Полтавській області. Офіційний веб-сайт. URL: <http://pl.ukrstat.gov>.
24. Диканський регіональний ландшафтний парк. URL: <https://eco-poltava.gov.ua/landshaftni-parky/dykanka>
25. Етнографічні туристичні маршрути та народні промисли Полтавщини. URL: <https://poltavaopen.com/uk/vt/80>
26. Зелений туризм на Полтавщині. URL: [https://ua.igotoworld.com/ua/article/750\\_zelenyi-turizm-na-poltavshine.htm](https://ua.igotoworld.com/ua/article/750_zelenyi-turizm-na-poltavshine.htm)
27. Курорт Миргород (як центр для культурно-подієвого туризму). URL: <https://vsesanatorii.com/ua/bloh/osoblivost-kurortu-mirgorod/>
28. На Полтавщині розповіли, як "битимуться" за туристів. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3051090-na-poltavsini-rozpovili-ak-bitimutsa-za-turistiv.html>
29. Опішнянський національний музей-заповідник українського гончарства. URL: <https://opishne-museum.gov.ua/>

30. Перспективні напрями розвитку туристично-рекреаційного потенціалу в Полтавському регіоні. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/tyagunova.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/tyagunova.htm)
31. Подієвий туризм в Україні як складова індустрії гостинності. URL: <https://dglib.nubip.edu.ua/items/dbd92bbc-4378-44f5-822d-7121c624fe26>
32. Подієвий туризм як шлях розвитку територіальних громад. URL: <https://repository.sspu.edu.ua/items/f5c17905-1613-4b77-8144-db9a9bf9bed1>
33. Полтавський музей українського рушника. URL: <https://poltava-museum.gov.ua/exhibitions/museum-of-rushnyk>
34. Полтавщина туристична (офіційний турпортал області). URL: <https://poltava.to/news/60813/>
35. Про здобутки сфери культури області. URL: <http://www.poltavaculture.gov.ua/upravlinnya/zviti-prorobotu/1863-pro-zdobutki-sferi-kulturi-oblasti.html>
36. Рекреаційний потенціал Полтавської громади. URL: <https://zmist.pl.ua/publications/rekreacijnyj-potenczial-poltavskoyi-gromady>
37. Решетилівський центр народних промислів. URL: <https://reshmuseum.gov.ua/>
38. Розвиток туристичного потенціалу Полтавської області. URL: <https://dglib.nubip.edu.ua/items/781ac05b-6777-45f0-9104-f850d1d94c9>
39. Розробка туристичних маршрутів та підтримка зелених садіб. URL: <https://np.pl.ua/2021/04/rozrobka-turystychnykh-marshrutiv-ta-pidtrymka-zelenykh-sadyb-iak-rozvyvaietsia-turyzm-na-poltavshchyni/>
40. Сільська гостинність. Садоби зеленого туризму на Полтавщині. URL: <https://zmist.pl.ua/publications/silska-gostinnist-sadibi-zelenogo-turizmu-na-poltavshchini>
41. Сорочинський ярмарок (головний подієвий туристичний бренд області). URL: <https://yarmarok.in.ua/>
42. Стратегія розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019 – 2029 роки. // Полтавська обласна державна адміністрація департамент культури і

туризму. URL: <http://poltavaculture.gov.ua/uk/informatsiia/zahalna-informatsiia/219-stratehiya-rozvytku-turyzmu-takurortiv-u-poltavskiy-oblasti-na-2019-2029-roky>

43. Фестиваль "Гелон-Фест" на Більському городищі. URL: <https://bilsk.com.ua/festival-helon-fest/>

44. Характеристика та особливості спеціалізованих видів туризму Полтавського регіону. URL: <https://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/2363>