

УДК 379.8

Моргулець О.Б., д.е.н., професор
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна
Пилипенко Т.В., здобувачка вищої освіти
Київський національний університет
технологій та дизайну, м.Київ, Україна

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПОЛТАВСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Галузь туризму та рекреації грає ключову роль у сталому розвитку регіонів, оскільки її становлення та розвиток залежать від умов і факторів, що впливають на вирішення актуальних організаційно-управлінських проблем у сфері надання якісних туристичних та рекреаційних послуг. Це досягається через раціональне використання природних та культурних ресурсів та створення ефективної інфраструктури для туризму й рекреації. Розвиток інтегрованих туристично-рекреаційних комплексів сприяє формуванню сталого туристичного продукту та забезпечує збалансований розвиток місцевих громад, збереження культурної спадщини та природного середовища. Така ініціатива впливає на соціально-економічний розвиток регіонів, сприяючи сталому зростанню та підвищенню якості життя місцевого населення.

Актуальність вивчення маркетингових стратегій просування туристичного регіону визначається сучасними викликами, з якими стикаються туристичні регіони у змінному світі. Зростаюча конкуренція, зміни у попиті та уподобаннях туристів, швидкість зміни технологій та способів комунікації створюють серйозні виклики для просування туристичних регіонів.

Полтавський туристичний регіон в Україні відомий своєю багатою історією, культурою, природною красою та гостинністю місцевого населення. Регіон розташований у центральній частині країни і має давню історію, пов'язану з Козацькою епохою. Однією з ключових атракцій регіону є Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця», який

включає в себе комплекси пам'яток козацької доби та архітектурні перлини XVII-XVIII століть, зокрема, Державний історико-культурний заповідник «Полтавська битва», музей «Кобзаря», палац князів Голіциних. Також у Полтавському регіоні є багато природних красивих місць, таких як заповідники, парки та лісові масиви, які приваблюють прихильників екологічного туризму. Регіон також відомий своєю кулінарною спадщиною, включаючи традиційні гастрономічні особливості [1].

Разом з тим, основними проблемами розвитку Полтавського туристичного регіону є недостатня популярність самого регіону, нерозвинута туристична інфраструктура, відсутність маркетингового позиціонування, реклами та просування, слабка координації зусиль місцевої влади та бізнесу.

Полтавський регіон мало відомий серед населення як туристичний напрямок та не має чіткого образу або іміджу в очах туристів. Недатня популярність регіону стримує зростання туристичного потоку [2]. Саме маркетингові кампанії можуть допомогти підвищити поінформованість потенційних гостей про туристичні можливості регіону та його унікальність. Для цього необхідно розробити та активно вести регіональні культурно-туристичні веб-сайти, соціальні медіа-акаунти, де буде висвітлюватися унікальність та привабливість регіону, інформація про туристичні визначні місця, культурні події, активний відпочинок та інші атракції регіону.

Деякі об'єкти та послуги туристичної інфраструктури регіону потребують модернізації та покращення. Цю проблему також можуть вирішити правильні маркетингові стратегії направлені на стимулювання притоку інвестиції в розвиток інфраструктури та підвищення її якості. Також для розвитку туристичного регіону важливо встановити співпрацю між місцевими органами влади, бізнесом та громадськістю для спільного розвитку туризму та ефективного маркетингу регіону [3]. Відсутність ефективних маркетингових кампаній та рекламних заходів обмежує можливості регіону залучати нових туристів та розширювати аудиторію. Для підвищення ефективності реклами та просування Полтавського туристичного регіону запропонуємо наступні

креативні маркетингові заходи:

- створення власного туристичного бренду, який відображатиме унікальність та привабливість регіону;
- проведення цілеспрямованих маркетингових кампаній на різних медіаплатформах для залучення уваги туристів;
- представлення регіону на туристичних виставках та ярмарках для привертання уваги та партнерства з іншими туристичними компаніями;
- розвиток туристичної інфраструктури, збільшення кількості та якості готелів, ресторанів, екскурсійних маршрутів та інших туристичних послуг;
- виготовлення та розповсюдження інформаційного контенту та відеоматеріалів про туристичні місця та події у регіоні;
- партнерство з туристичними агентствами для просування туристичних пакетів до Полтавського регіону;
- організація та проведення туристичних заходів, фестивалів та конкурсів для привертання уваги та збільшення відвідуваності.

Отже, маркетингові стратегії стають ключовим інструментом для залучення та утримання туристів, підвищення відомості регіону у середовищі, що переповнене інформацією, а також забезпечення конкурентоспроможності на ринку туризму. Запропоновані маркетингові заходи спрямовані на покращення туристичної інфраструктури, підвищення привабливості Полтавського регіону для відвідувачів, сприятимуть збільшенню туристичного потоку, залученню інвестицій, позитивному впливу на сталий розвиток регіону.

Література

1. Карпенко Н.М., Логвин М.М., Шуканова А.А. Розвиток туризму у Полтавській області: сучасні тенденції та їх актуалізація. *Інтелект XXI*. №4, 2020. С. 22-27.
2. Ширма І.М., Гапоненко Г.І., Левіна М.О. Проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку Полтавської області. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна*. Вип. 12, 2020. С. 252-258.
3. Моргулець О.Б., Шевченко О.О., Агеєв Я.В. (2024). Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. *Економічний простір*, (189). С.349-354.