

СЕКЦІЯ 1

ТУРИЗМ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

ФОРМУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТИЧНИХ ГРУП

АРЗАНОВ Дмитро,

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Туризм»,
Поліський національний університет, м. Житомир*

Розробка туристичного маршруту для іноземних туристів є складним процесом, який охоплює кілька ключових етапів. Кожен із цих етапів вимагає ретельного планування та підготовки для забезпечення привабливості та зручності маршруту. Важливим елементом є дослідження ринку, що дозволяє визначити інтереси та потреби цільової аудиторії. Також необхідно врахувати культурні особливості та вподобання туристів для адаптації маршруту під їх специфічні запити.

Першим етапом у створенні туристичного маршруту є проведення глибокого дослідження ринку для визначення цільової аудиторії. Аналізуються інтереси іноземних туристів, їх демографічні характеристики, культурні вподобання та мотивації для подорожей, що дозволяє адаптувати майбутній маршрут під специфічні потреби туристів. Зокрема, визначаються типи туризму, що найбільше цікавлять іноземців, такі як культурний, природний або пригодницький туризм. Ефективне дослідження ринку дозволяє створити туристичні продукти, які відповідають очікуванням цільової аудиторії та забезпечують високий рівень задоволеності [1].

Другий етап полягає у виборі туристичних об'єктів, що будуть включені до маршруту. Туристичні об'єкти обираються на основі їхньої культурної, історичної та природної цінності, а також унікальності, що може привабити іноземних туристів. Важливо враховувати такі фактори, як доступність об'єктів, їхнє місцезнаходження, транспортна інфраструктура, а також наявність зручностей для туристів, таких як готелі, ресторани та інші сервіси. Правильно підібрані туристичні об'єкти значно підвищують конкурентоспроможність туристичного маршруту на міжнародному ринку [2].

Наступний етап приділяється розробці логістики маршруту: маршрути пересування між об'єктами повинні бути зручними та доступними для іноземних туристів. Враховуються транспортні вузли, зручність переміщення між місцями, а також можливість організації проживання, харчування і доступу до основних сервісів, що забезпечує комфорт туристам під час

подорожі. Особливу увагу також слід приділити забезпеченню якісного сервісу та підтримці туристів на всіх етапах маршруту [3].

Під час розробки маршруту важливо враховувати питання сталого розвитку туризму. Це включає використання екологічно чистих транспортних засобів, зменшення навантаження на природні та культурні об'єкти, а також підтримку місцевих громад. Використання принципів сталого туризму є важливим для збереження ресурсів регіону та підтримки місцевих традицій. Як зазначає Лавренко І. В., екологічний підхід до створення туристичних маршрутів дозволяє не лише зберегти природні та культурні ресурси, але й підвищити привабливість маршруту для еко-свідомих туристів [4].

Фінальним етапом є тестування маршруту на невеликій групі туристів, що дозволяє виявити можливі недоліки в організації, обслуговуванні або логістиці. На основі зібраних відгуків вносяться необхідні корективи, що допомагає покращити якість

Важливим етапом реалізації туристичного продукту є просування туристичних маршрутів. Маркетинг туристичних маршрутів для іноземних туристів базується на сучасних інструментах, які дозволяють ефективно просувати туристичний продукт на міжнародному ринку (рисунок).

Засоби просуванні туристичних маршрутів іноземців	Використання цифрових платформ та соціальних мереж
	Контент-маркетинг і SEO-стратегії
	Партнерство з міжнародними туроператорами та інфлюенсерами
	Програми лояльності та спеціальні пропозиції
	Адаптація маркетингових матеріалів

Маркетингові підходи у просуванні туристичних маршрутів для іноземців

Джерело: на основі [2].

Одним із найважливіших інструментів просування є використання сучасних цифрових платформ і соціальних мереж. Такі ресурси, як Facebook, Instagram, TikTok, дозволяють створювати візуально привабливий контент, що привертає увагу іноземних туристів. Публікація фото, відео та відгуків допомагає потенційним туристам ознайомитися з пропозицією ще до подорожі. Також важливо використовувати платформи для бронювання турів, такі як Booking.com та Airbnb Experiences, що дозволяють безпосередньо продавати тури [3].

Для підвищення видимості туристичного маршруту необхідно використовувати контент-маркетинг: створення корисного контенту, який зацікавить іноземних туристів. Це можуть бути статті, блоги, відеоогляди та віртуальні тури. Крім того, важливу роль відіграють SEO-стратегії, які допомагають підняти сайт туристичного маршруту на високі позиції в пошукових системах, збільшуючи органічний трафік.-

Співпраця з міжнародними туроператорами є важливим елементом просування туристичних маршрутів. Туроператори мають доступ до широкої бази клієнтів і можуть забезпечити стабільний потік туристів. Іншим потужним інструментом є співпраця з інфлюенсерами, які мають значну аудиторію в соціальних мережах. Їхні рекомендації та огляди можуть значно підвищити популярність маршруту серед іноземних туристів.

Важливим маркетинговим інструментом є розробка програм лояльності для постійних клієнтів, а також створення спеціальних пропозицій для туристичних груп або під час певних сезонів, що дозволяє не лише залучити нових туристів, але й стимулювати повторні візити. Спеціальні пропозиції можуть бути орієнтовані на різні ринки, враховуючи культурні особливості туристів. Для залучення іноземних туристів необхідно адаптувати маркетингові матеріали (вебсайти, буклети, рекламу) різними мовами, що забезпечує легкість комунікації з туристами з різних країн. Важливо також враховувати культурні особливості різних національностей при створенні маркетингових кампаній.

Загалом, створення та просування туристичного маршруту для іноземних туристів є складним процесом, що включає кілька важливих етапів. Від ретельного аналізу ринку до використання сучасних маркетингових інструментів – кожен аспект відіграє ключову роль у формуванні привабливого та конкурентоспроможного туристичного продукту. Важливим є врахування екологічних, соціальних та економічних чинників, що сприяють сталому розвитку туристичної індустрії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Іванова Н. М. Маркетинг туристичних продуктів у цифрову епоху. Туристичні перспективи, 2023. № 3. С. 18-29.
2. Гончаренко Л. В. Вплив цифрових технологій на просування туризму. Сучасні тенденції у туризмі, 2022. № 2. С. 112-120.
3. Дорошенко О.С. Маркетингові стратегії у просуванні туристичних послуг для іноземців. Журнал туристичних досліджень, 2023. № 4. С. 67-74.
4. Лавренко І. В. Інфлюенсери як інструмент просування туристичних маршрутів. Дослідження у туризмі, 2023. № 6. С. 58-65.

Науковий керівник: PhD, доцент Осіпчук А. С.

Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Національний університет харчових технологій
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного
Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу
Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

12 березня 2025 року, Київ

КИЇВ 2025

УДК 338.48:339.923:061.1ЄС(477)

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №9 від 20 березня 2025 р.)

Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (12 березня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 350 с.

Редакційна колегія:

Мельниченко С. В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Сердюк М. Є. – доктор технічних наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Олюніна С. Л. – викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції висвітлюються результати наукових досліджень студентської молоді з питань, присвячених євроінтеграційним процесам у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу України. У матеріалах розглядаються виклики та перспективи адаптації галузі туризму в умовах євроінтеграції, інноваційні технології в закладах HoReCa, туристичне країнознавство, організація дозвілля молоді.

Конференція проводиться з метою посилення профорієнтаційної роботи із залучення активної шкільної молоді до навчання в НУБіП України, посилення наукової складової підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» і «Магістр», оприлюднення результатів їх дослідницької роботи, підвищення ефективності, якості наукових досліджень, обміну досвідом і представлення результатів науково-дослідної діяльності, обговорення дискусійних питань та визначення пріоритетів подальшого розвитку науки.

Видання розраховане для здобувачів вищої освіти, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори. Позиція редакції не завжди може збігатися з точкою зору автора.

© Колектив авторів, 2025

© НУБіП України, 2025