

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Косенко С.А., Ткачова Н.П.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Маркетингове забезпечення туристичних послуг грає важливу роль у залученні клієнтів, підвищенні впізнаваності бренду та стимулюванні попиту на туристичні пропозиції. Нами пропонуються основні складові маркетингової програми на ринку туристичних послуг.

Ефективна маркетингова програма на ринку туризму включає в себе такі елементи. Ретельне вивчення ринку туристичних послуг, ідентифікація цільової аудиторії, оцінка попиту, аналіз конкурентів і визначення унікальності вашої пропозиції. Розроблення унікально ї позиції бренду, яка виділяє вас серед інших учасників ринку та привертає увагу цільової аудиторії. Розроблення привабливих турпрограм, пакетів або послуг, які відповідають потребам вашої цільової аудиторії. Ефективна комунікація цих пропозицій через різні канали (онлайн-реклама, соціальні медіа, туристичні платформи, традиційні ЗМІ). Використання інтернет-маркетингу для залучення та збільшення аудиторії. Це включає веб-сайт з інформацією про послуги, SEO (пошукову оптимізацію), контент-маркетинг (статті, блоги, відео), електронну комерцію та розсилки електронних листів. Активна присутність в соціальних мережах для залучення і взаємодії з аудиторією, публікація привабливого вмісту, проведення конкурсів та рекламних кампаній. Розроблення партнерських відносин з туристичними агентствами, готелями, ресторанами, що дозволяє розширити діапазон послуг і забезпечити клієнтам повний пакет. Активна взаємодія з клієнтами, збір відгуків та врахування їх для покращення якості послуг. Розробка впізнаваних брендів, що асоціюються з якістю та надійністю, а також створення корпоративного стилю та образу. Постійне вивчення ефективності маркетингових заходів, виправлення помилок та вдосконалення стратегій на основі отриманих даних.

Ці елементи маркетингу разом допомагають підвищити свідомість про пропоновані туристичні послуги, залучити нових клієнтів та стимулювати повторні покупки, що сприяє успішному розвитку бізнесу в галузі туризму.

Література:

1. Витвицька О.Д. Особливості формування механізму регулювання інвестування інновацій в сучасних умовах // *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування. Сер.: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес.* 2013. Вип. 181(4). С. 85-90.
2. Витвицька О.Д. Концептуальні підходи до дослідження механізму інноваційно-інвестиційного розвитку зерновиробництва // *Агроінком.* 2013. №10-12. С.10-14.
3. Витвицька О.Д., Демешкант Н. А. Особливості інноваційного розвитку економіки і завдання аграрної науки та освіти. *Агросвіт* № 9, 2015. С. 3-7.
4. Shpak N., Vytvytska O., Martynyuk O., Kylaec M., Sroka W., (2022). Formation of management and technological maturity levels of enterprises for their dynamic development. *Engineering Management in Production and Services*, 14(3), 1-12.