

УДК 379.85

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Балак Еліна Дмитрівна,

здобувачка вищої освіти спеціальності 242 Туризм і рекреація

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

***Анотація:** досліджено потенціал Миколаївського регіону для туризму, включаючи природні та культурні ресурси. Зазначено необхідність розвитку маркетингових стратегій для просування та популяризації Миколаєва як туристичного напрямку. Визначені можливості та виклики розвитку туризму в умовах війни та запропоновано шляхи залучення нових відвідувачів та стимулювання економічного зростання через розвиток туристичної індустрії.*

***Ключові слова:** туризм, регіональний туризм, маркетингові стратегії, Миколаївський регіон*

Туризм є однією з найважливіших сфер у світовій економіці, яка має величезний вплив на політичні, економічні, соціальні та культурні зв'язки і взаємовідносини в міжнародному масштабі. В умовах інформаційного суспільства туризм стає не лише сферою відпочинку, а й стилем життя для мільйонів людей. Необхідність розвитку сфери туризму сприяє підвищенню рівня освіти, удосконаленню системи медичного обслуговування населення, впровадженню нових засобів поширення інформації тощо.

Туризм впливає на збереження й розвиток культурного потенціалу, веде до гармонізації відносин між різними країнами, змушує уряди, громадські організації й комерційні структури брати активну участь у справі збереження й оздоровлення навколишнього середовища [1].

Миколаївський регіон має значний туристичний потенціал, який відкриває широкі можливості для розробки і представлення різноманітних туристичних продуктів. Ці продукти можуть бути спеціально створені та адаптовані, щоб задовольняти різноманітні інтереси та потреби туристів, що відвідують регіон. Миколаївська область володіє значним рекреаційним потенціалом, зокрема, це: морські піщані пляжі довжиною близько 140 км, джерела мінеральної води із затвердженими запасами до 1 тис. куб. м, запаси лікувальних грязей, особливо Тілігульського та Бейкушського лиманів з геологічними запасами понад 2 млн. куб. м, 141 об'єкт природно-заповідного фонду, площею близько 75,5 тис. га або 3,07 відсотка території області [2].

У самому місті зареєстровано понад 80 фірм, що надають туристичні послуги, але вони не об'єднані в єдину туристичну асоціацію. Що стосується перспектив розвитку туризму, Миколаїв має: - 36 готелів та закладів для розміщення туристів; - більше як 2000 магазинів; - більше як 800 закладів громадського харчування, ресторанів, кафе, піцерій, кав'ярень. Саме відсутність такого організаційного інструменту і створює перешкоди для ефективного розвитку туризму. Тому зазначена кількість туристів не є

підтвердженням привабливості міста Миколаїв, оскільки значно перевищує кількість вище зазначених [2].

В умовах війни туристичні можливості Миколаївської області можуть бути обмежені. Військові дії, загроза безпеці та економічні обмеження можуть суттєво вплинути на розвиток туризму в регіоні. Але, навіть в таких складних умовах, деякі можливості для розвитку туризму можуть існувати, наприклад, місцевий туризм, що дає можливості насолодитися місцевими культурними скарбами, стежками історії. Також завдяки місцевому туризму розвивається економіка, оскільки стимулює попит на місцеві товари та послуги, включаючи готелі, ресторани, сувенірні магазини. Ще місцевий туризм може стати джерелом освіти та навчання, дозволяючи туристам вивчати історію, культуру та природу регіону.

Маркетингові стратегії розвитку туризму в Миколаївській області повинні бути забезпечені тематичними туристичними продуктами, такими як: історичні екскурсії, котрі розкривають багату історію Миколаєва, включаючи його заснування, розвиток та важливі події; водні екскурсії, що включають в себе прогулянки на човнах та катерах вздовж річок та каналів; арт-тури, які дозволяють туристам ознайомитися з місцевою сучасною та народною культурою через відвідування мистецьких галерей, виставок та інше; туризм для фотографів, котрі дозволяють зафіксувати найгарніші та найцікавіші місця Миколаєва на знімках; туризм для активного відпочинку, програми, спрямовані на задоволення потреб активних відпочиваючих, таких як велисопедні прогулянки, каякінг, водні види спорту та інші активності на природі.

Переконані, що маркетингової стратегії розвитку туризму в Миколаєві грають важливу роль у просуванні та популяризації міста як привабливого туристичного напрямку. Основні завдання маркетингової стратегії полягають у створенні привабливого іміджу Миколаєва серед потенційних туристів, привертанні уваги до його туристичних привабливостей, залученні нових відвідувачів та стимулюванні економічного зростання через розвиток туристичної індустрії. Створення унікального образу та ідентичності регіону, яка вражає та приваблює туристів, що може включати рекламні кампанії, логотипи та слогани, які висвітлюють особливості регіону.

Крім того, маркетингові стратегії спрямовані на привертання уваги до туристичних привабливостей Миколаєва. Це може бути досягнуто шляхом активної рекламної кампанії, використання соціальних медіа та інших каналів комунікації для просування цікавих подій, екскурсій та інших туристичних послуг.

Подальшим завданням маркетингових стратегій є залучення нових відвідувачів до міста. Це може включати розвиток нових туристичних продуктів, створення спеціальних турпакетів та акцій для привертання уваги, а також партнерство з туристичними агентствами та операторами. Маркетингові стратегії також спрямовані на стимулювання економічного зростання через розвиток туристичної індустрії. Залучення нових туристів із супутніми витратами на проживання, харчування та розваги може значно підвищити доходи місцевих підприємств та підтримати розвиток місцевої економіки.

Отже, маркетингові стратегії включають в себе використання різноманітних інструментів, таких як цифрові медіа, соціальні мережі, рекламні кампанії, участь у туристичних виставках та подіях, розробка тематичних турів та пакетів, а також співпрацю з місцевими та національними туристичними організаціями. Важливим елементом успішної маркетингової стратегії є постійний аналіз ефективності заходів та адаптація стратегій до змін у попиті та конкурентному середовищі. Тільки завдяки цьому можна досягти позитивних результатів у розвитку туризму в Миколаїві, залучити більше туристів та інвестицій у галузь туристичної інфраструктури, а також сприяти підвищенню економічного та соціокультурного розвитку міста [3].

Список використаних джерел:

1. Нікітенко Е. Креативні технології туризму як виклик креативно-цифрового суспільства і особистості. 2019. DOI: <https://doi.org/10.30839/2072-7941.2019.189178>
2. Програма розвитку туризму і курортів Миколаївської області на 2021-2023 рр. URL: <https://www.mk-oblrada.gov.ua/UserFiles/decree/16111534666008403ad2055.pdf>
3. Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей I Всеукр. наук.-практ. конф. (14-15 листопада 2023 року, м. Харків). Частина 1. Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2023. 525 с.

Abstract: *The potential of the Mykolaiv region for tourism, including natural and cultural resources, has been explored. The necessity of developing marketing strategies to promote and popularize Mykolaiv as a tourist destination is highlighted. Opportunities and challenges of tourism development in the conditions of war are identified, and ways to attract new visitors and stimulate economic growth through the development of the tourism industry are proposed.*

Keywords: *tourism, regional tourism, marketing strategies, Mykolaiv region*

Науковий керівник:

Шишпанова Н. О.

*кандидат економічних наук, доцент, доцент
кафедри публічного управління та адміністрування
і міжнародної економіки,
Миколаївський національний аграрний університет*