

отримувати необхідну туристам інформацію про туристичні об'єкти, історичні місця та події. Тому розробка та встановлення таблиць з QR-кодами в місцях особливого зацікавлення туристів в місті Мукачево та прилеглих до нього територій є перспективним і цікавим напрямком для впровадження QR-кодування основної важливої для туристів інформації про історичні міста. Інтерактивний маршрут спростить знайомство з центром та околицями міста та допоможе зручно та швидко отримати інформацію про туристичні об'єкти міста українською, англійською та іншими мовами.

**УДК 338.487:659.1:316.77:004(043.2)**

**Мовчан М.Ю., Кампов Н.С.**

*Мукачівський державний університет*

*hojsaknad@gmail.com*

## **КОМПЛЕКС СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОМОЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

На сучасному етапі розвитку українського суспільства постала нагальна потреба у представленні національного туристичного продукту як цілісного образу, який формується комплексом соціально-комунікаційних технологій, спрямованих на активізацію поведінки споживача туристичних послуг. Про це засвідчує позитивний міжнародний досвід промоції національного туристичного продукту країнами-лідерами туристичного бізнесу, які застосовують механізм ефективного територіального брендингу, що реалізуються засобами інтегрованих маркетингових комунікацій. Такий підхід визнається та застосовується не тільки науковцями, представниками бізнесу, а й державними інституціями.

Територіальний брендинг все частіше стає центром уваги вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких А.Парфіренко, В.Тарнавський, Н.Торсен та

ін., які вбачають ефективність створення брендингу держав через використання внутрішніх геофізичних, фінансово-промислових, інтелектуально-технологічних, кадрових ресурсів. Вітчизняні науковці Г. Б. Мунін, З. І. Тимошенко, Є. В. Самарцев, А. О. Змійов у процесі досліджень прийшли до висновку, що туристичний брендинг – це кульмінація широкого спектра напрямів діяльності з усього набору засобів маркетингу. Його слід розглядати як фокусну точку маркетингових зусиль, як спосіб спрямування ходу розумового процесу керівництва на забезпечення задоволення споживача.

Однак розроблений туристичний бренд – це лише окрема складова загальнодержавної політики промоції вітчизняного туризму. Для її реалізації необхідно застосовувати маркетингові інструменти розробки, популяризації та просування по всіх комунікативних каналах. Для цього варто активно застосовувати різноманітні форми публічно-приватного партнерства, спрямованого, перш за все, на задоволення потреб мандрівників з урахуванням інтересів бізнесу, громадськості та владних структур, чим і визначатимуться подальші наукові дослідження.

Промоція міст – тренд, який уже давно вловили та реалізували європейські міста, від найбільших до найменших. То ж сьогодні перед туристичним бізнесом Мукачева стоїть чітке завдання – скористатись тим туристичним потоком, який має місто, і запропонувати нашим гостям, як вітчизняним, так і іноземним, пам'ятки, розташовані неподалік від міської зони, однак які мають важливе культурне значення.

Промоція – це сукупність дій і засобів, за допомогою яких передається інформація на туристичний ринок стосовно турпродукту, туристичних та супутніх послуг, підприємства сфери обслуговування, вивчаються потреби споживачів, провокується їх до придбання і скеровується попит. Промоція повинна скоротити дистанцію між виробниками і споживачами туристичного продукту, який пропонується, розширити знання споживачів про переваги продукту порівняно з конкурентним [1].

Промоція – це: 1) комплекс заходів і засобів, за допомогою яких громада

має можливість спрямовувати інформацію про себе, про свою діяльність та потреби на різні рівні сприйняття та споживча цієї інформації (завдяки промоції будь-яку територіальну громаду може почути кожен, починаючи від самих мешканців, закінчуючи іноземними інвесторами та туристами); 2) це сукупність дій, спрямованих на просування продукту чи послуги, які впливають на цільову аудиторію (потенційних споживачів). Вплив може бути інформаційним: можна візуально ознайомитися з продуктом або послугою, протестувати, продегустувати; і стимулюючим: отримати безкоштовно продукт, що просувається, при купівлі певної кількості продукту, отримати подарунок за купівлю товару (користування послугою), отримати знижку на покупку товару або послуги тощо [2].

Промо-одяг – це одяг з нанесеним на неї логотипом якогось бренду або компанії, яка використовується для проведення рекламних акцій. Різноманітність промо-одягу зараз дуже велике: від звичайних футболок і фартухів до елегантних суконь або стилізованих костюмів.

Промо-сайт – це одна або декілька web-сторінок, які створюються для просування товарів або послуг в Інтернеті; це інтернет-проект, метою якого буде привернення уваги максимальної кількості людей. Промо-сайт яскраво розповість вам про переваги продукту і забезпечить сталий запам'ятовування у потенційних клієнтів.

Промо-сувеніри – це частина сувенірної продукції у вигляді недорогих дрібниць з нанесенням логотипу компанії: гуртки, ручки, календарі, блокноти – все залежить тільки від вашої фантазії. Зазвичай, їх використовують для роздачі на промо-акціях і різних презентаціях або як корпоративні подарунки клієнтам.

Промо-ролики – це відео ролик, створений для того, щоб в графічній формі донести до цільової аудиторії основні якості і переваги товарів і послуг. Дуже вдалий і дієвий спосіб, тому як візуальне сприйняття найчастіше набагато ефективніше слухового. Підходить як для ТБ, так і для мережі Інтернет.

Промо-продукція – це предмети для повсякденного використання, в ролі яких можуть виступати ручки, брелоки, запальнички, кепки і так далі, на які

наноситься логотип тієї чи іншої компанії-виробника.

Публікації. Брошури для туристів презентують історію міста, події та інформують про найважливіші визначні місця. Вони служать відвідувачам як актуальна допомога в плануванні – чи до початку поїздки, чи вже перебуваючи на місці.

Іміджеві брошури. Іміджеві брошури мають надавати ідеї для поїздок у туристичний центр. Емоційне оформлення та великоформатні фотографії на визначену тематику мають мотивувати цю поїздку. Ці брошури мають також містити інформацію та дати проведення важливих фестивалів, виставок, концертів, спортивних та театральних подій тощо.

Подієві та тематичні флаєри – брошури з оглядом важливих подій, орієнтовані на різні теми та кампанії з детальною інформацією про продукти та пропозиції.

Соціальні мережі. Використання соціальних мереж полягає в постійному поширенні актуальної інформації про дестинацію, в перманентній підтримці інтересу до неї, в посиленні позитивної громадської думки, таким чином, у покращенні позиціонування міста на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Вся туристична продукція міста, позначення туристичних об'єктів, маршрутів, туристично-інформаційних центрів повинна мати єдиний бренд-вигляд, згідно розробленого в місті бренд-буку [3].

Отже, створюючи промоду продукцію необхідно вирішити такі завдання: формування туристичної бази даних про об'єкти та послуги; інформування про туристичний потенціал краю; інформаційні та консультаційні послуги; організація маршрутів, програм тощо та їх координування; промоція туристичного потенціалу краю; залучення широкого кола туристів; інформування про туристичну інфраструктуру; надання інформації місцевим та іноземним туристам і туристичним організаціям; сприяння співпраці між туристичними організаціями; розвиток туристичних можливостей міста.

### Список використаних джерел

1. Карягін Ю.О. Маркетинг турпродукту /Ю.О. Карягін, З.І. Тимошенко, Т.О.Демура, Г.Б. Мунін – К: Кондор, 2009. – 394 с.
2. Забалдіна Ю.Б. Маркетинг туристичного підприємства. Навч. пос. /Ю.Б. Забалдіна – К.: Музична Україна, 2002. –196 с.
3. Мунін Г. Б.Маркетинг туризму: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів /Г. Б.Мунін, З. І.Тимошенко, Є. В Самарцев, А. О. Змійов. Маркетинг – К.: Видавництво Європейського університету, 2006. – 427с.



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>