

MUSHROOM, пасажирських перевезень Zimride, Carma, Ridejoy, BlaBlaCar тощо. Таким чином, цілком можливим є надання більшої кількості послуг іноземним туристам без збільшення чисельності туристичних закладів і робочих місць у них.

Все це ставить перед експертами і підприємцями туріндустрії завдання оперативної рефлексії перманентних викликів гнучким коректуванням організаційно-економічних механізмів стимулювання розвитку рекреаційно-туристської діяльності за умови, що до 2026 р. держава виконає п'ять пунктів власної стратегії розвитку туризму і курортів.

Список використаних джерел

1. *Чим залучатимуть туристів в Україну [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukr.segodnya.ua/economics/enews/chem-budut-privlekat-turistov-v-ukrainu-1008041.html>*

2. *Трудовий туризм: як заробити під час відпочинку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukr.segodnya.ua/ukraine/trudovoy-turizm-kak-zarabotat-vo-vremya-otdyha-1008430.html>*

Вікторія ДАНИЛЕНКО-КУЛЬЧИЦЬКА

к.е.н., доцент кафедри
міжнародного бізнесу і туризму
Тернопільський національний
економічний університет

РЕКЛАМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ТЕРНОПІЛЬЩИНИ

Якщо говорити про специфіку реклами у сфері туризму, то варто відзначити, що на сучасному ринку туристичних послуг перемагає у конкурентній боротьбі той, хто повністю враховує особливості рекламування на цьому ринку. Невідчутність туристичної послуги передбачає те, що її реклама повинна бути інформативною, предметною і переконливою. Оскільки споживач не може оцінити якість послуги до моменту її отримання, він змушений вірити рекламі цієї послуги. Така реклама повинна надати туристу якомога більше інформації, а також по можливості продемонструвати цю послугу: процес її надання, одержаний результат або ж задоволеність від її отримання. Саме тому характерною ознакою реклами туристичних послуг є наглядність, що передбачає широке використання елементів візуалізації [1].

Рекламування туристичних можливостей регіону можливо за кількома напрямками:

Просування замкового туризму

Понад 30 замків і їх руїн збереглися у Тернопільській області. В одних проводять екскурсії, а в інших можна хіба помилуватися природою. До національного заповідника Замки Тернопілля належать одинадцять замків і замково-палацових комплексів, до Бережанського і Кременецько-Почаївського державних історико-архітектурних заповідників – по одному. До складу «Замків Тернопілля» входять Збараський, Вишневецький, Скалатський, Теребовлянський, Микулинецький, Підзамоцький, Золотопотоцький, Язловецький, Скала-подільський, Кривчанський та Чортківський [2].

Одним із можливих шляхів поширення інформації про ці туристичні об'єкти може стати розміщення рекламних буклетів, брошур по замково-палацових комплексах інших регіонів. Таким чином, туристи, яких цікавить цей напрям дізнаватимуться про можливості замкового туризму на Тернопіллі. Наприклад, у замках Кам'янець-Подільського, Луцька, Дубно тощо можна розміщувати рекламно-інформаційні матеріали про замки сусідньої Тернопільщини і навпаки.

Просування релігійно-паломницького туризму Тернопільщини.

Тернопілля є багатим на великі християнські святині. Зокрема тут є такі відомі паломницькі центри як одна з найбільших православних святинь світу Свято-Успенська лавра у м. Почаєві, греко-католицький Маріїнський духовний комплекс у селі Зарваниці; місце заснування Ордену сестер Непорочного Зачаття - мавзолей черниць у Язлівці Бучацького району. Релігійно-паломницький напрям туризму на Тернопіллі можна просувати з допомогою численних православних та католицьких організацій таких як паломницький центр ІХТІС, Українська Молодь - Христові (УМХ) тощо. Також можна розміщувати інформаційні брошури та буклети на об'єктах релігійно-паломницького туризму інших регіонів. Наприклад, у Києво-Печерській Лаврі можна розмістити інформацію про Почаївську лавру і т.д.

Просування спелеотуризму

Тернопільщина багата на спелеоресурси. Сьогодні тут є понад сто досліджених печер, гrotів і навісів. Переважна більшість їх зосереджена в Придністров'ї, в межах Борщівського, Чортківського, Заліщицького районів.

Єдиною облаштованою для екскурсійного відвідування є печера «Кришталева» (Борщівський район). На території Тернопілля є найбільші у світі гіпсові печери «Оптимістична» та «Озерна». Оскільки спелеотуризм є досить спеціалізованим видом туризму, то для його просування не підходять традиційні засоби реклами. Тому рекламувати туристичні можливості Тернопільської області у цьому напрямі можна з допомогою спеціальних Інтернет-форумів, на яких спілкуються поціновувачі даного туристичного напрямку. Така реклама є доволі нестандартною і виглядатиме наступним чином: спеціальна людина після реєстрації на форумі у в процесі спілкування з відвідувачами форуму анонімно і ненав'язливо розповідає про особливості печер Тернопільщини.

Просування курортно-лікувального туризму

Численні бальнеологічні ресурси складають основу лікувально-оздоровчого туризму та розвитку санаторно-курортного комплексу області. На території області діють санаторії: «Медобори», «Барвінок» (Зборівський район), «Червона калина» (Теребовлянський район), «Веселка» (Тернопільський район) та ін. З метою рекламування цього напрямку туризму можна використати можливості медичної галузі, зокрема поширювати інформацію про місцеві санаторії через інформаційні стенди поліклінік, лікарень, та інших санаторіїв. Також таку інформацію можна розміщувати на медичних порталах в мережі Інтернет.

Важливою ознакою сьогодення є те, що при плануванні туристичних маршрутів, при виборі місць, бажаних для відвідування, туристи найчастіше користуються можливостями, які їм дає мережа Інтернет. Це можуть бути пошукові або соціальні мережі, спеціалізовані туристичні форуми тощо. Цей

факт обов'язково слід враховувати, приймаючи рішення про засоби розміщення реклами. Так, ефективною (особливо серед молоді) при просуванні туристичного продукту Тернопілля може стати вірусна реклама. Вірусна реклама це кумедний або шокуючий відеоролик, мультфільм, гра, фотографія, на яких відображене певним чином посилання на певний сайт. З її допомогою можна рекламувати, наприклад, сайт «Тернопільщина туристична». Окрім вірусної реклами, варто використати можливості соціальних мереж. Інформацію про різні туристичні об'єкти, цікаві для туриста події і заходи легко можна поширювати з допомогою мереж Facebook, Вконтакті, Instagram тощо.

Іншою ціллю, яку ставить перед собою рекламування Тернопільщини - це вплив на сприйняття та ставлення потенційних споживачів до туристичного продукту області, тим самим спонукаючи їх до придбання цього продукту. Для досягнення цієї мети найкраще виготовити інформаційний відео ролик про основні туристичні «родзинки» Тернопілля («Тернопілля запрошує гостей»). Такий ролик можна поширювати з допомогою різноманітних засобів реклами – вуличне телебачення різних міст, місцеві та всеукраїнські телеканали, мережа Інтернет (в тому числі соціальні мережі). Основним недоліком такого способу просування туристичного Тернопілля є, звичайно ж, висока вартість. Отже, для виготовлення і розповсюдження такого рекламного ролика варто залучати спонсорів. Ними можуть бути туристичні компанії, транспортні компанії, готелі, заклади громадського харчування і т.д., тобто всі ті підприємства, які зацікавлені у збільшенні числа туристів.

Список використаних джерел

1. Іванова Л.О. Специфіка реклами на ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/17138/1/99-Ivanova-164-165.pdf>

2. Замки Тернопільщини: куди за чим їхати [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://te.20minut.ua/Podorozhi/zamki-ternopilschini-kudi-zachim-yihati-10322429.html><https://te.20minut.ua/Podorozhi/zamki-ternopilschini-kudi-zachim-yihati-10322429.html>

3. Ромат Е. В. Мировые тенденции развития рекламы / Е. В. Ромат // *Маркетинг и реклама*. – 2007. – № 5(129). – С.14–19.

4. Сырцова И. Рекламный Фэн-Шуй или окружающая среда как рекламоноситель // *Практика рекламы*. – 2006. – № 12. – С.40–43.

Уляна ДРИЛЬ

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент Вовк С.В.

Тернопільський національний

економічний університет

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ СПЕЛЕТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Нині досить популярним є спортивний туризм, який об'єднує всі подорожі, пов'язані з активними способами пересування та відпочинку на природі, що мають на меті отримання нових відчуттів, вражень, покращення фізичної форми та досягнення спортивних результатів. Особливого