

Шестакова А. В.

к.е.н., доцент, Поліський національний університет

Андрійчук К. В.

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,

спеціальність «Туризм»,

Поліський національний університет

ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ТА ЙОГО РОЛЬ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Модель подорожей змінюється у напрямку пошуку автентичності, а поява економіки спільного використання надає значну можливість для задоволення попиту на автентичний туристичний досвід. Тому прагнення до розробки нового туристичного продукту стає дедалі більш актуальним. Для розробки нового автентичного туристичного продукту це дослідження має на меті визначити важливі характеристики автентичних туристичних заходів для задоволення попиту туристів.

Туристичний продукт – це товар, послуга або пакет товарів та послуг, які люди можуть придбати під час відвідування нового місця призначення. Туристичні продукти та послуги допомагають відвідувачам досліджувати місце призначення, яке вони відвідують, пропонуючи їм можливість переглянути пам'ятки, придбати сувеніри, взяти участь у екскурсіях або придбати враження. Туристичні продукти – це набагато більше, ніж просто матеріальні сувеніри, які туристи везуть додому своїм друзям та родинам; це враження, які вони отримують від мандрівок і подорожей [1].

Розробка туристичного продукту означає виведення на ринок нових та інноваційних продуктів, вражень та послуг, які туристи можуть придбати. Розробка продукту може мати різні форми. Наприклад, ви виявили прогалину на поточному ринку та вирішили розробити продукт або враження, щоб задовольнити попит. Розробка продукту може означати розробку продукту або враження, які вже пропонуються в цьому регіоні, але є новими для вашого бізнесу. Або, якщо ви вже є туристичним оператором, ви можете шукати можливості розширити свої існуючі туристичні пропозиції,

включивши додаткові послуги, враження або матеріальні продукти, такі як сувеніри.

Іноді розробка туристичного продукту передбачає створення абсолютно нового досвіду. В свою чергу це може включати розширення або вдосконалення існуючого продукту. Розширення продуктів може бути зосереджено на нових туристичних ринках, вдосконалених лінійках продуктів або сезонних враженнях. Відкриття нових можливостей щодо розширення власного бізнесу, пропонуючи різноманітний спектр туристичних продуктів, які обслуговують різні типи туристів. Відтак це може покращити продажі, зміцнити поточну позицію на ринку або надасть змогу скористатися новими можливостями на ринку. Деякі приклади розширення або вдосконалення продукту включають:

- Розширення послуги в новому сезоні;
- Пропонування прокату зимового спорядження як частини послуги;
- Зустріч та посадка в готелі.

Для розробки нового або інноваційного туристичного продукту корисно мати глибоке розуміння поточних ринкових тенденцій, типів мандрівників, мотивації та цінностей. Деякі речі, які ви можете врахувати під час розробки вашого продукту: • особиста та бізнес-філософія того, чому ви розробляєте туристичний продукт (наприклад, ви є хранителем культурних знань і хочете знайти шанобливі способи поділитися історіями вашої громади);

- розуміння галузевих тенденцій та ринкового попиту (наприклад, китайський ринок зростає, і ви хочете включити тур китайською мовою до своєї пропозиції);

- здатність використовувати можливості, коли вони виникають (наприклад, ви власник роздрібного магазину, і оператор хотів би залучити велику групу відвідувачів у неділю, коли ви зазвичай не працюєте);

- знання потреб відвідувачів та моделей купівлі (наприклад, ваше дослідження ринку показує, що міленіали та покоління Z використовують свої телефони для дослідження місця призначення, тому ви оновлюєте свій веб-сайт, щоб він був зручним для мобільних пристроїв); та ознайомлення з продуктами та ціноутворенням конкурентів (наприклад, ваша стандартна риболовля схожа на послуги інших туристичних операторів, тому ви встановлюєте для себе трохи нижчу ціну, щоб бути привабливішою для відвідувачів, які цінують витрати) [1; 2, с. 151; 3].

Також необхідно зазначити важливість знання типу клієнта, якого

ми хочемо залучити, і чи можемо ми запропонувати продукт, який відповідає унікальним очікуванням обраної ніші клієнтів. Не менш важливо під час розробки туристичного продукту враховувати спеціальний режим туристичного агентства, щоб знати фінансові зобов'язання, а також те, як слід враховувати кожну транзакцію. А саме головне те, що туристичне агентство повинно мати культуру бренду та філософію, які повинні відповідати туристичним продуктам, які вони розробляють та пропонують туристам.

Отже, туристичний продукт має бути унікальним та запам'ятовуваним досвідом для клієнта, задовольняти його бажання та залишати гарний слід у бренді туристичного агентства. Водночас має проводитися сегментація туристичного ринку та аналіз клієнтів, а також дослідження конкурентів. Диференціація ринку вимагає від розробників продуктів постійного моніторингу інших компаній на ринку та аналізу реакції аудиторії.

Список використаних джерел:

1. Tourism product development/
URL: https://www.iti.gov.nt.ca/sites/iti/files/tourism_product_development.pdf (дата звернення 23.04.2025)
2. Daniel Szostak. Creation and Promotion of Branded Tourism Products Analysis of Selected Issues. European Research Studies Journal Volume XXIV, Issue 4B, 2021, pp. 148-154.
3. Product development. URL: <https://www.unwto.org/tourism-development-products> (дата звернення 23.04.2025)