

25. Формування туристичного продукту вітчизняних туроператорів для туристів з Канади

Владислав Лобанов, Юрій Сологуб

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Ринкові перетворення, що відбуваються в Україні, визначення туризму пріоритетною галуззю економіки, загострення конкуренції на окремих сегментах внутрішнього та міжнародного ринку туристичних послуг актуалізують необхідність дослідження проблеми виходу туристичних послуг України на міжнародні ринки.

Результати. Перспективними ринками збуту туристичних послуг українських туроператорів є зарубіжні країни, серед яких варто виокремити Канаду, оскільки вона є перспективною для просування туристичних послуг України через наявність найбільшої в світі української діаспори.

Для формування якісного туристичного продукту вітчизняних туроператорів для туристів з Канади необхідно: на державному рівні сприяти розвитку туристичної діяльності в українських центрах туризму; створювати новітні конкурентоспроможні на міжнародному ринках туристичні продукти, які здатні максимально задовольнити туристичні потреби іноземних туристів; створювати та розвивати матеріально-технічну базу і сучасну інфраструктуру туризму, сприятливі умови для залучення інвестицій; ефективно використовувати природній, історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціал, забезпечувати умови для повноцінного функціонування суб'єктів туристичної діяльності; постійно підвищувати якість та асортимент туристичних послуг, розширювати мережу туристично-екскурсійних маршрутів; здійснювати інформаційну підтримку туристичного сектору, рекламно-інформаційну діяльність.

Важливими питаннями у формуванні туристичного продукту вітчизняних туроператорів для туристів з Канади є підвищення якості та розширення асортименту туристичних послуг, підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів історико-культурної спадщини. Поставлені завдання можуть бути вирішені шляхом: впровадження сучасних методів рекламно-презентаційної діяльності; підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів історико-культурної спадщини; створення сучасної дорожньої інфраструктури; реконструкції та модернізації санаторно-курортних, відпочинкових і туристичних закладів; підвищення якості та розширення асортименту туристичних послуг; впровадження нових туристичних маршрутів і тематичних екскурсійних програм; підготовки та випуску якісної рекламної продукції і сувенірів.

Висновок. Отже, з метою формування привабливості вітчизняного туристичного продукту для туристів з Канади необхідно: впроваджувати сучасні методи рекламно-презентаційної діяльності, підвищувати ефективність використання рекреаційних ресурсів та об'єктів історико-культурної спадщини, проводити реконструкцію та модернізацію туристичних об'єктів, створювати сучасну дорожню інфраструктуру на основних туристичних маршрутах, планувати роботу щодо підвищення якості надання туристичних послуг, розробляти нові туристичні маршрути і тематичні екскурсійні програми різного спрямування.

Література

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. – К: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. – 395 с.