

УДК 338.48

Котляр С.О.<sup>1</sup>, Мамотенко Д.Ю.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. ГФ-211 НУ «Запорізька політехніка»

<sup>2</sup> канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

## **РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ДО ІСПАНІЇ**

Розробка туристичного продукту є актуальною темою незалежно від часу, оскільки туризм є важливою галуззю, що має значний вплив на економіку багатьох країн. Туризм є джерелом доходу, створює робочі місця і сприяє розвитку інфраструктури. Актуальність розробки туристичного продукту полягає у здатності задовольнити потреби туристів, що постійно змінюються. Подорожі стають все більш доступними і популярними, і туристи шукають нові, унікальні та незабутні експерименти.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) визначає туристичний продукт як «поєднання матеріальних і нематеріальних елементів, таких як природні, культурні та штучно створені ресурси, атракції, об'єкти, послуги та діяльність навколо певного центру інтересу» [1].

Розробка туристичного продукту означає виведення на ринок нових та інноваційних продуктів, вражень і послуг, які туристи можуть придбати [2]. Розробка продукту може мати багато форм. Наприклад, ви виявили прогалину на поточному ринку і вирішили розробити продукт або враження, щоб задовольнити попит. Створення нового товару чи послуги для туристів може включати в себе як розробку абсолютно унікальних пропозицій, так і адаптацію вже існуючих до потреб вашого бізнесу. Якщо ви вже є туристичним оператором, ви можете прагнути розширити свої існуючі

туристичні пропозиції, включивши додаткові послуги, враження або матеріальні продукти, такі як сувеніри [3].

Туристичний продукт до Іспанії – це культурно-пізнавальний тур «Gazpacho soleado». Цей захоплюючий тур познайомить туристів з найвідомішими культурними та історичними пам'ятками Іспанії. Вони побачать шедеври архітектури Гауді в Барселоні, відвідають Римський амфітеатр в Тарагоні, відчують пристрасть фламенко в Севільї та насолодяться атмосферою королівського Мадрида. Особливих вимог тур не вимагає, залежно від особливостей туру та цільової аудиторії будуть використовуватися найрізноманітніші засоби розміщення. В окремих випадках з метою економії коштів на готелі можливі нічні переїзди з ночівлею в транспортному засобі. Харчування найчастіше буде організовуватись по типу «напівпансіон» (НВ) або «ліжко та сніданок» (ВВ). Сніданок, а іноді і вечеря здійснюється в ресторані готелю і зазвичай включені у вартість туру. Обід організовується у закладах харчування на зупинках транспорту або поблизу екскурсійних об'єктів і може оплачуватись туристами самостійно або бути включеним у вартість туру.

Культурно-пізнавальний туризм зараз набуває все більшої популярності, Автономна спільнота Мадрид дуже зацікавлене у розвитку цього напрямку, це і обумовило вибір саме цього виду туризму для розробки туру. ЮНВТО та Автономна спільнота Мадрид зібрали 18 експертів з усього світу для обміну ідеями, обговорення та дослідження викликів і тенденцій культурного туризму. Зустріч була зосереджена на стратегічному управлінні культурними ресурсами для дестинацій, включаючи виклик управління туристичними потоками через різні маршрути або комбіновані продукти. Експерти також обговорили, як просувати менш відомі дестинації Іспанії, які знаходяться поза основними туристичними маршрутами, як спосіб уникнути перенасичення головних туристичних атракцій [4].

Таким чином, розробка туристичного продукту є ключовим процесом у туристичній індустрії, оскільки передбачає створення нових або адаптацію існуючих послуг для задоволення попиту туристів. Інноваційні підходи дозволяють залучати нових клієнтів та розширювати спектр пропозицій, що сприяє розвитку бізнесу. Культурно-пізнавальний тур «Gazpacho soleado» є прикладом такого продукту, оскільки поєднує в собі відвідування визначних пам'яток Іспанії та занурення у її культурну атмосферу. Гнучкість у виборі розміщення та харчування дозволяє адаптувати тур під різні категорії туристів, роблячи його доступним та привабливим для широкої аудиторії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Tourism Product Development Playbook Guide. – Mode of access: <https://www.competecaribbean.org/wp-content/uploads/2023/09/Tourism-Product->

Development-Playbook-GUIDE.pdf (date of access: 2025.03.20). – Title from screen.

2. But T. Management Increasing the economic development of the EU countries through the implementation of the «Smart City» concept [Electronic resource] / Tetiana But, Daria Mamotenko // Management and Entrepreneurship: Trends of Development. – 2025. – Vol. 1, no. 31. – P. 27–37. – Mode of access: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2025-1/31-03> (date of access: 2025.03.20). – Title from screen.

3. Tourism Product Development. – Mode of access: [https://www.iti.gov.nt.ca/sites/iti/files/tourism\\_product\\_development.pdf](https://www.iti.gov.nt.ca/sites/iti/files/tourism_product_development.pdf) (date of access: 2025.03.20). – Title from screen.

4. UNWTO: Cultural tourism Management the Focus as UNWTO and Comunidad de Madrid Host Experts Meeting.

– Mode of access: <https://www.unwto.org/search?keys=cultural+tourism> (date of access: 2025.03.20). – Title from screen.