

*Наталія Худик,
викладачка кафедри туризмознавства і краєзнавства
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Україна*

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ У ЦИФРОВУ ЕРУ: SMM ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРИВАБЛЕННЯ ТУРИСТІВ ТА РОЗВИТКУ ГРОМАД

За останні роки одним із ефективних маркетингових засобів просування послуг сільського туризму на ринку є SMM (social media marketing) або маркетинг у соціальних мережах. Сільський туризм, який колись мав репутацію сектора індустрії туризму, що відстає від цифрових технологій, тепер впевнено використовує у своєму розвитку інновації соціально-медійного маркетингу. Варто відмітити, що при порівняно низьких витратах на застосування інструментів SMM, можна отримати високу ефективність збуту туристичних послуг, охопивши значну кількість споживачів. Сьогодні приватні садиби сільського туризму та агротуристичні комплекси в сільських районах активно використовують цифрові інструменти для привертання уваги, залучення аудиторії та підвищення своєї конкурентоспроможності.

Розглянемо кілька прикладів сучасних інструментів SMM, які допомагають популяризації сільського туризму та сприяють його економічному розвитку.

1. Відкриття нових ринків за допомогою соціальних мереж. Соціальні мережі стали потужним інструментом для просування сільського туризму. Створення сторінок у соціальних мережах дозволяє сільським господарствам та агротуристичним комплексам представляти свої унікальні продукти та послуги широкій аудиторії. Через поширення фото та відео матеріалів про життя та роботу у селі, вони можуть привернути туристів, які цінують природу, спокій та аутентичну культуру [3, с.10].

2. Контент-маркетинг та інтерактивність. Агротуристичні комплекси активно використовують контент-маркетинг для привертання уваги до своїх пропозицій. Це може бути від розповідей про традиції та культуру села до

навчальних відео про вирощування органічної продукції. Також важливим елементом стає інтерактивний контент, який залучає аудиторію до взаємодії, наприклад, онлайн-голосування, конкурси або інтерактивні екскурсії [1, с.182].

3. *Підтримка спільноти.* Сільські господарства та агротуристичні комплекси створюють власні спільноти в соціальних мережах, щоб підтримувати комунікацію зі своїми клієнтами та постійно підтримувати інтерес до своїх послуг. Вони обмінюються корисною інформацією, оновленнями про події та акціями, а також спілкуються один з одним, що сприяє зміцненню відносин та побудові віртуального сімейного середовища [3, с.10]. Прикладом слугує ГО «Спілка сільського зеленого туризму України». Головною місією якої є об'єднання господарів садиб та туристів на комунікаційних та маркетингових платформах, створення кластерів сільського зеленого туризму в Україні, збереження природного та історико-культурного потенціалу сільської місцевості, покращення добробуту сільського населення та якості життя за рахунок диверсифікації господарської діяльності [2].

4. *Використання відео-контенту та віртуальних турів.* Створення відео-контенту та віртуальних турів дозволяє сільським садибам продемонструвати свою унікальність та привабливість. Потенційні туристи можуть відчувати атмосферу села та побачити його красу ще до приїзду, що збільшує їхню зацікавленість та збільшує ймовірність бронювання.

5. *Використання геолокаційних сервісів.* Одним з інноваційних впроваджень в SMM для сільського туризму є використання геолокаційних сервісів. Спеціальні додатки та сервіси можуть надавати користувачам інформацію про найближчі агротуристичні комплекси, ферми чи сільські готелі. Це дозволяє потенційним туристам знаходити та організувати подорожі з мінімальними зусиллями, сприяючи розвитку сільського туризму в регіоні [4].

6. *Використання віртуальних асистентів та чат-ботів.* Впровадження віртуальних асистентів та чат-ботів у SMM для сільського туризму стає все популярнішим. Ці інструменти допомагають автоматизувати комунікацію з

клієнтами, відповідаючи на питання, приймаючи замовлення та надаючи корисну інформацію про послуги та події у сільських регіонах.

7. *Співпраця з місцевими впливовими особами, блогерами.* Ще однією інноваційною стратегією в SMM для сільського туризму є співпраця з місцевими впливовими особами, блогерами чи туристичними експертами. Вони можуть допомогти в популяризації сільських регіонів через свої соціальні мережі та власну аудиторію, привертаючи більше уваги до сільського туризму та збільшуючи кількість туристів.

8. *Використання відео-стрімінгу для подій та екскурсій.* Важливим інструментом SMM для сільського туризму може також слугувати використання відео-стрімінгу для трансляції різноманітних подій та екскурсій. Сільські господарства чи агроферми можуть організовувати віртуальні тури, показуючи усі аспекти свого життя та роботи, а також презентувати таким способом свої унікальні продукти та послуги. Це дозволяє потенційним туристам отримати реалістичне уявлення про життя у селі, зацікавлює їх та таким чином залучає до відвідування сільської місцевості.

9. *Експерименти зі змістом у різних форматах.* Приватні садиби та агротуристичні комплекси можуть використовувати інноваційні підходи до створення змісту для соціальних мереж та їх наповнення. Вони можуть експериментувати з різними форматами контенту, такими як 360-градусні відео, віртуальні тури у форматі «живих» відео, інтерактивні фотографії тощо. Це дозволяє створювати більш цікавий та привабливий контент для аудиторії [4].

Отже, використання SMM в сільському туризмі не тільки допомагає розвивати галузь, але й сприяє підвищенню економічного розвитку сільських регіонів та збереженню їхньої культурної спадщини. Завдяки сучасним цифровим технологіям сільський туризм стає більш доступним та привабливим для подорожуючих, сприяючи зростанню та процвітанню регіонального туристичного бізнесу. Сьогодні сільські господарства та агротуристичні комплекси можуть приваблювати мільйони користувачів, розповідаючи свою унікальну історію та пропонуючи неповторний туристичний продукт.

Список використаних джерел:

1. Бойко, В. О., Осадчий, А. А., Бойко, Л. О. Соціальні мережі – перспективни напрям просування бізнесу у підприємницькій діяльності. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2021. № 2. С. 178–185.
2. Всеукраїнська громадська неприбуткова організація «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні». URL: https://www.greentour.com.ua/vision_mission
3. Гарбар Ж. В., Гонтарук Я. В. Розвиток реклами в мережі інтернет для просування послуг в сфері екотуризму. *Індустрія туризму та гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 6. С. 5-11
4. Маркетинг та просування садиби зеленого туризму. URL: <https://zeleniyturizm.pp.ua/marketyng-ta-prosuvannya-sadyby-zelenogo-turyzmu/>