

**Маркетингова стратегія України
як туристичної дестинації
2021-2023**



ДАРТ

Державне агентство
розвитку туризму
України

Призначення



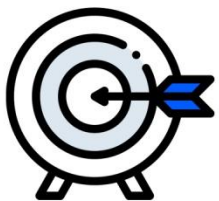
Місія

Бути дієвим інститутом, що реалізовує державну політику у сфері туризму і забезпечує сталий розвиток галузі, шляхом об'єднання досвіду, знань і ресурсів усіх учасників туристичного ринку України та міжнародних партнерів.



Візія

Через 10 років Україна туристично-приваблива країна та центр для проведення міжнародних конференцій і культурних заходів.



Мета

Люди активно подорожують Україною в цілях туризму.

Цілі ДАРТу

01 Покращення іміджу України у світі

02 Збільшення туристів цільових ринків

03 Розвиток туристичної інфраструктури

04 Інновації у туризмі

05 Розвиток ділового туризму

06 Розвиток внутрішнього туризму

07 Якість туристичної освіти та сервіс

08 Аналіз та статистика ринку

09 Удосконалення законодавчої бази

10 Покращення управління у туристичній сфері

Напрямки діяльності

01



Реалізація державної політики у сфері туризму та курортів

02



Розвиток внутрішнього та в'їзного туризму України

03



Формування та розвиток конкурентоспроможного на світовому ринку національного туристичного продукту **Ukraine Now**

04



Забезпечення державної підтримки в'їзного і внутрішнього туризму

05



Маркетинг дестинацій України

06



Ліцензійний реєстр суб'єктів туроператорської діяльності

07



Регуляторна функція

Як розвивається туризм?

Туризм у світі

Втрати



10,4% ВВП
частка туристичної галузі у світову економіку*



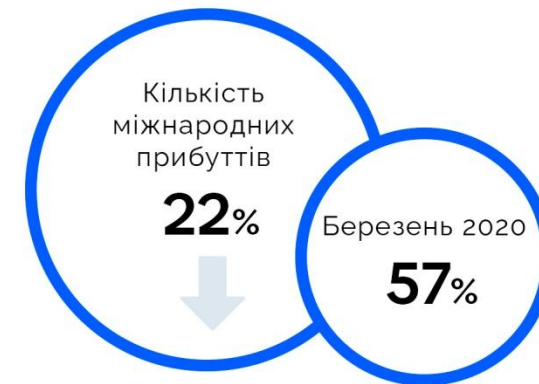
Кожна **10-та**
вакансія у світі пов'язана з туризмом



20%
від усіх нових вакансій у світі створені у сфері туризму (2019 рік)

-67 млн.
ПРИБУТКІВ

-80 млн.
НАДХОДЖЕНЬ



Глобальні наслідки у 2020 році

(порівняно з 2019 роком)***:

На **850 млн - 1,3 млрд** менше міжнародних туристів
910 млрд - 1,2 трлн USD збитки експортних надходжень від туризму
100-120 млн прямих робочих місць в туризмі під загрозою



Міжнародне повітряне сполучення не повернеться до докризового рівня о **2024 року***. Повернення до рівнів 2019 року в туристичній галузі може зайняти від **2,5 до 4 років**.

Відновлення економіки у сфері туризму в наступні кілька років буде в значній мірі залежати від послаблення та зменшення обмежень для подорожей.

* за очікуваннями Торгово-промислової асоціації IATA

** World Tourism Organization (UNWTO)

*** Європейський Банк реконструкції і розвитку

Туризм в Україні

ТОП ринки



13%
Частка іноземних туристів



третина всієї економіки пов'язана з туризмом

2014-2019 - відчутний ріст в'їзного туризму

Київ, Одеса та Львів - основні туристичні напрямки в Україні;

Економіка, пов'язана з туризмом в Україні, значною мірою покладається на внутрішній туризм, в той час як в'їзний ринок складає трохи більше третини всієї економіки, пов'язаної з туризмом.

Криза COVID-19 продемонструвала необхідність підвищення стійкості та відкритості туристичного сектора за допомогою єдності і співпраці зацікавлених сторін в сфері туризму на національному (регіональному і місцевому) та міжнародному рівнях.

*Для порівняння, середня сума загальних витрат в'їзного туриста у ЄС становить 90%**

Туризм в Україні

Витрати іноземних туристів в Україні (за день перебування)

Туреччина



115€

США



95€

Німеччина



94€

Велика Британія



93€

Польща



86€

Франція



64€

Білорусь



58€

Україна



30€

Туристів прибуває протягом року



Зайнято в сфері туризму



Частка туризму у ВВП України*



Туристичне сальдо



Причини повільного розвитку туризму:

- неефективне управління галуззю
- недостатнє статистичне охоплення
- неконкурентоспроможний міжнародний маркетинг

*Дані досліджень ЛКП "Центр розвитку туризму м. Львова"

**UNWTO (Всесвітня туристична організація)

Туризм в Україні

В'їзний туризм

Київ

В'їзний потік аеропорту:
2001,8 тис.осіб
(приріст 3,7%)

Основні ринки:

- Білорусь
- Ізраїль
- Німеччина
- США
- Туреччина
- Велика Британія

Львів

В'їзний потік аеропорту:
349,5 тис.осіб
(приріст 36,2 %)

Основні ринки:

- Польща
- Туреччина
- Німеччина
- США
- Білорусь
- Велика Британія

Одеса

В'їзний потік аеропорту:
657,9 тис.осіб

Основні ринки:

- Польща
- Туреччина
- Ізраїль
- Росія
- Молдова
- США

10 тенденцій подорожей після Covid

- 01** Безпека, гігієна та надійність
- 02** Короткострокове планування
- 03** Подорожі та активності на свіжому повітрі
- 04** Не перенаселені та віддалені туристичні дестинації
- 05** Тури вихідного дня або короткострокові поїздки переважно на природі
- 06** Внутрішні подорожі Україною
- 07** Відпочинок поблизу дому
- 08** Дистанціювання та подорожі малими групами
- 09** Зменшення кількості ділових поїздок
- 10** Дорожні поїздки з використанням особистих транспортних засобів

Пріоритети 2021-2023



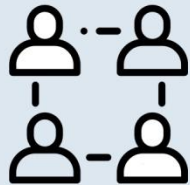
Кампанії

Парасольковий маркетинг та партнерські кампанії. Співпраця з регіональними департаментами туризму. **#МандруйУкраїною**



Діловий туризм (MICE)

Є найбільш підготовленим та привабливим для виходу на міжнародний ринок.



Диверсифікація ринків та нові відвідувачі

Збалансоване планування маркетингових кампаній між внутрішнім ринком та ринками коротких і далеких відстаней.



Статистика

Оптимізація статистичних даних забезпечить ефективне управління та розвиток туристичної галузі.



Діджиталізація

Туристичний маркетинг на основі цифрових технологій - шлях для розвитку України як туристичної дестинації.



Інфраструктура та тривалість перебування

Покращення якості туристичної інфраструктури збільшить час перебування та частоту відвідувань.

Маніфест бренду

Ukraine **NOW**



#МандруйУкраїною



ДАРТ

Державне агентство
розвитку туризму
України

Талановиті люди

Люди – наша головна сила. Сучасні українці – вони про «зараз». Вони не чекають, не бояться. Вони діють та створюють саме зараз нові компанії, нові прогресивні бізнеси, нові кафе, ресторани, фестивалі, нові заводи, нові креативні академії та інноваційні технопарки. **UkraineNOW** створений, щоб показати сучасних українців і запросити до України подібних активних і рішучих людей з усього світу.

Дій зараз

Зараз – це особливий момент. Іншого «зараз» ніколи не буде. Тому ми цінуємо рішучість, активність і захопленість своєю справою. **UkraineNOW** має постійно розповсюджувати «now-філософію» серед українців і мотивувати іноземців познайомитися з Україною та її можливостями вже зараз.

Нові можливості

Зараз відбувається народження нової країни. Момент змін і національних перетворень. Цей «бум-час» – найкращий етап, у якому можна жити. Тому що там, де стаються зміни, з'являються нові можливості. Для інвестицій, для туризму, для стартапів, для створення нового продукту або для HR-потреб. Бренд **UkraineNOW** – повністю про можливості України і про «бум-момент», коли світу слід встигнути ними скористатися.

**Зараз – це найкращий час, щоб подорожувати,
інвестувати або «приїхати» з власним бізнесом
в Україну.**

Позиціонування України як туристичної країни

ЦІННОСТІ

Що для нас важливо?

- Безпечність та надійність
- Культура та спадщина
- Країна талановитих людей
- Інновації

ВІДЧУТТЯ

Як сприймається наша країна?

- Сильні емоції та враження
- Перевищення очікувань
- Гостинність та доброзичливість
- Автентичність

ПЕРЕВАГИ

Що отримують наші гості від відвідування України?

- Зручне розташування
- Не перенаселена країна
- Віддалені туристичні локації (особливо важливо після Covid-19)
- Безвізовий режим для більшості країн, легке оформлення е-віз

ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ

Як ми відрізняємось від інших? Чим ми унікальні?

- Різноманітність, різні цілі подорожей туристів
- Конкурентоспроможна ціна та доступний відпочинок
- Один з найбільш незвіданих напрямків
- Досвід проведення міжнародних заходів

Ринки

Внутрішній ринок

Під час кризи Covid-19 внутрішній туризм став плацдармом для відновлення галузі. Враховуючи географічне та сезонне різноманіття серед українських дестинацій та завдяки посиленій рекламі "туристичних магнітів" можна досягти збільшення внутрішніх туристичних потоків.

Ринки на короткі відстані

Пріоритет 2021



Туреччина



Азербайджан



Казахстан



Молдова



Білорусь



Узбекистан

З поступовим відновленням міжнародних подорожей:

- Великобританія
- Польща
- Словаччина
- Франція
- Ізраїль
- Литва
- Чехія
- Грузія
- Німеччина
- Латвія
- Естонія
- Нідерланди

Ринки на далекі відстані

Пріоритет 2021



Саудівська Аравія



ОАЕ

та інші країни Перської затоки

З поступовим відновленням міжнародних подорожей:

- США
- Китай
- Канада
- Латинська Америка (Бразилія, Аргентина)

Відвідувач. Сегменти туризму України

МІСЬКИЙ ТУРИСТ

Тури віхідного дня



Кампанія: цілий рік

- Україна
- Туреччина
- Азербайджан
- Казахстан
- Молдова
- Литва
- Німеччина
- Польща

КУЛЬТУРНИЙ МАНДРІВНИК

Пізнавальний або
екскурсійний туризм



Кампанія: цілий рік

- Україна
- Великобританія
- Ізраїль
- Німеччина
- Польща
- Литва
- Туреччина

ПОЦІНОВУВАЧ АВТЕНТИЧНОСТІ

Зелений або
сільський туризм

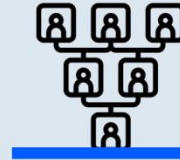


Кампанія: весна,
літо, осінь

- Україна
- Німеччина
- Скандинавські
країни
- США
- Канада

В ПОШУКАХ КОРІННЯ

Ностальгичний туризм



Кампанія: цілий рік

- Канада
- США
- Ізраїль
- Латинська
Америка
- Австралія
- Польща

ЛЮБИТЕЛЬ ПРИРОДИ

Екологічний туризм



Кампанія: весна,
літо, осінь

- Україна
- Німеччина
- Скандинавські
країни
- США
- Канада
- Китай

Відвідувач.

Сегменти туризму України

МАЙСТЕР АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ

Екстремальний туризм



Кампанія: цілий рік

- Україна
- Латвія
- Литва
- Естонія
- Словаччина
- Чехія
- Польща

СІМ'Я

Сімейний туризм



Кампанія: цілий рік

- Україна
- Польща
- Туреччина
- США
- Німеччина
- Франція
- Китай
- Ізраїль
- Білорусь

ПОЦІНОВУВАЧ ЗИМОВИХ СПОРТИВНИХ РОЗВАГ

Активний туризм



Кампанія: зима

- Україна
- Латвія
- Литва
- Естонія
- Молдова

ГЕМБЛІНГ ТУРИСТ

Азартний туризм



Кампанія: цілий рік

- Туреччина
- Азербайджан
- Ізраїль
- Саудівська Аравія
- ОАЕ
- Казахстан

ГУРМАНИ НОВИХ СМАКІВ

Гастрономічний туризм



Кампанія: цілий рік

- Україна
- Польща
- Великобританія
- Німеччина
- Нідерланди
- Франція

Відвідувач. Сегменти туризму України

ЗНАВЦІ РАДЯНСЬКОЇ СПАДЩИНИ ТА ЧОРНОБИЛЯ

Промисловий
туризм



Кампанія: цілий рік

- Україна
- Великобританія
- Німеччина
- США
- Польща

МАНДРІВНИК ЗДОРОВ'Я ТА СПА ВІДПОЧИНКУ

Оздоровчий або
медичний туризм



Кампанія: цілий рік

- Україна
- Казахстан
- Узбекистан
- Польща
- Білорусь

ОРГАНІЗАТОРИ ПОДІЙ

Подієвий
туризм



Кампанія: цілий рік

- Україна
- Польща
- Туреччина
- Азербайджан
- Казахстан
- Молдова

ОРГАНІЗАТОРИ КОНГРЕСИ

Діловий туризм



Кампанія: цілий рік

- Україна
- Польща
- Туреччина
- Казахстан
- Азербайджан
- Німеччина
- Великобританія

План відновлення після Covid



ДАРТ

Державне агентство
розвитку туризму
України

Децентралізована активна взаємодія з туристичними офісами міських рад та обласними державними адміністраціями України, посольствами, а також з представниками бізнесу та асоціаціями є головними факторами успіху в боротьбі з наслідками світової пандемії.

100

мільйонів
гривень

Затверджено державних коштів для сприяння відновленню та розвитку туристичної галузі.

Частина з них буде витрачена на промоцію України як туристичної дестинації, а інша частина на активне впровадження і розвиток "туристичних магнітів" та оптимізування статистики.

ЗАГАЛЬНІ ЦІЛІ

01

Внутрішній туризм

02

Тури вихідного дня

03

Промоція України
на міжнародних ринках

04

Діловий туризм

05

Довіра до України
як туристичного
напряму

Заходи на 2021 рік

Наведено лише деякі із багатьох запланованих заходів.

Парасольковий маркетинг | Внутрішній туризм

Партнерська співпраця з містами і внесення запланованих ними локальних заходів в програму **#Мандруй Україною**.

Онлайн проекти (різні digital інструменти)

- Створення туристичного порталу.
- Створення відеоконтенту та його активна промоція як в українському, так і у всесвітньому просторі.
- Онлайн-конференції та вебінари з виступом відомих людей, лідерів думок.
- Цифровий маркетинг, SMM, digital-кампанії для заохочення внутрішнього туризму і запрошення іноземних туристів.

Офлайн проекти

- Фотопроекти з зірками, інфлюенсерами з креативною ідеєю та фамтури іноземних лідерів думок.
- Проведення презентаційних заходів туристичного потенціалу регіонів України у країнах-донорах туристів.
- Брендуння та розміщення інформації про туристичний потенціал України для популяризації внутрішнього туризму.
- Створення туристично-інформаційних центрів та крос-маркетинг.

Популяризація України як місця для проведення міжнародних подій

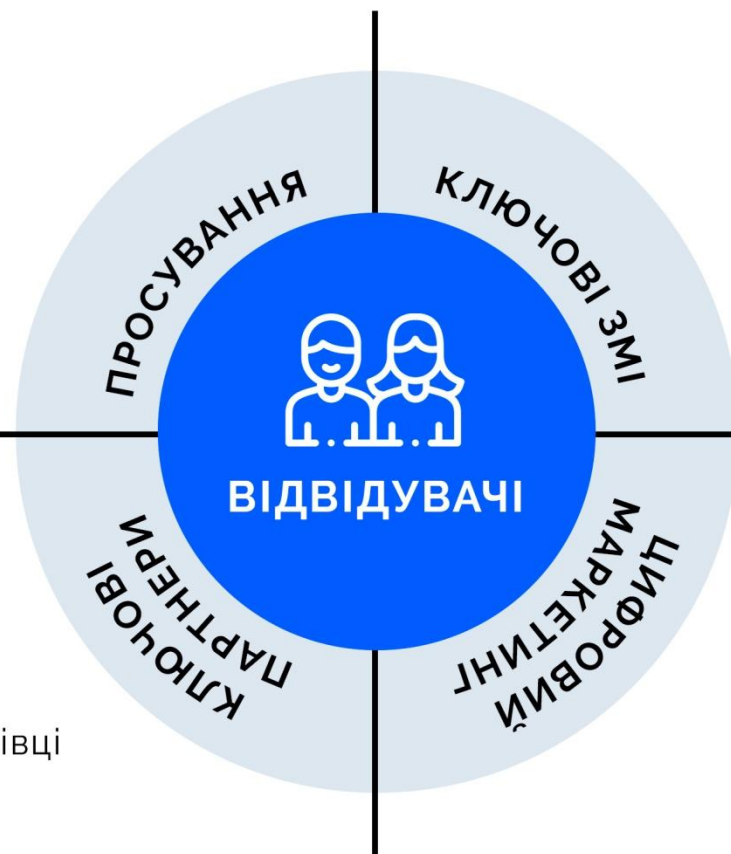
Зокрема створення **UCVB**.

Комунікація

Для досягнення кращих результатів в промоції України як туристичної дестинації, ДАРТ застосовує програму “360°” в маркетинговій стратегії.

- Журнали та медіа видання
- Туристично-інформаційні центри
- Сувенірна та друкована продукція
- Крос-маркетинг з B2B партнерами
- Соціальна реклама
- Амбасадори та фестивалі
- Продакт-плейсмент

- Туристичні офіси міських рад України, Обласних державних адміністрацій
- Ярмарки, виставки
- Туроператори, турагенти, туристичні асоціації та галузеві фахівці
- Посольства та представництва



- Проактивні засоби масової інформації
- ЗМІ-конференції
- Прес-тури для журналістів
- Інфлюенсер маркетинг
- “Обличчя України”

- Онлайн події
- Цифровий розподіл
- Соціальні мережі
- Сайт Ukraine Now
- Відеоконтент
- Сучасні інструменти (Insta Masks, стікери в меседжерах, AR-технології)

Просування

01

Соціальна реклама

Нестандартні фотопроєкти про унікальні та найпривабливіші дестинації України, у співпраці з селебреті та лідерами думок для використання у місцях з високим трафіком та розповсюдження традиційними рекламними засобами.

02

Амбасадори

Співпраця з авторитетними фахівцями та експертами у різних галузях дасть змогу промотувати, збільшувати попит та покращувати імідж України у вузьких колах людей бізнес-сегменту.

03

Фестивалі

Співпраця з локальними фестивалями на партнерських умовах, що дасть можливість проінформувати потенційних відвідувачів про подорожі по Україні.

04

Туристично-інформаційні центри

Надання прямого доступу до інформації про туристичні атракції, транспортні послуги, розміщення, заклади харчування тощо.

05

Сувенірна і друкована продукція

Є частиною рекламної кампанії, спрямованої на залучення потенційних клієнтів шляхом створення або підтримання відносин з цільовою аудиторією.

06

Кросс-маркетинг

Спільні проєкти з іншими представниками бізнес індустрій мінімізують витрати на рекламні акції та розширяють коло потенційних відвідувачів.

07

Продакт плейсмент

Згадування України як туристичної дестинації в телепередачах, кіно, серіалах та музичних кліпах рекламуватиме країну в нативній формі.

Цифровий маркетинг

01

Сайт Ukraine Now Travel

Майданчик для цифрової взаємодії з гостями у всьому світі та чудова можливість залучення нових відвідувачів до України, що є однією з головних цілей ДАРТ.

02

Відеоролики

Для підвищення ефективності будуть залучені різні канали комунікації та використані різні хронометражі роликів.

03

Соціальні мережі

Цифрова статистика соціальних мереж дозволяє аналізувати кампанії та ефективно налаштовувати таргетовану рекламу.

04

Сучасні інструменти

Використання QR-кодів, Insta Masks, стікерів в меседжерах, AR-технологій вигідно покращать зв'язки із сучасною аудиторією.

05

Онлайн події

Проведення онлайн вебінарів з топовими та провідними travel-блогерами на тему подорожей Україною.

06

Цифровий розподіл

Просування цифрової платформи Ukraine Now цифровими каналами (SEO, SMM, медійна реклама, мобільна реклама, You-Tube реклама тощо).

Ключові медіа

01

Проактивні засоби масової інформації

Є одним з найбільш ефективних та впливових інструментів зв'язку. ДАРТ тісно співпрацює з традиційними та новими медіа-представниками (друковані та Інтернет-ЗМІ, телеканали).

02

ЗМІ-конференції

З метою забезпечення інформаційного висвітлення історій успіху з реалізації в Україні проектів з модернізації та розбудови об'єктів культурної та туристичної інфраструктури.

03

Прес-тури для журналістів

Журналісти запрошуватимуться відвідати Україну відповідно до релевантних сегментів. Цей формат забезпечує проживання власного досвіду, жвавий обмін та оптимальний результат.

04

Інфлюенсер маркетинг

У 2021 році планується залучення наноінфлюенсерів (до 100 тис. підписників), мікроінфлюенсерів (100-200 тис. підписників) та блогери мільйонники для популяризації України як туристичної дестинації.

05

“Обличчя країни”

Відомі особистості та селебреті будуть використовуватися як послы для України на різних ринках. Наприклад, дизайнерка Юлія Магдич у Львові, Віра Фарміга та Міла Куніс в США та ін. допоможуть просувати Україну як привабливу туристичну країну для подорожей.

Ключові партнери

01

Посольства та представництва

Активна співпраці з посольствами держав, чиї ринки стоять в пріоритеті для України. Регулярні онлайн зустрічі під час карантинних обмежень дозволяють ознайомити послів різних держав світу з можливостями України та туристичною привабливістю.

03

Ярмарки/виставки

Залишаються важливим способом досягнення найважливіших контактів у діловому та розважальному туризмі для успішних переговорів. При послабленні карантинних обмежень ДАРТ планує брати участь у вітчизняних та міжнародних виставках туристичної сфери.

02

Туристичні офіси міських рад та обласних державних адміністрацій України

Тісна співпраця дає змогу мати актуальну інформацію про настрої, процеси, ситуацію в регіоні і таким чином правильно спрямовувати зусилля, залучати потрібні додаткові ресурси.

04

Туроператори, турагенти, туристичні асоціації та галузеві фахівці

ДАРТ зосереджується на підтримці та навчанні туроператорів, турагентів, туристичних асоціацій та галузевих фахівців (навчання, освітні поїздки, майстер-класи, спільні кампанії, вебінари).

Ключові показники ефективності КРІ

Задоволеність туристів
Дослідження до 30.04.2021

Задоволеність українців
внутрішнім туризмом
Дослідження до 30.04.2021

Кількість відвідувачів порталу
з цільових ринків
КРІ виставлені відповідно до кожної
маркетингової кампанії

Приїздів туристів з цільових ринків, в тому числі
з країн зі спрощеним візовим режимом
Ріст 20% по кожному ринку

Кількість нових підприємств в сфері туризму
та, як наслідок, робочих місць
Дослідження до 30.04.2021

Кількість ночівель в засобах розміщення
Дані будуть наявні з 2022

NPS України як туристичної дестинації
Дослідження до 30.04.2021