

ринків, що поступово проникають у вітчизняну практику. Серед останніх здобутків сфери маркетингових досліджень закордоном такі методи, як нейролінгвістичне програмування, предикативна аналітика, мультитрекінг, психографіка та інші [1].

Ефективність управлінських рішень тим вища, чим вищий ступінь достовірності ринкової інформації, який в значній мірі визначається правильністю вибору процедури та методики маркетингових досліджень.

В залежності від поставлених цілей дослідження і розробленої схеми формується інформаційна база маркетингових досліджень. Дані, необхідні для маркетингової діяльності туристичних підприємств, включають інформацію, необхідну для прийняття стратегічних і тактичних рішень, забезпечення накопичення банку даних в умовах динамічно мінливого туристичного ринку.

Отже, результати маркетингових досліджень дають змогу туристичним підприємствам регулювати і контролювати ринок туристичних послуг відповідно до змін його кон'юнктури й основних тенденцій розвитку, об'єктивно оцінити свої ринкові можливості і вибрати ті напрямки діяльності, в яких досягнення поставлених цілей стає можливим з мінімальним ризиком і максимальною визначеністю, а також розробити і реалізувати ефективну маркетингову стратегію.

Список використаних джерел:

1. Беркова О.П., Борисюк О.А. Роль маркетингових досліджень регіональних туристичних ринків. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 48. URL <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2203/2143>
2. Герчанівська С.В., Луговий Б.В. Маркетингові дослідження як інструмент управління туристичним підприємством. *Агросвіт*. 2023. № 1. С. 37-43.
3. Косар Н.С. Маркетингові дослідження: підручник. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2018. 457 с.

Гірман А.П.
*кандидат політичних наук, доцент кафедри
міжнародних відносин
Університет митної справи та фінансів
м. Дніпро, Україна*

ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ

Туризм у ХХІ столітті перейшов на новий етап свого розвитку. У міру того, як його роль у світовій економіці та соціально-культурних процесах стає дедалі більшою, туризм набуває значного значення у глобальному розвитку людства. Внаслідок цього змінюються й основні цілі туристичної галузі. Серед ключових цілей сучасного туризму варто виділити:

- запровадження нових моделей управління та економічної діяльності;

- ефективного використання людських ресурсів;
- підвищення ролі окремих осіб, місцевих громад, регіональних і територіальних органів влади, а також туристичних організацій;
- розробку нових економічних управлінських моделей;
- дослідження гуманітарних, соціальних та екологічних аспектів туризму;
- реалізацію програм технічного співробітництва та інші інноваційні проекти. та ін.

Отже, сучасна туристична галузь вимагає інноваційного підходу. Спираючись на положення Генеральної угоди з торгівлі послугами (ГАТС), у туристичній сфері активно розвиваються інновації в кількох напрямках.

1. Організаційні інновації передбачають модернізацію управлінської структури туристичних підприємств, включаючи реорганізацію, злиття та поглинання конкурентів на базі нових технологій. До цього також належить оновлення кадрової політики та впровадження нових підходів до фінансової діяльності.

2. Маркетингові інновації спрямовані на точніше задоволення потреб споживачів та залучення нових клієнтів.

3. Продуктові інновації полягають у зміні властивостей туристичних продуктів, їх позиціонуванні та підвищенні конкурентоспроможності [1].

Таким чином, інноваційна діяльність у туризмі орієнтована на створення нових або удосконалення наявних продуктів, поліпшення послуг, розвиток нових ринків, а також впровадження сучасних інформаційних технологій.

Крім того, інновації сприяють формуванню позитивного міжнародного іміджу країни. Важливу роль відіграють нові технології, такі як штучний інтелект (ШІ), віртуальна (VR) і доповнена реальність (AR), інтернет речей (IoT), біометрія та голосові асистенти.

Зокрема, штучний інтелект може покращити персоналізацію послуг, включаючи процеси бронювання. Також важливим напрямком розвитку є технології 5G. У поєднанні з хмарними технологіями та IoT, 5G сприятиме збиранню та обробці великих обсягів даних, розширить можливості використання VR і AR. Мандрівники зможуть безперешкодно підключатися до електронних пристроїв і хмарних сервісів, що дозволить розвивати автономні транспортні засоби та вдосконалювати комунікації на конференціях.

Слід зауважити, що крім вузькопрофесійного спрямування інновації сприяють популяризації країни на світовому рівні, розвитку різних форм людського спілкування, взаєморозумінню між народами.

Україна, безсумнівно, має потужні туристичні ресурси, але нині у скрутні часи вони дуже обмежені. Аналіз ситуації на туристичному ринку України свідчить, що більшість виробничих та ініціативних підприємств туристичної індустрії лише частково використовують увесь спектр інновацій і найбільш поширеними серед них є поліпшуючі, адаптивні або точкові. Така ситуація потребує найшвидшого виправлення, адже інновації прискорюють темпи економічного зростання та є суспільним благом. Вони корисні для всієї економіки, для держави загалом.

Список використаних джерел:

1. Генеральна угода про торгівлю послугами від 15.04.94. Київ, 2014. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=981_017
2. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: Закон України від 08.09.2011 № 3715-VI // Відомості Верховної Ради України, 2012. № 19–20. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>
3. Теоретичні концепції й інноваційна практика України. URL: http://buklib.net/component/option,com_jbook
4. Innovation and Growth in Tourism – ISBN 92-64-02501- 4@OECD 2006. URL: <http://www.lehmanns.de/... - innovation-and-growth-in-tourism>
5. Olins W. Branding the Nation – the historical context. *The Journal of Brand Management*. 2002. Vol. 9. P. 241–249.

Гнатюк А. А.

студент спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія

м. Хмельницький, Україна

Науковий керівник: Мозолев О. М.

доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри туризму,

теорії і методики фізичної культури та валеології

Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія

м. Хмельницький, Україна

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ ПІСЛЯ ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ

Вступ. В світовій практиці є багато прикладів, коли після масштабних воєнних конфліктів країни відновлювали туристичну галузь на новому, більш високому, рівні сервісного обслуговування. Розвиток внутрішнього туризму спонукав туроператорів до розвитку міжнародного туризму. Туристичні фірми виходили на міжнародний ринок з якісно новими пропозиціями, більш цікавими для іноземних туристів. Тому, на нашу думку, доцільним буде вивчення позитивного зарубіжного досвіду відновлення внутрішнього і міжнародного туризму у післявоєнний період за останні тридцять років.

Мета статті – аналіз міжнародного досвіду відновлення туризму після воєнних конфліктів.

Результати дослідження. Прикладом успішного післявоєнного відновлення туристичної галузі можна вважати Хорватію. Війна на Балканському півострові у середині 1990-х років фактично знищила туризм у цій країні. По завершенні війни Хорватія розпочала активну піар кампанію, постійно презентуючи нові туристичні продукти (не відомі туристичні куточки, місця відпочинку та рекреації, зокрема, на островах Адриатичного моря). Хорватія популяризує древні монастирі й собори, руїни античності, історичні та археологічні музеї в містах Загребі, Ровіні, Поречі та Спліті. Місто Дубровник