

## **ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ КОНЦЕПЦІЙ У РОЗВИТОК ТУРИСТСЬКИХ ДЕСТИНАЦІЙ В УКРАЇНІ**

*Україна – держава з багатою історією, культурою та природною красою, має значний потенціал для розвитку туризму. Однак, для того щоб максимально використати цей потенціал, необхідно впровадження інноваційних підходів у розвиток туристичних дестинацій. Це означає не лише використання передових технологій, але й створення нових туристичних продуктів, вдосконалення інфраструктури та залучення іноземних та внутрішніх інвестицій. У статті розглядаються питання впровадження нових концепцій інноваційного розвитку туристичних дестинацій для сталого розвитку туризму в регіонах. Автор підкреслює важливість використання результатів цифрової трансформації суспільства на українському туристичному ринку. В результаті дослідження виявлено важливість надання державної підтримки, необхідності створення інвестиційної політики та ефективних маркетингових інструментів для розвитку туристичних дестинацій в Україні.*

**Ключові слова:** туристичні дестинації, туризм, регіональний туризм, концепції розвитку.

*Ukraine is a country with a rich history, culture and natural beauty, and it has significant potential for tourism development. However, in order to maximize this potential, it is necessary to introduce innovative approaches to the development of tourist destinations. This means not only using advanced technologies, but also creating new tourism products, improving infrastructure, and attracting foreign and domestic investment. The article discusses the issues of introducing new concepts of innovative development of tourist destinations for sustainable tourism development in the regions. The author emphasizes the importance of using the results of the digital transformation of society in the Ukrainian tourism market. The study reveals the importance of providing state support, the need to create an investment policy and effective marketing tools for the development of tourist destinations in Ukraine.*

**Keywords:** tourist destinations, tourism, regional tourism, development concepts.

**Постановка проблеми.** Ступінь інноваційного розвитку туристичної індустрії визначається такими чинниками, як ринкова кон'юнктура, рівень освіти та кваліфікації персоналу, розвиток інфраструктури та рівень взаємодії центральної та місцевої влади, а також туристичного бізнесу та суміжні галузі. Саме на цих питаннях зосереджені рекомендації UNWTO щодо подолання сучасних викликів і загроз в сфері туризму [1; 2]. В нинішніх умовах актуальним є питання розробки заходів щодо підвищення інноваційної активності підприємств сфери туризму, яке включає визначення характеристик інновацій та оцінку віддачі від їх впровадження.

**Мета роботи** – дослідити стан впровадження інноваційних концепцій розвитку туристичних дестинацій в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Адаптація світових тенденцій у туризмі до українського контексту включає в себе різноманітні аспекти. Наприклад, цифрові технології можна використовувати для покращення якості обслуговування туристів, створення інтерактивних мап, додатків для туристів з описом пам'яток культури та історії, а також для маркетингових цілей. Крім того, екологічно чистий туризм, зосереджений на збереженні природного середовища, може стати привабливим для багатьох туристів, що шукають екологічно збалансований відпочинок.

Інновації, пов'язані з цифровізацією, зараз найбільш актуальні. Так, експерти Європейської Комісії пропонують погляд на виклики та можливості цифровізації в туристичному секторі, відображаючи нову концепцію моделей розвитку туристичних, туристичних і готельних продуктів, бізнес-практик та екосистем, відносин. підтримка та розвиток потенціалу [3].

Зважаючи на поточну ситуацію, важливо розглянути можливі виклики, що виникають через кризи та ризики для успіху інноваційних проєктів. Нині ситуація в Україні характеризується передусім воєнним станом, тому загрози війни є найбільш актуальними. Вони пов'язані з фізичними втратами персоналу, споживачів і майна, нездатністю довгостроково планувати та реагувати на постійні виклики. Крім військових, необхідні також ринкові, економічні, технічні та екологічні міркування.

Незважаючи на потенціал, розвиток туризму в Україні стикається зі своїми викликами та перешкодами. Недостатня розвиненість туристичної інфраструктури, відсутність якісного маркетингу та просування туристичних продуктів, а також нестабільність в країні можуть стримувати розвиток туризму. Додатковою проблемою може бути відсутність координації між різними галузями влади, яка потрібна для успішної імплементації стратегій розвитку туризму.

Для подолання кризових явищ і забезпечення довгострокового сталого розвитку туристичної індустрії необхідно розробити комплексні плани дій або політику, яка охоплює всі рівні міжнародного співробітництва. Аналіз європейського досвіду показує, що існує багато спільного в управлінні туристичною сферою на різних рівнях. Уряди прагнуть розробити політику, спрямовану на максимізацію економічних, екологічних і соціальних вигод від туризму, запобігання незапланованому зростанню та ліквідацію популярних напрямків. Основними напрямками цієї політики є розробка нових продуктів, розширення сезону та ефективне використання ресурсів для забезпечення сталої зайнятості. Однак, поряд із зусиллями з цифрової трансформації, в управлінні

туризмом є два критичних питання: ефективне використання цифрових технологій і сталий туризм. Зарубіжні країни активно впроваджують нові технології, такі як розподілене обчислення, мобільні платежі та віртуальна реальність, які можуть суттєво змінити туристичний бізнес та державне управління. Отже, аналіз європейського досвіду управління туризмом на різних рівнях показує, що успішна політика потребує координації, реформування управління туристичними дестинаціями, вдосконалення законодавчої бази, впровадження цифрових рішень та співпраці з громадянським суспільством і приватним сектором [4].

Шляхи подолання перешкод включають в себе ряд стратегій та заходів. По-перше, держава повинна активно підтримувати розвиток туризму шляхом створення сприятливого законодавчого середовища, надання фінансових стимулів для інвесторів у туристичну інфраструктуру, а також розвитку маркетингових стратегій для привертання туристів. Крім того, важливо залучати міжнародні інвестиції та впроваджувати міжнародні стандарти управління туристичними ресурсами.

У контексті такого підходу можна сміливо стверджувати, що сьогодні регіональне поєднання природних умов і ресурсів рекреаційно-туристичного призначення має характер, чітко зазначений у стратегії регіонального розвитку ряду регіонів України. Особливий акцент на вдосконаленні та активному розвитку «зеленого туризму» можна обґрунтувати галуззю». Нерівномірність розвитку регіонів та рівня життя населення створює умови для соціальної напруги в суспільстві, загрожує територіальній цілісності країни, утримує динаміку соціально-економічних показників, уповільнює ринкові перетворення та їх ефективність, у зв'язку з чим державна регіональна політика має бути спрямована на створення умов для підвищення конкурентоспроможності регіонів, як основи їх динамічного розвитку та усунення значних міжрегіональних диспропорцій [5].

Розповсюдження інформації про цей вид туризму в Інтернеті сприятиме активному розвитку екотуризму, що дозволить екотуристичному бізнесу в Україні розробити ефективний, розумний додаток, оскільки на сьогодні недостатньо популяризації екотуризму в Україні. Тому в умовах постійного розвитку та вдосконалення цього напрямку він може стати одним із найбільш конкурентоспроможних видів туризму в країні.

**Висновки.** Імплементация інноваційних концепцій у розвиток туристичних дестинацій в Україні є складним, але надзвичайно важливим завданням. Розуміння викликів та перешкод, а також застосування відповідних заходів для їх подолання, допоможе Україні реалізувати свій потенціал у сфері туризму та стати привабливою туристичною дестинацією на світовій арені.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Журба І., Несторишен І., Матюх С. Ініціативи всесвітньої туристичної організації щодо стимулювання інноваційних технологій в туризмі. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2022. № 1 (5). С. 60–64.
2. Жукович І. А. Інновації в туризмі: основні теоретичні та практичні аспекти. *Наука та наукознавство*. 2017. № 2(95). С. 69–81. URL : [https://sofs.org.ua/wp-content/uploads/2019/08/NNZ\\_2017\\_2\\_6.pdf](https://sofs.org.ua/wp-content/uploads/2019/08/NNZ_2017_2_6.pdf) (дата звернення: 31.03.2024).
3. Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., Meehan, E., Popescu, E.S. Digitalisation in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. *Low Value procedure GRO-SME-17-C-091-A for Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME) Virtual Tourism Observatory*. Aalborg University, Copenhagen, 2018.
4. Двудіт З. П., Стасів Н. В., Терно Р. М. Сутнісна характеристика та основні принципи холистичного управління. *Ефективна економіка*. 2019. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6937> (дата звернення: 31.03.2024).
5. Дикий О. В. Основні пріоритети та механізм стратегічного планування соціально-економічного розвитку регіону. *Ефективна економіка*. № 11. С. 71-76.

**І. А. Романюк**

*Криворізький державний педагогічний університет*

## МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ НОВИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКІВ

*Обґрунтовано важливість розвитку маркетингових стратегій для привертання туристів з нових ринків, враховуючи зміни в уподобаннях та потребах туристів, розширення географії туризму, конкурентну боротьбу та вплив технологічних інновацій. Визначено, які нові ринки мають потенціал для зростання туристичного бізнесу та які групи туристів є найбільш важливими для розвитку на нових ринках. Також досліджено ефективність різних інструментів маркетингу для привертання туристів з нових ринків, необхідні зміни в продуктах та послугах для задоволення потреб нових аудиторій, а також методи дослідження ринку та уроки від успішних компаній.*

**Ключові слова:** *маркетингові стратегії, залучення, нові туристичні ринки, розвиток, конкурентоспроможність.*

*The importance of developing marketing strategies to attract tourists from new markets is substantiated, taking into account changes in the preferences and needs of tourists, the expansion of tourism geography, competition and the impact of technological innovations. The article identifies which new markets have the potential for tourism business growth and which groups of tourists are most important for development in new markets. The effectiveness of various marketing tools for attracting tourists from new markets, the necessary changes in products and services to meet the needs of new audiences, as well as market research methods and lessons from successful companies are also investigated.*

**Keywords:** *marketing strategies, attraction, new tourist markets, development, competitiveness.*