

З. Ковінько О. М., Колесник С. Т. Оцінка ефективності рекламної діяльності підприємства – суб'єкта ЗЕД. Питання сучасної науки і освіти: *Матеріали VII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції* (м. Київ, 11-13 липня 2011 р.). К. 2011.

РИНКОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА ПРОСУВАННІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Романюк І.А., д-р екон. наук, доц.

Криворізький державний педагогічний університет

У сучасному світі, охопленому високотехнологічними інноваціями, туристичний бізнес не може залишитися осторонь від технологічного прогресу. Ринкові технології виявляються ключовим інструментом у модернізації та просуванні галузі, що вимагає не лише залучення уваги туристів, а й забезпечення найвищого рівня обслуговування. Однією з переваг ринкових технологій є можливість персоналізації пропозицій для клієнтів. Аналіз даних та використання штучного інтелекту дозволяють створювати індивідуальні туристичні пакети, враховуючи особливі побажання та інтереси кожного подорожуючого. Це створює унікальний досвід, що залишає невимірний слід у спогадах та враженнях туристів. З іншого боку, цифрові майданчики та маркетингові платформи розширюють можливості просування та продажу туристичних послуг. Вони стають віртуальними вікнами, через які світ бачить усю різноманітність туристичних пропозицій [1, с. 200]. Інтернет-маркетинг, рекламні кампанії та соціальні мережі стають невід'ємною частиною стратегій просування, дозволяючи досягати аудиторії своєчасно та ефективно.

Однак, важливо враховувати етичні та безпекові аспекти використання технологій у туризмі. Захист особистих даних та забезпечення безпеки операцій є критичними, оскільки будь-яке порушення може негативно вплинути на довіру клієнтів. Ринкові технології визначають новий вимір туристичного бізнесу. Вони надають можливість не лише пристосовуватися до змін у сучасному світі, а й активно впливати на його розвиток. Використання цих технологій вимагає не лише фаховості в сфері інформаційних технологій, але й глибокого розуміння потреб та очікувань сучасного туриста. Розглядаючи перспективи розвитку, слід звернутися до ролі віртуальної реальності (VR) та розширеної реальності (AR) у туризмі. Ці технології можуть забезпечити унікальні враження ще до того, як турист потрапить на місце призначення. Наприклад, віртуальні екскурсії або AR-додатки, що надають інформацію про історію та культуру місцевості, можуть зацікавити подорожуючих та зробити подорож більш осмисленою.

Необхідно також відзначити вплив інтернету речей на туристичний бізнес. Сучасні готелі, транспортні засоби та інші туристичні послуги можуть бути обладнані різноманітними сенсорами, які збирають дані для покращення ефективності та комфорту. Наприклад, "розумні" готелі можуть автоматично

адаптуватися до уподобань гостей, забезпечуючи персоналізований сервіс. Однак при всіх перевагах ринкових технологій необхідно враховувати соціокультурні аспекти [2, с. 78]. Локальна спільнота та збереження природних та культурних ресурсів повинні залишатися у центрі розвитку туризму. Технології повинні служити для збалансованого розвитку, а не ставати джерелом викликів для природи та місцевого населення.

Один з ключових аспектів, на який варто звернути увагу, - це ефективне управління даними. Зі зростанням обсягів інформації, зібраної за допомогою ринкових технологій, необхідно вдосконалювати методи аналізу та використання цих даних. Аналітика допомагає туристичним підприємствам розуміти попит, прогнозувати тенденції та вчасно реагувати на зміни. Успішна імплементація ринкових технологій також вимагає постійного навчання персоналу. Розвиток технологій швидко змінює ландшафт туристичної індустрії, тому фахівці повинні бути готові до використання новітніх інструментів та технік. Освіта в сфері цифрових технологій стає важливим компонентом успішної стратегії управління. Нарешті, співпраця між галузевими представниками, урядовими органами та інноваційними стартапами грає критичну роль у розвитку туризму. Створення екосистеми, де можливий обмін ідеями та ресурсами, сприяє створенню інноваційних рішень та підтримує стійкий розвиток галузі.

Однією з головних переваг ринкових технологій є їхня здатність зробити туризм більш доступним та інклюзивним. Використання технологій може допомогти в усуненні бар'єрів для людей з різними особливостями та забезпечити їм повноцінний досвід подорожей [3, с. 189]. Наприклад, розробка спеціальних додатків та сервісів для людей з обмеженими можливостями може полегшити їхню мобільність та комфорт під час подорожей. Крім того, ринкові технології можуть стати інструментом для збереження природи та культурної спадщини. Використання дронів для моніторингу екосистем, а також використання віртуальної реальності для відтворення культурних пам'яток, дозволяє забезпечити їхню збереженість та вивчення, не завдаючи шкоди самим об'єктам. Необхідно також враховувати вплив технологій на місцеві громади. Розуміння та врахування потреб та перспектив місцевого населення у процесі впровадження технологій гарантує більш широкий соціальний вииграш від розвитку туризму.

Отже, ринкові технології відкривають не лише шляхи до нових бізнес-моделей у туризмі, але й сприяють створенню більш справедливого, сталого та інклюзивного туристичного галузі. Їхня роль у формуванні майбутнього туризму полягає в збереженні культурної спадщини, підтримці природних ресурсів та створенні незабутніх подорожей для всіх.

Інформаційні джерела:

1. Мандич О.В. Удосконалення рекламних та маркетингових продуктів для розвитку підприємств сільського зеленого туризму. Боголібські читання: матер. І Всеукр. конф., 18 вересня 2020 р., Переяслав : ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 2020. С. 200-201.

2. Квятко Т. М., Мандич О. В., Севідова І. О., Бабко Н. М., Романюк І. А., Вітковський Ю. П., Микитась А. В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.

3. Романюк І.А. Елементи й особливості маркетингових стратегій розвитку підприємств галузі туризму. Наукове забезпечення економічного розвитку, правового регулювання і управління в агропромисловому комплексі: матер. Міжнар. наук.- практ. конф., 29 березня 2019 р. Полтава: ПДАА, 2019. С. 189-190.

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В ПЕРІОД НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Руденко С.В., канд. екон. наук, доц.

Державний біотехнологічний університет

Постійне функціонування та розвиток підприємницьких структур можливі лише в умовах надійної підтримки суб'єкта господарювання на всіх етапах його існування і залежать від впливу численних факторів. Ці фактори специфічні для кожного суб'єкта господарювання та діють системно, посилюючи негативний вплив на діяльність підприємства. Особливої уваги заслуговують суб'єкти аграрного бізнесу, які функціонують в невизначених умовах (клімат, хвороби, вплив військових дій на сільськогосподарські угіддя тощо), проте мають забезпечувати продовольчу безпеку країни й світу.

Кризові ситуації призводять до збільшення ризиків, які різняться за змістом, джерелами виникнення, ймовірністю та розміром можливих втрат і негативних наслідків для підприємства. Антикризове управління та управління в період невизначеності у значній мірі пов'язане з ризиками.

Управління ризиками може бути основою антикризового управління, спрямованого на зміцнення позицій підприємства на ринку, забезпечення стабільності та позитивної перспективи. Кризові явища тісно пов'язані з ризиками, які впливають на процес антикризового управління будь-якого підприємства. Наявність ризиків визначає ймовірність кризи та загрозу кризовим ситуаціям. Кризові ситуації можуть виникнути через помилки в управлінських рішеннях і несвоєчасне управління. Усунення ризику з управлінських рішень може призвести до несподіваного настання кризи або навіть спровокувати її виникнення. У той же час управління ризиками і зниження їх впливу до мінімуму здатне вивести підприємство з кризи.

Ризик-менеджмент представляє собою систему управління ризиками та відносинами, що виникають під час цього управління. В умовах непередбачуваності господарської ситуації, загрози кризових явищ та банкрутства підприємства ризик-менеджмент може стати складовою частиною загальної концепції антикризового управління підприємством.

Система антикризового управління включає різноманітні складові, такі як цілі, принципи, функції, критерії, організаційно-правове, фінансово-економічне та методичне забезпечення. Антикризове управління спрямоване на своєчасну