

Зразок оформлення анотації до статті (не менше 1800 знаків)

Анотація. У статті досліджуються актуальні проблеми проведення маркетингових досліджень на міжнародному туристичному ринку та основні тенденції його розвитку. Метою статті є визначення основних сфер та вибір інструментів проведення маркетингових досліджень на ринку в'їзного туризму в Україні. У ході дослідження встановлено, що індустрія туризму відіграє все більш важливу роль у підтримці глобального економічного зростання та розвитку. Для країн, що розвиваються, становлення власної індустрії туризму є одним з ефективних способів забезпечення реалізації планів подальшого економічного зростання, а також просування своїх національних культурних цінностей та історичної спадщини в усьому світі. Виявлено, що на країни, які розвиваються, припадає більша частка глобального туристичного ринку порівняно з розвинутими країнами. Зміни та перетворення, притаманні глобальному туристичному ринку, спричинили проблему, вирішення якої у значній мірі лежить у площині проведення системних маркетингових досліджень на ньому. Доведено, що для зниження рівня невизначеності й операційних ризиків, які завжди були характерні для туристичного бізнесу, туристичні компанії глобального та національного рівня зобов'язані володіти надійною, своєчасною та достатньою за обсягом маркетинговою інформацією про основні особливості цільових ринків. Визначені основні напрями проведення маркетингових досліджень на світовому туристичному ринку. Сформульовані конкретні завдання формування і розвитку механізму інформаційного забезпечення ринку в'їзного туризму в Україні. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на визначення ефективності застосування окремих інструментів маркетингових досліджень для отримання більш якісної інформації про потенціал ринку в'їзного туризму.

Ключові слова: міжнародний туризм, ринок, маркетинг, маркетингові дослідження, специфічні особливості, тенденції розвитку.

***Abstract.** The article investigates the actual problems of conducting marketing researches at the international tourist market and the main tendencies of its development. The purpose of the article is to identify the main areas and to select marketing research tools for the inbound tourism market in Ukraine. The study found that the tourism industry is playing an increasingly important role in supporting global economic growth and development. For developing countries, the establishment of its own tourism industry is one of the effective ways to ensure the implementation of plans for further economic growth, as well as the promotion of its national cultural values and heritage throughout the world. Additional benefits from the tourism development can also include upgrading market infrastructure, promoting education and facilitate the experience exchange and more active contacts among people from around the world. It has been found that developing countries account for a larger share of the global tourism market than developed countries. Changes and transformations inherent in the global tourism market have caused the problem the solution of which largely lies in the field of systematic marketing research at this market. The results of market research data analysis in the field of tourism allow companies to better understand motivation, assess purchasing power and determine the main preferences of buyers of various tourist services in rapidly changing market conditions. It has been found that increasing attention to ensuring sustainable economic growth in the world and life-style changes in many countries will have a significant impact on international tourism and its development in the near future. It is proved that in order to reduce the level of uncertainty and operational risks that have always been characteristic for the tourism business, tourist companies of the global and national level are required to have reliable, timely and sufficient marketing information featuring the main peculiarities of the target markets. The basic*

directions of marketing researches conducting at the world tourist market are determined. It is proved that while conducting marketing research at the international tourist market, tourists are the main source for obtaining primary marketing information. Specific tasks of formation and development of the information provision mechanism for the inbound tourism market in Ukraine are formulated. Further research should be directed on determination the effectiveness of individual marketing research tools application to obtain better information about the potential of the inbound tourism market.

Key words: international tourism, market, marketing, marketing researches, specific features, trends of development.