

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ ТА ЇХ ЕФЕКТИВНІСТЬ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНЦІЇ

Романюк І.А., доктор економічних наук, доцент,
Криворізький державний педагогічний університет,
м. Кривий Ріг, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9257-2043>

У відповідь на посилення конкуренції в туристичній індустрії, компанії застосовують різні стратегії розвитку, щоб збільшити свою частку на ринку та підвищити ефективність своєї діяльності. Аналіз сучасних стратегій розвитку в туристичній індустрії та їх ефективності є важливим завданням для керівників компаній, які працюють у цій галузі.

Однією з найпоширеніших стратегій розвитку в туристичній індустрії є стратегія диференціації. Ця стратегія полягає в тому, щоб створити унікальний продукт або послугу, які не мають прямої конкуренції на ринку. Це може бути досягнуто за допомогою розробки нових технологій, використання ексклюзивних місць або надання послуг високої якості [1, с. 85]. Одним з прикладів успішної реалізації цієї стратегії є готельна мережа Ritz-Carlton, яка надає своїм клієнтам винятковий рівень обслуговування та комфорту.

Іншою популярною стратегією розвитку в туристичній індустрії є стратегія зниження витрат. Ця стратегія полягає в тому, щоб знизити витрати на виробництво та надання послуг, збільшивши ефективність операцій. Це може бути досягнуто за допомогою автоматизації процесів, застосування нових технологій або скорочення робочих процесів. Прикладом успішної реалізації цієї стратегії є авіакомпанія Southwest Airlines, яка ввела нові методи управління пасажирськими перевезеннями, що дозволило їй знизити витрати та підвищити ефективність операцій.

Окрім того, ще однією зі стратегій розвитку в туристичній індустрії є стратегія розширення асортименту [2, с. 156]. Ця стратегія полягає в тому, щоб розширити асортимент продуктів або послуг, щоб залучити нових клієнтів та збільшити прибуток. Це може бути досягнуто шляхом введення нових турів, підвищення якості послуг або надання нових додаткових послуг. Одним з прикладів успішної реалізації цієї стратегії є компанія Disney, яка постійно розширює свій асортимент розважальних програм та послуг для своїх клієнтів.

Однак, ефективність будь-якої стратегії розвитку в туристичній індустрії залежить від ряду факторів, таких як кон'юнктура ринку, вимоги та потреби клієнтів, ступінь конкуренції та ін. Тому, виробники послуг повинні постійно вивчати ринок та аналізувати реакцію своїх клієнтів на різні стратегії розвитку, щоб бути готовими до змін у вимогах ринку та підтримувати свою конкурентну позицію [3-4].

Загалом, аналіз сучасних стратегій розвитку в туристичній індустрії та їх ефективності підтверджує, що керівництво компаній має прагнути до впровадження унікальних стратегій та інноваційних рішень, які дозволять їм забезпечити високу якість послуг та конкурентну позицію на ринку. Застосування ефективних стратегій розвитку дозволить компаніям успішно відрізнятись від конкурентів та приваблювати нових клієнтів.

Однак, для того, щоб успішно реалізувати стратегії розвитку в туристичній індустрії, компанії повинні також зосередитися на підвищенні якості своїх послуг, забезпеченні стабільної роботи, залученні талановитих та досвідчених працівників, а також підвищенні своєї відповідальності перед споживачами та зменшенні негативного впливу на довкілля [5, с. 58].

Отже, аналіз сучасних стратегій розвитку в туристичній індустрії та їх ефективності в умовах посилення конкуренції є важливою задачею для компаній, які працюють у цій галузі. Розвиток нових технологій та зміни вимог клієнтів змушують компанії постійно оновлювати свої стратегії та впроваджувати інноваційні рішення. Ті компанії, які здатні вчасно адаптуватися до нових реалій, будуть мати перевагу над конкурентами та зможуть успішно розвиватися на ринку туристичних послуг.

Бібліографічний список:

1. Мандич О.В., Науменко І.В., Романюк І.А. Формування політики товаророзподілу в інтегрованих структурах. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*, 2019. Вип. 4. С. 83-87.
2. Азарян О.М., Жукова Н.А. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: монографія. Харків: Вид-во ХНЕУ, 2017. 241 с.
3. Ihnatenko M.M., Romaniuk I.A., Yatsenko Ya.I. Support of projects and strategies for development of rural green tourism enterprises by local communities and the state. *Економічний вісник університету*. 2021. Вип. 51. С. 7-13.
4. Севідова І.О., Мандич О.В., Квятко Т.М., Бабко Н.М., Романюк І.А. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 200 с.
5. Романюк І.А., Мандич О.В., Севідова І.О., Квятко Т.М., Бабко Н.М. Рекламний менеджмент: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ. 2020. 162 с.