

УДК 339.137.2/339.138/711.455:005.342

doi: 10.15330/apred.2.19.49-56

Мендела І.Я.<sup>1</sup>, Мендела Є.М.<sup>2</sup>

## КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІ ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ В КУРОРТНОМУ БІЗНЕСІ

Прикарпатський національний університет  
ім.В.Стефаника,  
Міністерство освіти і науки України,  
факультет туризму,  
кафедра готельно-ресторанної та курортної справи,  
вул. Галицька, 201д, м. Івано-Франківськ,  
76008, Україна,  
<sup>1</sup>тел.: +380665201636,  
e-mail: mendela\_\_i@ukr.net  
ORCID: 0000-0002-7282-643X

<sup>2</sup>тел.: +380957980041,  
e-mail: zenja.mendela@pnu.edu.ua  
ORCID: 0000-0003-0846-6449

**Анотація.** Курортний бізнес є однією з найбільш динамічних і змінних галузей, яка потребує постійної адаптації до нових тенденцій та вимог споживачів. У цьому контексті, конкурентоспроможні інноваційні маркетингові стратегії стають надзвичайно важливими для успішного розвитку курортного бізнесу. З появою нових конкурентів, зміною смаків туристів та розвитком технологій, компанії, які не можуть забезпечити конкурентоспроможні інноваційні маркетингові стратегії, швидко виходять з ринку. Конкурентоспроможні інноваційні маркетингові стратегії в курортному бізнесі дозволяють компаніям привернути нових клієнтів та зберегти існуючих, щоб забезпечити стабільний потік прибутку та зростання.

Дане дослідження присвячене питанням вивчення конкурентоспроможних інноваційних маркетингових стратегій, які дозволять підприємствам курортної сфери бути успішними та конкурентоспроможними на ринку. Дана тема є малодослідженою, оскільки вченими вивчаються інноваційні стратегії та їх вплив на діяльність підприємства, проте курортний бізнес залишається поза увагою. Метою статті є розкриття ролі конкурентоспроможних інноваційних маркетингових стратегій в курортному бізнесі.

Дослідження показує, що опрацювання загальних інноваційних стратегій маркетингу вкаже на результат від їх впровадження. Аналіз основних специфічних рис інноваційної діяльності в курортному бізнесі забезпечить генерацію основних інноваційних маркетингових стратегій. Дослідження різноманітних підходів до інноваційних стратегій маркетингу в курортній справі вкажуть на спрямованість щодо залучення нових клієнтів та збільшення продажів. Запровадження інноваційної діяльності курортного підприємства дозволить згенерувати підприємству конкурентоспроможну стратегію перспективного розвитку.

Наукова новизна дослідження полягає у виокремленні специфічних рис інноваційної діяльності в курортному бізнесі, оскільки інноваційна діяльність є важливим інструментом для досягнення конкурентної переваги курортного підприємства. Практична значущість дослідження полягає в тому, що його основні положення можуть бути використані в практичній діяльності курортних підприємств.

Конкурентоспроможні інноваційні маркетингові стратегії є дуже важливим елементом успішної діяльності курортних підприємств. За цих умов закономірним є підвищення інтересу учених і практиків до маркетингових аспектів у процесі дослідження конкурентоспроможних інноваційних маркетингових стратегій в курортному бізнесі.

**Ключові слова:** стратегія, курортний бізнес, маркетинг, інновація, конкурентоспроможність, конкурентна перевага.

*Mendela I.Ya<sup>1</sup>., Mendela Ye.M.<sup>2</sup>*

## **COMPETITIVE INNOVATIVE STRATEGIES IN THE RESORT BUSINESS**

Vasyl Stefanyk Precarpathian national university,  
Ministry of Education and Science of Ukraine,  
Faculty of Tourism,  
Chair of Hotel-Restaurant and Resort Business,  
Galycka Str., 201 d, Ivano-Frankivsk,  
76008, Ukraine,  
<sup>1</sup>tel.: +380665201636,  
e-mail: mendela\_\_i@ukr.net  
ORCID: 0000-0002-7282-643X

<sup>2</sup>tel.: +380957980041,  
e-mail: zenja.mendela@pnu.edu.ua  
ORCID: 0000-0003-0846-6449

**Abstract.** The resort business is one of the most dynamic and changing industries, which requires constant adaptation to new trends and consumer demands. In this context, competitive and innovative marketing strategies become extremely important for the successful development of the resort business. With the emergence of new competitors, changing tastes of tourists and the development of technology, companies that cannot provide competitive and innovative marketing strategies quickly exit the market. Competitive, innovative marketing strategies in the resort business enable companies to attract new customers and retain existing ones to ensure a steady stream of profits and growth.

This study is devoted to the study of competitive innovative marketing strategies that will allow companies in the resort sector to be successful and competitive in the market. This topic is understudied, as scientists study innovative strategies and their impact on the company's activities, but the resort business remains neglected. The purpose of the article is to reveal the role of competitive innovative marketing strategies in the resort business.

The study shows that the development of general innovative marketing strategies will indicate the result of their implementation. Analysis of the main specific features of innovative activity in the resort business will ensure the generation of the main innovative marketing strategies. Researching various approaches to innovative marketing strategies in the resort business will indicate the focus on attracting new customers and increasing sales. The introduction of innovative activities of the resort enterprise will allow the enterprise to generate a competitive strategy for long-term development.

The scientific novelty of the study consists in highlighting the specific features of innovative activity in the resort business, since innovative activity is an important tool for achieving a competitive advantage of a resort enterprise. The practical significance of the study is that its main provisions can be used in the practical activities of resort enterprises.

Competitive and innovative marketing strategies are a very important element of the successful operation of resort enterprises. Under these conditions, it is natural to increase the interest of scientists and practitioners in marketing aspects in the process of researching competitive innovative marketing strategies in the resort business.

**Key words:** strategy, resort business, marketing, innovation, competitiveness, competitive advantage.

**Вступ.** Курортний бізнес є дуже конкурентним серед інших галузей туризму, тому підприємства, що працюють в цій сфері, повинні постійно працювати над збереженням та підвищенням своєї конкурентоспроможності на ринку.

Конкурентоспроможні стратегії дозволяють підприємствам збільшувати свою популярність серед клієнтів, залучати нових клієнтів, збільшувати обсяг продажів,

підвищувати дохід та знижувати витрати. Це дозволяє підприємствам бути більш успішними та стабільними на ринку. Крім того, конкурентоспроможні стратегії допомагають підприємствам бути більш адаптивними до змін у ринкових умовах, попиті та технологіях. Іноді, конкурентоспроможність підприємства залежить від його здатності швидко реагувати на зміни та швидко адаптуватися до нових умов. Тому конкурентоспроможні стратегії є важливим інструментом для забезпечення успішності та стійкості курортного підприємства на ринку туризму.

Питанням маркетингових аспектів у контексті стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства присвячені наукові дослідження відомих учених таких як: Гудзь О. Є., Морохова В. О., Бойко О. В., Мостова А.Д. Особливості маркетингових інновацій розглядали Ілляшенко С.М., Рудь М.П., Каракай Ю.В. У публікаціях цих науковців розкрито основи маркетингової діяльності в напрямку інноваційного розвитку підприємств. Проте, незважаючи на наявність значної кількості наукових праць, недостатньо розкрито завдання конкурентоспроможних інноваційних маркетингових стратегій, зокрема не досліджено їх роль в курортному бізнесі.

Детальне вивчення конкурентоспроможних інноваційних маркетингових стратегій в курортному бізнесі дозволить курортним підприємствам зберігати та підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку гостинності. Завдяки таким стратегіям курортні підприємства зможуть залучати нових клієнтів, збільшувати свою популярність серед них та збільшувати обсяг продажів. Конкурентоспроможні інноваційні маркетингові стратегії допоможуть підприємствам розвивати свої унікальність та відмінності від інших конкурентів на ринку, залучати нових клієнтів та забезпечувати стабільний ріст свого бізнесу.

Досліджені інноваційні стратегії дозволять курортним підприємствам бути більш адаптивними до змін в ринкових умовах та технологіях, що є надзвичайно важливим у сучасному динамічному світі. Такі підходи дають можливість підприємствам бути передовими та інноваційними в своїх рішеннях та підходах, що, в свою чергу, дозволяє здобувати перевагу над конкурентами.

**Постановка завдання.** Конкурентоспроможні інноваційні маркетингові стратегії в курортному бізнесі мають важливе значення для забезпечення успішності та прибутковості курортних підприємств. Курортний бізнес є дуже конкурентним та чутливим до змін на ринку, що зумовлює необхідність розробки та впровадження інноваційних стратегій в маркетингу. Крім того, зміна потреб та бажань клієнтів, а також наявність нових технологій та трендів у галузі гостинності, вимагають постійного оновлення стратегій та пристосування до нових умов.

Метою статті є розкриття ролі конкурентоспроможних інноваційних маркетингових стратегій, створення яких може допомогти курортним підприємствам збільшити свою конкурентоспроможність на ринку сфери гостинності, зокрема опрацювання загальних інноваційних стратегій маркетингу вкаже на результат від їх впровадження. Аналіз основних специфічних рис інноваційної діяльності в курортному бізнесі дозволить згенерувати напрямок основних інноваційних маркетингових стратегій. Дослідження різноманітних підходів до інноваційних стратегій маркетингу в курортній справі покажуть спрямованість на залучення нових клієнтів та збільшення продажів. Запровадження інноваційної діяльності курортного підприємства дозволить згенерувати підприємству конкурентоспроможну стратегію перспективного розвитку.

**Результати.** Стратегії в маркетингу – це плани дій, які використовуються компаніями для досягнення своїх маркетингових цілей. Ці стратегії можуть бути відносно простими, такими як кооперації, фокусування чи диференціювання, або складнішими, такими як стратегії інтернаціоналізації, маркетингового позиціонування чи конкурентоспроможності. Маркетинговий підхід у діяльності підприємства

передбачає орієнтацію його діяльності (зокрема й інноваційної) на задоволення інтересів цільових сегментів ринку або груп споживачів [3, с.166]. Деякі загальні стратегії маркетингу включають:

- Сегментація ринку: розбиття ринку на різні сегменти, щоб можна було визначити потенційних клієнтів та їх потреби.
- Позичування бренду: встановлення позиціонування бренду, яке робить його іншим від конкурентів та залучає клієнтів.
- Розвиток продукту: створення нових продуктів та покращення наявних для збільшення обсягів продажів та привабливості бренду.
- Цінова стратегія: визначення оптимальної ціни для продукту, яка забезпечує збільшення продажів та прибутку.
- Продаж та реклама: рекламні та продажні кампанії для залучення нових клієнтів та збільшення продажів.
- Стратегії просування на ринку: включають партнерський маркетинг, торговельну політику, прямі продажі та інші методи.

Вибір певних стратегій маркетингу залежить від конкретних цілей та ресурсів компанії. Ф. Котлер ставить наголос на розвитку орієнтованого на клієнта типу мислення, що має привести до успіху ті організації, які ліпше за інших визначають потреби і бажання цільової аудиторії та постійно задовольняють їх за допомогою дизайну, інформації, цін, а також доставки відповідних якісних та конкурентоспроможних пропозицій [5, с. 79].

Інноваційний маркетинг – сфера діяльності організації, яка зосереджена на формуванні нового ринку збуту та інших потреб серед потенційних і реальних клієнтів, при цьому потреби базуються на розвитку і формуванні інноваційного капіталу [4, с. 31]. Інноваційні стратегії в маркетингу – це плани дій, які використовуються компаніями для впровадження нових ідей та технологій у маркетингові процеси з метою залучення нових клієнтів та збільшення продажів. Основною відмінністю маркетингу інновацій від традиційного є те, що маркетинг інновацій має справу не з реальним продуктом, а з ідеєю, нововведенням [7, с.83]. Перевагами впровадження маркетингових інновацій є: невеликі витрати на маркетингові інновації, інновації створюються на основі думок цільової аудиторії підприємства, відносно короткий період впровадження таких інновацій в порівнянні з технологічними і продуктовими інноваціями [2].

Деякі загальні інноваційні стратегії маркетингу включають:

- Впровадження нових технологій: використання новітніх технологій у рекламних кампаніях, продажах та зборі та аналізі даних про клієнтів.
- Розробка нових продуктів: створення нових продуктів, які здатні задовольнити потреби клієнтів та дозволяють компанії зайняти нові позиції на ринку.
- Введення нових маркетингових каналів: використання нових каналів продажу та реклами, таких як соціальні медіа та мобільний маркетинг.
- Створення унікального бренду: розробка унікального бренду, який відрізняється від конкурентів та дозволяє залучати нових клієнтів.
- Розвиток нових ринків: пошук нових ринків для продукту або послуги та впровадження маркетингових стратегій для залучення клієнтів на цих ринках.
- Встановлення партнерств: укладення партнерських угод з іншими компаніями для спільного розвитку та маркетингу продукту або послуги.

Використання інноваційних стратегій дозволяє компаніям бути конкурентоспроможними та успішними на ринку, привертати нових клієнтів та збільшувати свої прибутки. Концепція маркетингової орієнтації інноваційної діяльності

повинна бути провідною концепцією сьогодення, яка допоможе українським підприємствам здійснити різкий прорив у своїй діяльності і перейти на якісно новий рівень розвитку [6, с.191-192].

Інноваційна діяльність в курортному бізнесі має свої особливості порівняно з іншими галузями бізнесу, оскільки курортний бізнес є великою і складною системою, що включає в себе багато різних суб'єктів і ресурсів. Основні специфічні риси інноваційної діяльності в курортному бізнесі включають наступне:

- **Сезонність:** курортний бізнес зазвичай має сезонний характер, тому інноваційні стратегії та рішення повинні бути спрямовані на максимізацію використання сезону та мінімізацію витрат в позасезонний період.

- **Залежність від погодних умов:** більшість курортів залежать від погодних умов, тому інноваційна діяльність повинна включати в себе вирішення проблем, пов'язаних зі зміною погоди та кліматичними умовами.

- **Конкуренція:** курортний бізнес зазвичай дуже конкурентний, тому інноваційні рішення повинні бути спрямовані на розробку унікальних послуг та пропозицій, що відрізнятимуть курорт від інших конкурентів.

- **Високі вимоги клієнтів:** клієнти, які відвідують курорти, мають високі вимоги до якості послуг, тому інноваційні стратегії повинні бути спрямовані на поліпшення якості послуг та задоволення потреб клієнтів.

- **Залежність від туристичної інфраструктури та вимоги до неї:** курортний бізнес залежить від розвитку туристичної інфраструктури, такої як транспортна мережа, готелі, ресторани тощо. Курортний бізнес повинен мати належну інфраструктуру, щоб забезпечити комфортний та безпечний відпочинок для відвідувачів.

- **Стійкий попит на нові рішення:** у курортному бізнесі є постійна потреба в інноваційних продуктах та послугах для задоволення змінних потреб споживачів.

- **Високий ризик:** інноваційні проекти в курортному бізнесі мають високий ризик невдачі, оскільки вони пов'язані з великою кількістю факторів, які можуть вплинути на їх успішність.

- **Важливість розробки унікальної концепції:** в курортному бізнесі важливо розробити унікальну концепцію, що може допомогти вирізнитися на тлі конкурентів та залучити нових клієнтів.

- **Важливість відносин з клієнтами:** у курортному бізнесі важливо мати добрі відносини з клієнтами, що може допомогти вирізнитися серед конкурентів та збільшити лояльність споживачів.

Інноваційні стратегії маркетингу в курортній справі можуть включати в себе різноманітні підходи, спрямовані на залучення нових клієнтів та збільшення продажів в галузі туризму та відпочинку. Деякі з них:

- **Використання цифрових технологій:** цифрові технології, такі як мобільні додатки та онлайн-бронювання, можуть допомогти залучити нових клієнтів та спростити процес бронювання курортних послуг.

- **Розвиток унікальних послуг та пропозицій:** розробка унікальних послуг та пакетів пропозицій, які не забезпечуються іншими курортами, можуть привернути нових клієнтів та збільшити продажі.

- **Використання соціальних медіа:** реклама та маркетинг в соціальних медіа може допомогти залучити нових клієнтів та збільшити свідомість про курорт.

- **Розвиток партнерств:** співпраця з іншими компаніями, такими як авіакомпанії та туристичні агентства, може допомогти залучити нових клієнтів та збільшити продажі.

- Впровадження екологічних технологій та принципів: курорти, які впроваджують екологічні технології та принципи, можуть привернути клієнтів, які піклуються про навколишнє середовище.

- Віртуальний тур та інтерактивність: використання віртуальних турів та інтерактивних розваг на сайті курорту може привернути увагу потенційних клієнтів та збільшити інтерес до курорту.

Найважливішим завданням стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства доцільно визначити підвищення його конкурентоспроможності [1, с.6]. Інноваційна діяльність курортного підприємства тісно пов'язана з конкурентоспроможною стратегією перспективного розвитку. Це означає, що успішне впровадження інноваційних проєктів може допомогти підприємству стати більш конкурентоспроможним на ринку.

Наприклад, інноваційні проєкти, спрямовані на зменшення витрат та покращення ефективності, можуть допомогти збільшити прибуток підприємства та знизити вартість продукту або послуги, що зробить його більш конкурентоздатним на ринку.

Крім того, інноваційні проєкти можуть допомогти курортному підприємству розробити нові продукти або послуги, що можуть привернути нових клієнтів та збільшити його частку на ринку. Наприклад, запровадження нових технологій в галузі спортивного туризму може допомогти підприємству стати більш привабливим для людей, які люблять активний відпочинок.

Інноваційна діяльність також може допомогти курортному підприємству вирішити проблеми, які можуть виникати в процесі його діяльності, такі як екологічні або соціальні проблеми. За допомогою інновацій підприємство може розробити більш сталі та стійкі рішення, що дозволить йому вирішувати проблеми та залишатися конкурентоспроможним.

Інноваційна діяльність курортного підприємства пов'язана з конкурентоспроможною стратегією перспективного розвитку через кілька причин:

- Змінюються вимоги клієнтів: сучасні клієнти більш вимогливі і хочуть бачити нові продукти та послуги, що відповідають їх потребам. Тому курортні підприємства повинні інноваційно підходити до розробки нових продуктів та послуг, щоб задовольнити вимоги клієнтів та збільшити свою конкурентоспроможність.

- Конкуренція на ринку: курортний бізнес є досить конкурентним, тому підприємства повинні забезпечувати свою конкурентоспроможність, щоб вижити на ринку. Інноваційна діяльність може допомогти підприємствам забезпечити конкурентоспроможність, наприклад, за допомогою нових технологій, більш ефективного використання ресурсів та зменшення витрат.

- Покращення ефективності: інноваційна діяльність може допомогти підприємствам покращити ефективність своєї діяльності, що дозволить їм збільшити прибуток та зменшити витрати. Це також допоможе підприємствам стати більш конкурентоспроможними на ринку.

- Створення нових можливостей: інноваційна діяльність може допомогти курортним підприємствам створити нові можливості для розвитку та збільшення своєї частки на ринку. Наприклад, розробка нових продуктів та послуг може привернути нових клієнтів та збільшити обсяг продажів.

Інноваційна діяльність є важливим інструментом для досягнення конкурентної переваги курортного підприємства та забезпечення його перспективного розвитку. Стратегічне маркетингове управління орієнтує стратегічну діяльність підприємства не тільки на необхідність дослідження і врахування факторів зовнішнього ринкового середовища, але й на те, що стратегія підприємства має «завбачати» ринкові зміни, створюючи тим самим майбутнє [8, с.18].

Таким чином, конкурентоспроможність є ключовим фактором для успішності курортного підприємства. Завдяки конкурентоспроможній стратегії підприємство може відрізнитися від конкурентів та привертати нових клієнтів. Водночас, створення відповідної конкурентоспроможної стратегії може зберегти клієнтів, які вже користуються послугами компанії. Конкурентоспроможні стратегії можуть допомогти підприємству збільшити прибутковість та підтримати рентабельність. Конкурентоспроможна стратегія може допомогти підприємству розвивати свій бренд тощо. Такі стратегії забезпечать підприємствам стійкий розвиток, дозволять виділитися серед конкурентів, підвищать лояльність клієнтів, збільшать прибутки тощо.

Конкурентоспроможні інноваційні маркетингові стратегії дозволяють курортним підприємствам зберігати та підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку туризму. Важливість таких стратегій полягає у здатності підприємств бути привабливими для клієнтів та збільшувати свою популярність серед них. Конкурентоспроможні інноваційні маркетингові стратегії також дозволяють курортним підприємствам залучати нових клієнтів та збільшувати обсяг продажів. Ці стратегії допомагають підприємствам бути більш адаптивними до змін в ринкових умовах та технологіях. Конкурентоспроможні інноваційні маркетингові стратегії є важливим інструментом для забезпечення успішності та стійкості курортного підприємства на ринку туризму.

**Висновки.** У статті розкрито роль конкурентоспроможних інноваційних маркетингових стратегій, створення яких може допомогти курортним підприємствам збільшити свою конкурентоспроможність на ринку сфери гостинності, здійснено огляд загальних інноваційних стратегій маркетингу, використання яких вказує на результативність від їх впровадження. Аналіз основних специфічних рис інноваційної діяльності в курортному бізнесі дозволив згенерувати напрямок основних інноваційних маркетингових стратегій. Дослідження різноманітних підходів до інноваційних стратегій маркетингу в курортній справі вказують на спрямованість на залучення нових клієнтів та збільшення продажів. Показано, що впровадження інноваційної діяльності курортного підприємства дозволить згенерувати підприємству конкурентоспроможну стратегію перспективного розвитку.

Подальші дослідження мають бути зорієнтовані на деталізацію і формалізацію конкурентоспроможних інноваційних маркетингових стратегій в курортному бізнесі з метою аналізу результативності від їх впровадження.

1. Гудзь О. Є. Маркетингові аспекти стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2017. №4 (22). С. 5–11.
2. Ілляшенко С.М., Рудь М.П. Особливості класифікації маркетингових інновацій. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2018. № 30. С. 114-120.
3. Ковальчук С.В. Концептуалізація маркетингової стратегії інноваційного розвитку промислових підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика*. 2014. № 811. С. 162-167.
4. Каракай Ю.В. Маркетинг інноваційних товарів: монографія. К.: КНЕУ, 2005. 226 с.
5. Котлер Ф., Келлер К.Л., Павленко А.Ф. Маркетинговий менеджмент. К.: Хімджест, 2008. 720 с.
6. Морохова В. О., Бойко О. В. Концепція маркетингової орієнтації інноваційної діяльності. *Економічні науки. Серія : Економіка та менеджмент : зб. наук. праць*. 2018. Випуск 15 (58). С. 189-197.
7. Мостова А.Д. Теоретичні аспекти інноваційного маркетингу та маркетингу інновацій. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2017. № 1. С. 79–86.
8. Федорченко А.В., Окунева О.В. Внутрішній маркетинг підприємства: теорія, методика, практика : монографія. К.: КНЕУ, 2015. 230, [2] с.

#### References

1. Hudz, O. Ye. "Marketing aspects of strategic management of innovative development of the enterprise." *Economy. Management. Business*, no. 4 (22), 2017, pp. 5–11.
2. Illiashenko, S.M., and M.P.Rud."Features of the classification of marketing innovations." *Scientific Bulletin of Kherson State University*, no. 30, 2018, pp. 114-120.

3. Kovalchuk, S.V.. "Conceptualization of the marketing strategy of innovative development of industrial enterprises." *Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"*, no. 811, 2014, pp. 162-167.
4. Karakai, Yu.V. *Marketing of innovative products*. Kyiv, KNEU.
5. Kotler, F., Keller, K.L., and A.F. Pavlenko. *Marketing management*. Kyiv, Khimdzhest, 2008
6. Morokhova, V. O., and O. V. Boiko "The concept of marketing orientation of innovative activity." *Economic sciences*, no. 15 (58), 2018, pp. 189-197.
7. Mostova, A.D. "Theoretical aspects of innovative marketing and innovation marketing." *European vector of economic development*, no. 1, 2017, pp. 79–86.
8. Fedorchenko, A.V., and O.V. Okunieva. *Internal marketing of the enterprise: theory, methodology, practice*. Kyiv, KNEU, 2015.

УДК 005.21-044.332:338.486.2]:338.124.4(045)

doi: 10.15330/apred.2.19.56-68

Барвінок Н. В.

## АДАПТАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ СПРИЧИНЕНОЇ ГЛОБАЛЬНИМИ БЕЗПЕКОВИМИ ФАКТОРАМИ

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини,  
кафедра технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи,  
вул. Садова, 2, Умань, Черкаська обл.,  
20300, Україна,  
тел.: +380671071971,  
e-meil: barvinok.n@udpu.edu.u,a  
ORCID: 0000-0002-6661-4780

**Анотація.** У статті розглядаються питання значення адаптаційних стратегій підприємств туристичного бізнесу в умовах кризи спричиненої глобальними безпековими факторами, які на сьогоднішній день заважають туристичній сфері повноцінно функціонувати, особливо на території України. Вплив безпекових факторів на туристичну індустрію України на глобальному рівні відбувався завжди, проте, в період російсько-української війни та пандемії досяг дуже високого рівня та спричинив величезні втрати. Такі умови існування підприємств туристичного бізнесу вимагають постійної адаптації до зовнішнього середовища, аби зберегти свою конкурентоспроможність та продовжувати працювати в агресивному ринковому середовищі. Застосування саме адаптаційних стратегій підприємствами туристичного бізнесу в умовах кризи є одним з важливих пунктів для їх існування, виходу з кризи та подальшого розвитку. Метою статті є дослідження та обґрунтування значення адаптаційних стратегій підприємств туристичного бізнесу в умовах кризи спричиненої глобальними безпековими факторами. Методи дослідження. Для досягнення мети було використано діалектичний метод пізнання, методи аналізу, синтезу та порівняння, системний, абстрактно-логічний, метод моделювання, графічний метод та системно-структурний метод. Теоретичну базу дослідження складають наукові роботи вітчизняних і зарубіжних вчених щодо проблем впливу кризи на підприємства туристичного бізнесу, застосування антикризового управління та адаптації підприємств туристичного бізнесу під зовнішній вплив. Результати. У статті на базі опрацьованих літературних джерел зарубіжних та вітчизняних науковців щодо значення адаптаційних стратегій підприємств туристичного бізнесу в умовах кризи було виявлено, що більшість авторів звертають увагу на важливість адаптації підприємств під зовнішні умови, що впливають на підприємство. Розглянуто глобальні безпекові фактори як чинник зовнішнього макросередовища, що впливає на діяльність підприємств туристичного бізнесу та спричиняє виникнення кризи. Визначено адаптаційну стратегію як напрям пристосувань підприємств туристичного бізнесу до дії зовнішнього макросередовища та встановлено, що в умовах