

# Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського



WYŻSZA SZKOŁA  
NAUK O ZDROWIU



# ІННОВАЦІЇ, ГОСТИННІСТЬ, ТУРИЗМ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

*Збірник тез доповідей  
IV Всеукраїнської  
науково-практичної конференції  
молодих учених  
з міжнародною участю  
(30 травня 2024 року, м. Львів)*

м. Львів

30 травня 2024 року



**Рецензенти:**

доктор історичних наук, професор

**Наталія ЧОРНА**

*(Вінницький торговельно-економічний інститут  
Державного торговельно-економічного університету)*

доктор педагогічних наук, професор

**Мирослава ДАНИЛЕВИЧ**

*(Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського)*

*Рекомендувала до друку вчена рада*

*Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського  
(протокол № 8 від 13 червня 2024 р.)*

I 66

**Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика** : зб. тез доп.

IV Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених з міжнародною участю (30 травня 2024 року, м. Львів). – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. – 361 с.

У тезах доповідей IV Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених висвітлено результати досліджень пріоритетів і перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу; сучасні тенденції та регіональні пріоритети розвитку туризму в умовах глобалізації; соціально-економічні засади менеджменту та маркетингу індустрії гостинності; актуальні проблеми модернізації готельно-ресторанного господарства.

Матеріали будуть корисними для студентів, викладачів, науковців і працівників індустрії гостинності.

УДК 001.895:338.483.13:392.72(043)

*Матеріали публікуються в авторській редакції*

© Львівський державний університет

фізичної культури імені Івана Боберського, 2024

**Любомир–Роман Камінський**  
аспірант II курсу  
**Станіслав Капацина**  
студент II курсу  
Львівський університет «Бізнесу та Права»

## **ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПРОПОЗИЦІЇ В ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

Відомо є те що індустрія гостинності в світовому масштабі займає одне з пріоритетних місць. Існують країни світу де індустрія гостинності є єдиним джерелом доходу громадян і всі їх зусилля зосереджені саме в цій сфері.

Індустрія гостинності – широка категорія галузей у складі індустрії послуг, що включає послуги розміщення, послуги харчування та питні заклади, організація заходів, парки розваг, транспорт, круїзні лінії, подорожі та додаткові галузі індустрії туризму [1].

Варто відзначити, що у сучасному світі, конкуренція в галузі індустрії гостинності постійно зростає, що змушує підприємства шукати різні способи привернення клієнтів та збереження їх лояльності. Одним з ключових аспектів прийняття рішень для споживачів є вибір між ціною та якістю.

Саме цінова політики підприємств індустрії гостинності є важливою складовою стратегічного управління в сучасній глобалізованій економіці.

Проводячи аналіз зарубіжного досвіду, можна виокремити різноманітні підходи до ціноутворення та управління ціновою політикою, які можуть бути корисними для підприємств готельного господарства в Україні. Перед проведенням аналізу в зарубіжних країнах, слід зрозуміти, що цінова політика в сфері гостинності складається з комплексу різних стратегій, враховуючи різні категорії клієнтів та їхні потреби. Наприклад, цінова політика для бізнес-клієнтів може відрізнятися від стратегій для туристичних груп або

індивідуальних подорожуючих. Однак у кожному випадку важливо забезпечити оптимальне співвідношення між ціною та якістю послуг, що надається.

В досвіді Зарубіжних країн присутні різноманітні підходи до ціноутворення. Наприклад, деякі готелі використовують стратегію динамічного ціноутворення, змінюючи ціни в залежності від попиту та сезонності. Інші готелі можуть надавати різні пакетні пропозиції або знижки для приваблення нових клієнтів або збільшення лояльності існуючих. Також важливо враховувати конкурентну ситуацію на ринку та цінову політику конкурентів [2].

В даний час важливо відмітити, що підприємства готельного господарства які є складовою індустрії гостинності мають можливість вивчати цінову політику та стратегії зарубіжних готелів, щоб адаптувати їх до власних умов та потреб. Наприклад, готелі в Україні можуть навчитися використовувати нові технології та онлайн-платформи для динамічного ціноутворення, що дозволить їм ефективно реагувати на зміни у попиті та конкурентній ситуації.

Загалом, при аналізі зарубіжного досвіду у ціновій політиці сфери індустрії гостинності і зокрема підприємств готельного, важливо відзначити їх стратегічні підходи, що є основою в використанні даного досвіду в Україні і в процесі застосування служить українським підприємствам готельного господарства та іншим суміжним підприємствам сфери гостинності для вдосконалення своєї стратегії ціноутворення та підвищення конкурентоспроможності на ринку послуг. При використанні зарубіжного досвіду важливим є процедура визначення та оптимальні підходи до формування цінової політики, які враховують специфіку українського ринку та потреби клієнтів.

Визначаючи основну стратегію ціноутворення в підприємствах готельного господарства варто відзначити динамічне ціноутворення, фіксовані ціни та різні акції та знижки. Вони впливають на конкурентоспроможність готелів шляхом приваблення різних категорій клієнтів та реагування на зміни на ринку [3].

Щодо основних факторів, що впливають на цінову політику готелів у зарубіжних країнах, включають рівень життя, рівень конкуренції, сезонність та місцеві правові норми. У порівнянні з Україною, ці фактори можуть відрізнятися за своєю вагою та впливом. Щодо цінової політика готелів то вона може змінюватися в залежності

від того, чи є клієнтами бізнесмени, туристи чи групи. Наприклад, для бізнес-клієнтів можуть бути надані спеціальні умови для збереження лояльності, тоді як для туристів можуть діяти акційні пропозиції.

Сезонність і попит також відіграють важливу роль у ціноутворенні готелів. У пікові туристичні періоди ціни можуть бути вищими, а в періоди низького попиту - нижчими.

Також відзначимо що зарубіжні країни використовують інноваційні підходи, такі як динамічне ціноутворення за допомогою алгоритмів, персоналізовані цінові пропозиції та використання аналітики даних, які можуть допомогти готелям оптимізувати ціни та залучати більше клієнтів.

Отже, провівши аналіз цінової політики підприємств сфери гостинності на прикладі зарубіжного досвіду у співвідношенні до ціни в Україні підкреслює важливість розуміння та використання міжнародних практик для оптимізації стратегій ціноутворення на внутрішньому ринку. Це дозволить українським підприємствам сфери гостинності підвищити свою конкурентоспроможність, привабити більше клієнтів та забезпечити стабільний дохідний потік.

*Ключові слова:* зарубіжний досвід, ціна, індустрія гостинності.

### **Список використаних джерел:**

1. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – URL: <https://uk.wikipedia.org>
2. Сміт Дж. Цінова політика у готельному бізнесі: аналіз інноваційних підходів та ефективних стратегій / Сміт Дж. // Журнал маркетингових досліджень. – 2020. – № 15(2). – С. 45–60.
2. Браун А. Порівняльний аналіз цінової політики готелів у країнах Європейського Союзу / Браун А. // Журнал готельного менеджменту. – 2019. – № 25(3). – С. 112–128.