

МІНІСТЕРСТВО МОЛОДІ ТА СПОРТУ

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО

VI ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

МОЛОДИХ УЧЕНИХ З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ

ПРИСВЯЧЕНА 80-РІЧЧЮ ЛДУФК ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО

ІННОВАЦІЇ, ГОСТИННІСТЬ, ТУРИЗМ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

ЗБІРНИК



21.05.2026

УДК 338.483.13:392.72

Софія Капустинська
студентка
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»
Науковий керівник: Уляна Новак
канд. екон. наук, доцент
доцент кафедри обліку, фінансів та готельно-ресторанної справи
Національний лісотехнічний університет України

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Індустрія гостинності має значний вплив на розвиток національної економіки, адже сприяє активізації туристичних потоків, забезпечує створення робочих місць та формує додану вартість. Її ефективність напряму залежить від рівня розвитку інфраструктури, купівельної спроможності населення та загальної економічної ситуації [3]. Конкурентне середовище цієї сфери відзначається високою насиченістю, що пояснюється великою кількістю учасників ринку, відносно простим доступом до нього та значною залежністю від коливань попиту.

Конкурентне середовище в індустрії гостинності можна розглядати як систему взаємодії підприємств, споживачів, постачальників і посередників, які працюють у сегментах розміщення, харчування та сервісного обслуговування. Важливою рисою цієї галузі є тісна інтеграція між різними її складовими – готельним бізнесом, ресторанною діяльністю, туризмом, транспортними послугами та сферою розваг [4].

Сучасний ринок гостинності характеризується переходом від традиційної моделі надання послуг до комплексного формування споживчого досвіду. Сьогодні споживачі прагнуть отримати не лише стандартний набір послуг, а й емоційне задоволення, персоналізоване ставлення та високий рівень сервісу. Така зміна очікувань значно

посилює конкуренцію та змушує підприємства постійно вдосконалювати свої процеси й підходи до обслуговування.

Систематизація основних чинників, які формують конкурентне середовище індустрії гостинності, представлена у табл. 1.

Таблиця 1

Чинники формування конкурентного середовища індустрії гостинності

Група чинників	Складові чинників	Характер впливу на конкурентоспроможність
Економічні	Рівень доходів населення; інфляція; курс валют; ділова активність	Визначають платоспроможний попит, впливають на рівень цін, витрат і прибутковості підприємств
Соціальні	Зміна стилю життя; споживчі вподобання; демографічна структура	Формують попит на послуги, визначають формат закладів, концепції та рівень сервісу
Технологічні	Цифровізація; онлайн-сервіси; автоматизація; CRM-системи	Сприяють підвищенню ефективності, покращенню обслуговування та формуванню конкурентних переваг
Ринкові	Рівень конкуренції; кількість закладів; бар'єри входу на ринок	Визначають інтенсивність конкурентної боротьби та необхідність диференціації
Інституційні (регуляторні)	Законодавство; податкова політика; стандарти якості;	Впливають на умови ведення бізнесу, витрати та можливості розвитку підприємств

	державне регулювання	
Туристичні	Туристичні потоки; сезонність; розвиток інфраструктури	Формують попит на послуги гостинності, визначають рівень завантаженості закладів
Маркетингові	Брендинг; реклама; цифровий маркетинг; репутація	Впливають на залучення клієнтів, формування лояльності та іміджу підприємства
Внутрішні фактори підприємства	Якість обслуговування; кваліфікація персоналу; організація управління	Визначають рівень конкурентних переваг і здатність підприємства утримувати позиції на ринку

Джерело: узагальнено на основі [1-4]

Конкурентне середовище індустрії гостинності, як показано у таблиці 1, формується під впливом взаємопов'язаних економічних, соціальних, технологічних та внутрішніх чинників, що зумовлює потребу у застосуванні комплексного підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства.

У сучасних умовах вагомого значення набувають такі додаткові чинники, як цифрова трансформація бізнес-процесів, глобалізаційні впливи, а також зростання ролі сталого розвитку та екологічної відповідальності підприємств індустрії гостинності. Зокрема, впровадження цифрових платформ бронювання, використання штучного інтелекту для персоналізації обслуговування та розвиток безконтактних сервісів формують нові правила конкурентної боротьби на ринку. Окрім того, важливим чинником є репутаційний капітал підприємства, що формується через онлайн-відгуки, рейтинги та соціальні мережі, які безпосередньо впливають на споживчий вибір. У

таких умовах підприємства змушені оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища та адаптувати свої стратегії розвитку.

Отже, конкурентне середовище індустрії гостинності є динамічною та багатофакторною системою, яка формується під впливом як зовнішніх, так і внутрішніх чинників. Ефективне функціонування підприємств у цих умовах потребує комплексного підходу до управління, орієнтації на інновації, підвищення якості послуг та формування унікального споживчого досвіду.

Ключові слова: конкурентне середовище; індустрія гостинності; конкурентоспроможність; готельно-ресторанний бізнес.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко Л. А., Стахорська О. О., Чаус В. А. Вплив інноваційних рішень на конкурентоспроможність закладів готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 78. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-109

2. Кувіка Г.О. Критерії конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності. *Трансформаційна економіка*. 2024. № 1(06). С. 33–36.

3. Мазур В. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. *Журнал європейської економіки*. 2015. Т. 14, № 3. С. 273–286.

4. Прокопець Я., Несторишен І., Рудніченко Є. Конкурентоспроможність підприємств туризму та готельно-ресторанної справи: системний підхід до управління. *Development Service Industry Management*. 2024. № 3. С. 235–238.