

**Клименко Євген Сергійович**  
*аспірант,*  
*Державна навчально-наукова установа*  
*«Академія фінансового управління»*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-498-9-3>

## **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ**

Формування конкурентоспроможності національної економіки в контексті готельно-ресторанного сектору є багатограним і потребує уваги як до макроекономічної інтеграції, так і до галузевих стратегій. Вітчизняні та зарубіжні дослідження демонструють, що готельна та ресторанна індустрія відіграють ключову роль не лише в отриманні прямих доходів і зайнятості, але й у стимулюванні значних мультиплікаційних ефектів через їхні зв'язки з іншими секторами економіки.

Дане дослідження сформовано на основі публікацій, що висвітлюють численні аспекти формування конкурентоспроможності національної економіки через розвиток готельно-ресторанного сектору. Розглянуто питання стратегічного планування, модернізації економічних структур, застосування сучасних маркетингових концепцій, а також роль інвестиційного клімату у стимулюванні розвитку цього сектора.

Маркетингова конкурентоспроможність у готельно-ресторанній сфері базується на розробці спеціалізованої стратегії, яка спрямована на оптимізацію відносин між виробником і споживачем. Ефективні маркетингові стратегії дозволяють розширити асортимент послуг та зробити їх більш привабливими, що є ключовим для залучення як внутрішніх, так і міжнародних клієнтів [1]. Водночас, інтеграція інноваційних методів управління ризиками є

необхідною для подолання невизначеностей, властивих готельно-ресторанній галузі. Дослідження свідчать, що використання таких методів, як кластерний аналіз, дозволяє підприємствам більш ефективно оцінювати та управляти ризиками, що є надзвичайно важливим у періоди економічної чи політичної нестабільності [2]. Такий міждисциплінарний підхід дозволяє готельно-ресторанному сектору проактивно реагувати на виклики та використовувати можливості для зростання.

Внесок готельно-ресторанного сектору в національну економіку можна проілюструвати через його вплив на створення робочих місць та економічну диверсифікацію. Ця галузь відома своєю здатністю генерувати значну кількість зайнятості, що сприяє економічній стабільності та зменшенню регіональних диспропорцій у доходах [3]. Крім того, готельно-ресторанний сектор є досить адаптивним до економічних коливань: в періоди економічного підйому підприємства можуть активно розвиватись, а під час спаду – використовувати адаптивні цінові стратегії для збереження конкурентних позицій [4]. Ця здатність до адаптації є ключовою для зміцнення конкурентоспроможності національної економіки.

Європейська інтеграція відкриває додаткові можливості для підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанного сектору через сприяння іноземним інвестиціям та залученню ресурсів. Доступ до більшого ринку не лише приваблює інвестиції, але і стимулює передачу знань і впровадження інновацій, що є критично важливим для покращення якості обслуговування та операційної ефективності [5]. У міру вдосконалення пропозицій готелів і ресторанів у відповідності до міжнародних стандартів, зростає не тільки їхня конкурентоспроможність, але також і розвиток туристичної індустрії, що сприяє загальній економічній стабільності держави.

Окрім ринкових факторів, глобалізація також відіграє значну роль у розвитку ресторанного бізнесу, надаючи можливість використовувати інгредієнти з різних куточків світу та

впроваджувати кулінарні практики інших країн [6]. Така міжнародна взаємодія підвищує привабливість послуг та покращує імідж бренду, що, в свою чергу, стимулює потік відвідувачів. Ці процеси є важливими для розуміння ширшого впливу конкурентоспроможного готельно-ресторанного сектору на економіку.

Таким чином, важливо, щоб усі зацікавлені сторони в готельно-ресторанному бізнесі використовували інноваційні стратегії та ефективно управляли потенційними ризиками. Такий підхід не лише зміцнить їхню конкурентну спроможність, але й забезпечить позитивний внесок у національну економіку, зокрема у створення робочих місць та збільшення державних доходів через оподаткування [7]. Отже, розвиток конкурентоспроможного готельно-ресторанного сектору є одним із ключових чинників економічного зростання та стабільності держави.

За даними дослідження Сайїд та співавт. [8], в умовах глобальної конкуренції витончене функціонування готельно-ресторанного сектору може забезпечити рівномірний розподіл інфраструктурних ресурсів, сприяти економічному зростанню та стимулювати залучення капіталу через створення спеціальних економічних зон. Автори стверджують, що лідерство в інвестиційній політиці, паритет у розвитку інфраструктури й соціальна стабільність є важливими чинниками конкурентоспроможності регіонів. Цей підхід дозволяє не лише активізувати галузевий розвиток, а й сприяти інтеграції локальних економік у світовий ринок [8].

Іншою важливою складовою є модернізація структури національної економіки в контексті глобальних економічних умов. Дослідження Джафарлі [9] демонструє, що сучасні виклики, зумовлені глобалізацією та змінами у світовій економіці, вимагають системної модернізації економічних структур. Автор наголошує, що інтеграція інноваційних технологій, розширення виробничих потужностей, збільшення експортного потенціалу та формування імпортозамінюючих стратегій є критичними для забезпечення конкурентоспроможності. Вказані заходи

дозволяють оптимізувати внутрішні процеси та підвищити стійкість економіки до зовнішніх шоків [9].

Концепції конкурентоспроможності детально розглянуті у праці Рудіанто [10], який у своїй системі аналізу бачить конкурентоспроможність на рівні окремих підприємств, галузей та національної економіки. Згідно з його дослідженням, конкурентоспроможність формується завдяки взаємодії факторів мікро-, мезо- та макrorівнів. Взаємозв'язок між конкурентоспроможними підприємствами та ефективною галузевою політикою створює синергічний ефект, що сприяє загальному економічному зростанню [10].

Ключовим чинником забезпечення конкурентних переваг у готельно-ресторанному секторі є розвиток сучасних маркетингових стратегій. За даними дослідження Давидової [11], застосування концепції маркетинг-мікс 11P дозволяє підприємствам не лише адекватно реагувати на зміни ринку, але й формувати нові тактичні та стратегічні напрямки, які спрямовані на задоволення потреб споживачів. Інтеграція інноваційних маркетингових інструментів відкриває можливості для оптимізації діяльності підприємств, розширення ринкової ніші та зростання клієнтської бази. Вдосконалення маркетингової політики стає запорукою зростання конкурентоспроможності як окремих підприємств, так і готельно-ресторанного сектору в цілому [11].

Отже, синтез вітчизняних та зарубіжних досліджень свідчить, що стає економічне зростання на національному рівні залежить від стратегічного управління, модернізації виробничих процесів та впровадження сучасних маркетингових інструментів у готельно-ресторанному секторі. Поєднання ефективної інвестиційної політики, інтеграції інновацій та розвитку регіональних конкурентних переваг створює передумови для підвищення економічної стабільності та конкурентоспроможності держави у глобальному економічному просторі.

## Література:

1. Цвілій Т., та ін. Маркетингова конкурентоспроможність готельного та ресторанного підприємства: теоретичний підхід та методи визначення. *VUZF Review*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.38188/2534-9228.21.2.05>
2. Шгаль С. та ін. Інноваційне управління ризиками в готельно-ресторанному бізнесі: науково-практичний аспект. Науковий бюлетень Мукачєва Державного університету. Серія: Економіка. 2024. DOI: <https://doi.org/10.52566/msu-econ2.2024.116>
3. Soria J., Teigeiro L. Мультиплікатор зайнятості в європейській індустрії гостинності: гендерний підхід. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2019. DOI: <https://doi.org/10.1108/ijchm-10-2017-0675>
4. Gitonga P. *African Journal of Commercial Studies*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.59413/ajocs/v3.i2.4>
5. Verstiak O. та ін. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в контексті європейської інтеграції. *Bulletin of Chernivtsi Institute of Trade and Economics*. 2023. №1 (89). DOI: <https://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-1.89.05>
6. Поворознюк І., та ін. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток ресторанного бізнесу України. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2023.18>
7. Yuliandari R., та ін. Аналіз ефективності збору податків з готелів та ресторанів з метою збільшення оригінальних регіональних доходів (PAD) у Матаремі. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*. 2017. Т. 9, № 2. С. 257. DOI: <https://doi.org/10.17977/um002v9i22017p257>
8. Sayyid A., Asyahrı Y., Maulida A., Mahfuzah A., Faridah F. Exploring economic potential and leading sectors in building special economic zones (SEZ) in South Kalimantan Province. 2023. DOI: <https://doi.org/10.4108/eai.4-11-2022.2329815>
9. Jafarli H. Problems of modernization of the structure of the national economy taking into account global economic conditions. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2023. Т. 9, № 2. С. 1–7. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2023-9-2-1-7>
10. Rudianto Y. Competitiveness theory. *Die Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*. 2009. Т. 6, № 1. DOI: <https://doi.org/10.30996/die.v6i1.90>
11. Davydova O. Розробка комплексу концепції маркетинг-мікс 11Р на підприємствах готельно-ресторанного господарства. *Social Economics*. 2018. № 55. DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2018-55-9>