

3. Дишкантюк О.В., Потьомкін А.М., Власюк К.В. Індустрія гостинності та туризму в умовах covid-19: світова практика та українські реалії. Причорноморські економічні студії. 2021. Вип. 61 С. 11-17.

4. Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Задоя В. О., Пікуліна О. В. Стратегічні напрями управління готельнохресторанним бізнесом в умовах кризи. Економіка та держава. 2021. №2. С. 19-23.

## **УДК 338.483.13**

**ВЕЛИЧКО Олена,**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,  
Державний торговельно-економічний університет,  
м.Київ, Україна*

**БАНЄВА Ірина,**

*доктор економічних наук, професор кафедри готельно-  
ресторанної справи та організації бізнесу*

*Миколаївський національний аграрний університет,  
м. Миколаїв, Україна*

**ЧУПРУН Катерина,**

*здобувач 4 курсу освітнього ступеня «бакалавр»  
Миколаївський національний аграрний університет,  
м. Миколаїв, Україна*

## **ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

За даними аналітиків, останніми роками середня дохідність готельної нерухомості в Україні становила 11%, Саме тому до початку повномасштабних бойових дій в Україні готельний бізнес вважався однією з найприбутковіших інвестицій. Незважаючи на жорсткі вимоги пандемії у 2021 році попит на послуги закладів розміщення мав тенденцію до зростання. За даними, що наводяться [1] у 2021 році західний регіон України відвідали понад 200 тис. туристів із країн Аравійського півострова. На півдні спостерігався приріст мандрівників із Ізраїлю, Туреччини й Балканів. Щороку кількість іноземних туристів збільшувалася на 20-30%, що значно вплинуло на платоспроможність внутрішнього туризму та привабливість готельного бізнесу для інвесторів.

Через воєнні дії співвідношення попиту та пропозиції в готельному бізнесі України змінились: значна кількість об'єктів не працює з міркувань безпеки, через брак попиту, з технічних причин, через пошкодження від обстрілів або повністю зруйновано. В цілому простежується чітка регіональна залежність від активності бойових дій. Так, на півдні обсяг грошових надходжень від готельного бізнесу становить 3–5% від планового, в Києві й області

– 10–15%, на сході через бойові дії та окупацію територій більшість готелів призупинили роботу [1]. Що стосується західних областей, то за період лютий–квітень заклади розміщення були завантажені на 100%. За статистикою Державного агентства розвитку туризму, за перші шість місяців 2022 року сума туристичного збору склала 89,4 млн грн, що майже на 28,8% більше в порівнянні з сумою в аналогічний період 2021 року (69,4 млн грн.). Лідерами за приростом туристичного збору стали місто Київ та чотири області (Львівська, Закарпатська, Хмельницька та Івано-Франківська). Поповнення бюджету за рахунок туристичного збору в м. Києві склало більше ніж 20 млн грн. Найбільше зростання в порівнянні з аналогічним періодом у 2021 році зафіксовано у Львівській області – 193%, бюджети громад цього регіону отримали 19,7 млн грн. туристичного збору. У Івано-Франківській області сума турзбору зросла на 76,4% і склала 9 млн грн, у Закарпатській області – ріст склав 144% порівняно з аналогічним періодом торік і склав 8,7 млн грн [2]. Такі суми свідчать про значний потік людей, які рятувалися від війни зі східних, центральних та південних регіонів на заході України.

Значне падіння туристичного збору зафіксовано в областях, де велися або наразі ведуться воєнні дії, а також у тих, які були окуповані. Найбільше зменшився туристичний збір у Миколаївській (63%), Луганській (60%), Сумській (48%), Херсонській (46%) та Запорізькій областях (41%) [3]. Понад 2000 об'єктів готельної нерухомості, що розташовані на півдні та сході України, не відкрилися зовсім. Винятком було місто Одеса, у якій нині працює 90% закладів розміщення з середньою завантаженістю 60%.

У Києві готелі відновили роботу в травні, однак досі тримають невисокий показник – 15–25%. Окремо потрібно звернути увагу на роботу готелів міжнародних брендів: такі заклади розміщення, розташовані у великих містах, переважно призупинили роботу, що обумовлено політикою безпеки й іноземним менеджментом. Нині в Києві відновили роботу такі міжнародні готелі, як Hilton Kyiv, InterContinental Kyiv, Radisson Blu Hotel, а також Fairmont Grand Hotel Kyiv, Mercure Kyiv Congress, Holiday Inn Kyiv та інші.

Нові виклики військового часу змусили багатьох власників готельного бізнесу переформатовувати свої бізнес-процеси. Змінився профіль споживача. Першу категорію складають переселенці які або тимчасово проживали в закладах розміщення і потім повертались додому чи знаходили постійне житло в новому для себе місті, або ж переміщувались далі – за кордон. Цю категорію також формують великі компанії та дипломатичні установи, що релокували свої команди в безпечніші області. Наприклад, у

міських готелях Ribas Hotels Group в Одесі внутрішньо переміщені особи в перші місяці війни становили близько 70% гостей, нині їх порівняно небагато – 10%. Це переважно люди із Херсона та Миколаєва. Полтавський Premier Hotel Palazzo в березні майже на 70% був завантажений біженцями з Харкова. Premier Hotel Dnister у Львові в березні та квітні виділив значну кількість номерів для безкоштовного розміщення біженців, а також облаштував один із конференц-залів під безкоштовний хостел [3].

Друга категорія гостей – представники ЗМІ, дипломатичні делегації, міжнародні волонтерські організації тощо. Повністю відсутні такі сегменти, як туристичний і корпоративний.

Керівники готелів мають постійно розробляти антикризисні заходи, щоб максимально нівелювати негативний вплив зовнішнього середовища. В умовах високого ризику та непередбачуваності для готелів важливо не втратити грошовий потік, що забезпечує життєздатність бізнесу. За останні сім місяців багато готельєрів переглянули свою цінову політику, скооперувалися з постачальниками, диверсифікували свою діяльність, відкрили нові ринки збуту. Окремі власники готельних мереж переглянули портфель свого бізнесу, передислокували його в відносно безпечні регіони, на Львівщину, Івано-Франківщину, Тернопільщину. Так, наприклад Ribas Hotels Group запустили два нових об'єкти, які до початку великої війни були готові до відкриття на 95%. Також, підписали три контракти — два спільні з девелоперами проєкти у селі Поляниця Івано-Франківської області та готельно-ресторанний комплекс у Мукачево, що на Закарпатті. [4].

На думку фахівців, готельний бізнес, що розташований у безпечних західних регіонах, має нагоду вкладати кошти в оновлення основних фондів та збільшення виробничих потужностей. Такі інвестиції окупаються, оскільки в найближчі 5-10 років осередком внутрішнього туризму стане саме ця частина України. Причина — мінування акваторії Чорного та Азовського морів й значні руйнування в курортних містах, які перебувають в тимчасовій окупації.

Перед менеджментом готелів постали нові виклики, такі як нестача персоналу в наслідок міграції та мобілізації на військову службу, порушення ланцюгів постачання продукції, обмеження функціонування внаслідок комендантської години та повітряної тривоги, пошук альтернативних джерел енергії (встановлення сонячних батарей, закупівля генераторів, додаткових елементів живлення), переобладнання підвальних приміщення під сховища, створення додаткових запасів води та продуктів харчування для

безперебійної роботи, перегляд асортименту послуг, оптимізація роботи ресторанів, перегляд меню та інше. Цей перелік нових труднощів з часом збільшується і стає справжнім викликом для бізнесу і вимагає від нього максимально оперативного переналаштування діяльності відповідно до нових викликів і загроз з врахуванням воєнної специфіки.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Лупашко А. На початку війни готельний бізнес України обвалився на 90%. Чи є надія на відновлення . URL : [https://forbes.ua/company/na-pochatku-viyni-gotelniy-biznes-ukraini-obvalivsvya-na-90-chi-e-nadiya-na-vidnovlennya-14102022-9033#:~:text=\(дата звернення 16.11.2022\)](https://forbes.ua/company/na-pochatku-viyni-gotelniy-biznes-ukraini-obvalivsvya-na-90-chi-e-nadiya-na-vidnovlennya-14102022-9033#:~:text=(дата звернення 16.11.2022))
2. Маджумдар О. Готелі напівпорожні, надходження до бюджету знизяться. URL : <https://www.rbc.ua/ukr/travel/oteli-polupustye-postupleniya-byudzhetsnizyatsya-1655814100.html> дата звернення 06.11.2022)
3. Встояти під час війни: як працюють готелі України URL :<https://commercialproperty.ua/analitics/vstoyati-pid-chas-viyni-yak-pratsyuuyut-goteli-ukraini/> (дата звернення 16.11.2022)
4. Лупашко А. Заощаджуємо та примножуємо. Як власникам бізнесу змусити гроші працювати в умовах війни. URL : <https://delo.ua/realty/zaoshhadzujemo-ta-primnozujemo-yak-vlasnikam-biznesu-zmusiti-grosi-pracuyuvati-v-umovax-viini-404867/>(дата звернення 16.11.2022)

### **УДК 339.9.01**

**ГОРОШКО Михайло,**

*здобувач 2-го курсу освітнього ступеня «магістр»,  
Харківський національний економічний університет  
ім.С. Кузнеця, м. Харків, Україна*

Науковий керівник:- **СУЩЕНКО Олена,**

*д-р екон. наук, професор,  
Харківський національний економічний університет  
ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна*

### **ВПЛИВ ТУРИЗМУ НА РОЗВИТОК ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ПОСЛУГ**

Міжнародний туризм представляє собою практику тимчасових подорожей мільйонів людей до іншої країни задля відпочинку, рекреаційного відновлення, огляду культурно-історичних пам'яток, задоволення власних соціально-культурних і психологічних потреб. Однак при цьому, туризм це також соціально-економічна діяльність, яку слід розглядати через економічний вимір та її вплив на розвиток глобального ринку, зокрема, ринку послуг. Під час