

Успіх у готельному бізнесі враховує знання та вміння вирішувати проблеми готельної індустрії. Для подолання цих проблем виникли нові стратегії та антикризове управління підприємствами. Обов'язковою умовою роботи багатьох успішних закладів у нашій країні та світі сьогодні є наявність антикризового менеджера та стратегії антикризового управління в готельно-ресторанному бізнесі. Крім того, антикризові менеджери повинні працювати постійно, а не тільки в кризових ситуаціях.

Відновлення післявоєнного туристично-готельного комплексу України має включати такі кроки:

- 1) розвиток ділового, освітнього, медичного, зеленого та військового туризму;
- 2) розробка та реалізація програми для українців та іноземців;
- 3) співпраця з іноземними партнерами;
- 4) підвищення інтересу іноземних туристів до меморіальних маршрутів та знакових місць повоєнного часу.

Після війни Україна потребуватиме економічного відновлення. Індустрія гостинності має великий потенціал і за наявності необхідних інвестицій та кваліфікованих антикризових менеджерів досягне відновлення економіки. Тоді вона буде функціонувати як потужний механізм, активно розвиватися і приносити прибуток. Україна є яскравою туристичною країною з великим потенціалом і має всі умови для розвитку всієї туристичної інфраструктури.

Література

1. Агафонова Л. Г, Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. Київ : Знання України, 2002. 351 с.
2. Бойко М, Гопкало Л. Організація готельного господарства : підручник. Київ, 2006. 494 с.
3. Роль туризму у світовій економіці. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/20_2013/17.pdf (дата звернення: 01.03.2023).
4. Стратегічні напрями управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах кризи / Чаркіна Т. Ю та ін. *Економіка та держава*. 2021. № 2. С. 19–23.

ikudinova@nubip.edu.ua

Кудінова Ірина Петрівна

кандидат економічних наук, доцент Національного
університету біоресурсів і природокористування України

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Анотація. Охарактеризовано сучасні виклики, що стоять перед готельною сферою, проблеми розвитку та наведено перспективи поствоєнного відновлення готельного бізнесу України. Перераховано заходи для відновлення готельної сфери України.

Ключові слова: готельна сфера, індустрія гостинності, інновації

Готельна індустрія в останні роки зіштовхнулася з неочікуваними викликами. Пандемічні обмеження, нестабільність економічної та політичної ситуації в Україні та військові атаки противника негативно впливають на розвиток готельного господарства. В лютому 2022 року ситуація загострилася, оскільки вторгнення ворога зробило готельний бізнес майже неефективним.

На початку війни готельний бізнес України призупинив свою діяльність на 90 %. Потік гостей зупинився, усі заплановані івенти й туристичні та бізнес-поїздки довелося скасувати. У центральній, південній і східній частинах країни показник відмов від бронювання виріс до 85–98 %. Через небезпеку сотні тисяч людей виїжджали з рідних міст на захід України, тому готелі там були переповнені. Дехто з власників закладів розміщення надавав житло переселенцям безкоштовно, хтось, навпаки, підіймав ціни в десятки разів. В інших регіонах об'єкти або втратили увесь дохід і працювали в збиток, або взагалі закрилися.

Але сьогодні, аналізуючи готельний ринок, можна зазначити, що ситуація хоч і повільно, але стабілізується. Звичайно, що не в повну силу, але готелі працюють, залучають гостей, отримують прибуток і сплачують податки.

Зараз український готельний ринок працює максимум на 2–3 % у грошовому виразі. На півдні України цей показник становить 3–5 % від планового, в Києві й області — 10–15 %, на сході через бойові дії та окупацію територій більшість готелів призупинили роботу [1].

Зазначимо, що український готельний ринок рік назад став частиною волонтерського руху в країні. Готелі приймали людей, які були змушені покинути свої домівки або втратили їх. Крім того в готелях мешкали представники ЗМІ та міжнародних організацій. Готелі забезпечували людей їжею, співпрацювали з волонтерськими організаціями, благодійними фондами та лікарнями. Збирали кошти, передавали або купували необхідне гуманітарне чи військове спорядження. У своїй більшості готелі не змінили цін на проживання. В межах своєї рентабельності вони надавали певну кількість безкоштовних номерів, поселяли людей у конференц-зали та зони для СПА. Звичайно, були випадки, коли власники житла завищували ціни, однак на них активно реагували в органах місцевого самоврядування. Також деякі готельні компанії співпрацювали зі своїми партнерами за кордоном, надаючи біженцям або найманим українцям безкоштовне проживання в готелях.

Ще одна проблема для готелів пов'язана з перебоями в ланцюжку поставок. Через нестачу палива та інші причини деякі логістичні процеси були порушені, що вплинуло на забезпечення обладнанням, необхідним для операцій або запусків, зокрема виникненням перебоїв у постачанні продуктів.

Щодо функціонування готелів, які не закрилися, вони були змушені перевести всі свої бізнес-процеси в новий формат — забезпечити гостям звичний рівень обслуговування та безпеки їх перебування.

Комендантська година також змінила роботу закладів розміщення. Через обмеження часу процес поселення та виселення дещо ускладнений, а основне навантаження становить денна зміна. Крім того, через комендантську годину співробітники змушені проживати на території готелю. Послуги, які надають ресторани, також працюють в обмеженому режимі [2].

Що стосується готельного бізнесу, то в умовах війни в Україні вже зараз необхідно модернізувати цей бізнес з точки зору безпеки. Нова реальність диктує вимоги до клієнтів щодо наявності бомбосховищ у закладах гостинності. Зараз готелі в українських містах заповнені лише на 20–25 %, а в середньому — 10–15 %. Від такої ситуації найбільше постраждали та надалі страждають готелі з більшою кількістю номерів. Деякі готелі, в тому числі й столичні, закрилися в очікуванні кращих часів. Зараз на ринку багато пропозицій щодо оренди чи продажу готельного бізнесу [3].

Зараз ситуація на готельному ринку знову змінюється. Внутрішньо переміщені особи, які становили близько 70 % гостей у перші місяці війни, або повернулися до своїх домівок, або виїхали за кордон. Таким чином, навіть готельні об'єкти на заході країни стикаються зі зниженням рівня заповнення. У червні заповнюваність у Львові коливалася від 30 до 40 %, в Івано-Франківську досягла 40 %, а в Закарпатській області — 50 %. У Києві та Одесі заповнюваність становила від 10 до 25%. Також скоротився термін перебування у готелях до 2–4 днів порівняно з 1–1,5 місяцями раніше. Лише Закарпатська область може мати вищі показники порівняно з іншими регіонами.

У розробці плану поствоєнного відновлення готельної галузі також варто врахувати основні аспекти, які впроваджувались іншими країнами, що теж зазнали втрат через бойові дії і у недалекій перспективі досягли ефективного розвитку готельної індустрії.

Література

Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. Економіка та суспільство. 2022. № 38.

Встояти під час війни: як працюють готелі України. URL: <https://commercialproperty.ua/analytics/vstoyati-pid-chas-viyni-yak-pratsyuyut-goteli-ukraini>

Намагаються вижити. Готелі в Україні заповнені на 10–15 %, – експерт. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/pytatyutsya-vyzhit-oteli-ukraine-zapolne-ny-1657631247.html>.