

коли в середовищі вшановують і підтримують різноманітність, створюючи відчуття приналежності для всіх.

Філософія та акупунктура міста – це два взаємопов'язані підходи до розвитку урбансередовища, які дозволяють знайти баланс між соціальним розвитком та управлінням соціальною напругою. Вони демонструють, що навіть малі, але стратегічні зміни можуть мати значний вплив на загальний стан міста та якість життя його жителів. Важливо, щоб міста в Україні брали на озброєння ці підходи, враховуючи специфічні потреби та можливості кожного населеного пункту.

Список використаних джерел:

1. Гарві Девід. Бунтівні міста Київ: Медуза, 2021. 295 с.
2. Гел Йен. Міста для людей. Київ: Основи, 2018. 280 с.
3. Джекобс Джейн. Смерть і життя великих американських міст. / Київ: КЕНЕКШЕС, 2021. 480 с.
4. Лернер Жайме. Акупунктура міста. Львів: Видавництво Старого Лева, 2017. 160 с.
5. Флорида Річард. Криза урбанізму. Чому міста ролять нас нещасними. Київ: Наш формат, 2019. 320 с.

Доділова К. Д.

кандидат географічних наук, доцент, викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Земліна Ю. В.

кандидат педагогічних наук, доцент, викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Устименко Ю. О.

здобувачка 4 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Війна на території нашої держави впливає на всі сектори економіки. Готельне господарство серйозно страждає через значне руйнування ринку туризму. Відбувається постійне знищення інфраструктури та відсутність споживачів готельних послуг в регіонах країни, які знаходяться в безпосередній близькості від зон бойових дій. Внаслідок воєнних дій найбільше постраждала готельна індустрія на півночі, сході та півдні України, натомість готельні підприємства центральних та західних областей практично не постраждали. Негативним для готельного господарства є і відтік трудових ресурсів за кордон та скорочення працівників-чоловіків через мобілізацію. Спостерігається негативна тенденція в економічних показниках діяльності готельної індустрії.

Обсяг інвестицій значно скоротився, багато проєктів, розпочаті до війни, були заморожені. Варто також зазначити, що в багатьох випадках інвесторами готельних компаній були російські компанії. Ця ситуація потребує вирішення питання про інвестиції в Україну та позбавлення російських компаній права на ведення діяльності.

Готельний бізнес відіграє важливу роль у підтримці економіки країни та наданні необхідних послуг у важкі часи. Нині готелі отримують дохід від внутрішніх туристів і від іноземців, які працюють в Україні. Більше заробляють заклади, розташовані в західній частині країни. Звісно, у цьому секторі є свої складнощі, але багато компаній і підприємців продовжують вести бізнес в Україні. Зустрічі, переговори та конференції вимагають відповідного розміщення та конференц-залів. Готельні комплекси пропонують зручні умови для ділових мандрівників, надаючи необхідну інфраструктуру та послуги. Ще одна важлива причина – закриття кордонів. Зупинка міжнародного туризму через війну змусила українські готельні підприємства звернути увагу на внутрішній ринок. Оскільки багато українців вважають за краще проводити відпустку і подорожувати всередині країни, готелі стали популярними місцями відпочинку.

2021 рік став для туристичної сфери України роком поступового відновлення після ковідних обмежень. Наприклад, у 2021 році Західну Україну відвідали понад 200 тис. туристів з Аравійського півострова. Вони приїхали як альтернатива альпійським курортам. На півдні країни багато туристів було з Ізраїлю, Туреччини та Балкан. Щороку кількість іноземних туристів збільшувалась на 20-30%. та за прогнозами фахівців у 2022-23 рр. українські туристичні та готельні компанії мали вийти на докарантинні показники. [1] Проте вторгнення РФ на територію України стало важким випробуванням для усієї туристичної сфери України, та готельного бізнесу зокрема. На початку війни вартість номерів в західних областях України в середньому зросла від 50% іноді до 400 % за проживання. В регіонах, які знаходилися безпосередньо близько зони воєнних дій, вона впала на 70-80%. [3]

Проте туризм в Україні адаптувався до воєнної ситуації та поступово перейшов на інші форми: тільки 2022 року в Україну в'їхало близько двох мільйонів іноземців, з них один мільйон – під час повномасштабного російського вторгнення, здебільшого іноземні дипломати, активісти, журналісти та волонтери з різних країн. А за перше півріччя 2023 року кількість іноземців, що в'їхали в Україну, становила понад 1,1 млн. осіб. [2] Активні бойові дії не завадили хасидам святкувати Рош га-Шана в Умані у 2022 та 23 роках, туди приїхало 23 та понад 30 тисяч паломників відповідно. Наприклад, під час пандемії коронавірусу 2020 року на свято приїхало 2 500 паломників, а 2021 - 30 000 [4]. Водночас найбільшою популярністю в українців користуються безпечніші західні регіони України; у 2023 році найпопулярнішими місцями відпочинку стали Чернівецька, Львівська та Закарпатська області. Водночас у південних регіонах, таких як Одеська, Миколаївська та Херсонська області частка туристів значно знизилась в порівнянні з довоєнними роками, що призвело до падіння доходів населення,

головна причина цього - ці регіони або частково окуповані, або знаходяться під постійними обстрілами. [4]

Заповнюваність готелів під час повномасштабного вторгнення перевищувала показники 2021-го р. та навіть в деяких регіонах доковідних років. Найбільше зростання завантаженості номерів було відзначено у Львові, де воно зросло до 55 %. У Буковелі заповнюваність готелів також зросла до 80-85 % у зв'язку з продовженням дії глобальних карантинних обмежень в інших країнах. Попит на розміщення в Києві також зростає, але з березня по травень 2022 року багато готелів у Києві було закрито, а заповнюваність тих, що були відкриті, була дуже низькою (10-20 %). Однак ця тенденція не торкнулася відкритих у столиці п'ятизіркових готелів, які в цей період приймали журналістів, дипломатичні місії та міжнародні делегації, а середній рівень заповнюваності був майже на 10 % вищим, ніж в аналогічний період 2021 року. Водночас попит на розміщення в західній Україні в цей період значно зріс, оскільки люди переїжджали з районів, де тривали бойові дії.

За даними Державного агентства з розвитку туризму, через війну надходження до державного бюджету від туристичної галузі скоротилися майже на 34 %. Згідно досліджень Hotel Matrix, у березні, квітні та травні 2022 року в Києві було закрито майже 70 % готелів. Згідно зі статистикою, середня заповнюваність готелів Києва 2022 року становила 22 %, а середня добова ціна продажу номера - 2081 грн. Також не обійшлося і без руйнування готелів та туристичної інфраструктури. Більшість готелів, зруйнованих або пошкоджених від початку повномасштабного вторгнення в лютому 2022 року, були розташовані поблизу зон бойових дій або в районах, де тривали бойові дії. (зокрема в містах Харків, Чернігів, Херсон, в Київській, Сумській, Одеській областях тощо). До грудня 2022 року відмічені такі факти руйнування: березень 2022 р. - готель «Україна» (м. Чернігів) та готель «Інгул» (м. Миколаїв); квітень 2022 року внаслідок ракетного обстрілу м. Львова зазнав пошкодження готель «Ньютон»; травень 2022 року ракетним ударом знищено готель «Grande Pettine» (м. Одеса) та декілька готелів у м. Затока Одеської області; липень 2022 року ракетний обстріл готелів «Миколаїв» та «Reikartz Рівер» (м. Миколаїв); грудень 2022 року влучання ракетою у готель Alfavito (м. Київ). В сукупності нараховується 12 готелів, із загальною кількістю номерів 989, це тільки ті, про які відомо із ЗМІ і які знаходяться на неокупованих територіях.[3]

Незважаючи на війну, в Україні продовжують відкриватися засоби розміщення, більшість на заході України, зокрема у Львові та області, це пояснюється відносно спокійною обстановкою в регіоні та його віддаленістю від зони активних бойових дій, а також високим попитом.

Реалії війни змусили готельєрів запроваджувати нові послуги, що підвищило соціальну значущість готельного бізнесу. Особливо це стосувалося потреб внутрішньо переміщених осіб. Деякі готелі брали на себе витрати на їх утримання, розширюючи свої об'єкти розміщення. Частина готелів також вивчили можливість надання додаткових послуг для цієї категорії споживачів. Наприклад, у готелі «Святий Шарбель» (Моршин) з'явилися послуги психологічного консультування та фітнес-тренера для дітей. Важливим

механізмом відродження готельного господарства сьогодні є можливість звернутися за коштами на відновлення об'єктів до Фонду відновлення зруйнованого майна та інфраструктури, створеного Кабінетом міністрів України. Незважаючи на воєнні дії, ДАРТ України спільно з Асоціацією Готелів і Курортів України реалізує проєкт з тестування європейської системи класифікації готелів «Hotels Stars Union», що дасть змогу наблизити стандартизацію українських готелів до стандартів Європейського Союзу. І є один із напрямів вступу України до ЄС. [4]. Аналізуючи вплив війни на туристичну сферу України, можна виділити такі основні моменти які відбуваються в готельному господарстві країни:

позитивні

- переорієнтація готельного бізнесу на безпечніші регіони західної України;
- значна зміна в структурі туристичних прибуттів іноземців в Україну;
- зміна в пріоритетах внутрішніх подорожей;
- переорієнтація готельних послуг на рекреацію та реабілітацію, що має підвищений попит, а отже, активізація роботи курортних готелів;
- створення на ринку готельного бізнесу «відкладеної пропозиції», яка зможе активізувати конкуренцію та забезпечити вдосконалення готельних послуг;
- подальший розвиток екоготелів та їх орієнтація на альтернативні види енергії;
- наближення українських стандартів готельного господарства до стандартів Європейського Союзу;

негативні (найбільші проблеми)

- руйнування та знищення туристичної інфраструктури;
- закриття туристичних та готельних підприємств або їх анексія на окупованих територіях;
- вихід з ринку України частини міжнародних компаній туристичного та готельного профілю;
- відтік кваліфікованого персоналу внаслідок виїзду або мобілізації;
- відсутність інвестицій та сповільнення економічної активності туристичного ринку;
- пристосування підприємств до комендантської години та повітряних тривог.

Водночас після закінчення війни на українському туристичному ринку очікується поживлення попиту з боку іноземних туристів і ділових мандрівників, повне відновлення конференц-функцій, збільшення кількості представників іноземних компаній, делегацій та організацій, які беруть участь у відновленні України, що призведе до підвищення рівня заповнюваності готелів.

Список використаних джерел:

1. Безучко Л.С., Білоус С.В., Філь М.І. Готельне господарство України в умовах війни: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-43>

2. Ільченко Лія Дані Держприкордонслужби та ООН щодо українців, які виїхали з країни, різняться вдвічі – Опендатабот [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/08/16/703274/>

3. Настич Ірина Ринок готельної нерухомості 2022: основні показники, втрати, нові відкриття та прогнози. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/rinok_hotelnoyi_neruhomosti_2022_osnovni_pokazniki_vtrati_novi_vidkrittya_ta_proгнози

4. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya>

5. Тарасовський Юрій Внутрішній туризм. З початку війни понад 45% українців подорожували країною [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forbes.ua/news/vnutrishniy-turizm-z-pochatku-vijni-ponad-45-ukraintsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885>

Доділова К. Д.

кандидат географічних наук, доцент, викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Полуда В. В.

кандидат педагогічних наук, доцент, викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Матвєєва Д. Р.

здобувачка 4 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

Київський фаховий коледж туризму

та готельного господарства

м. Київ, Україна

УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД РЕБРЕНДИНГУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Під ребрендингом розуміють низку заходів зі зміни бренду або його складових, як-от візуальне оформлення бренду зі зміною назви, логотипу та позиціонування, а також зміна загальної ідеології бренду. Це означає, що компанія зазнала досить сильних змін. Успішний ребрендинг дає змогу компаніям вийти на новий рівень розвитку, привернути увагу нових клієнтів і підвищити лояльність наявних. Рестайлінг і репозиціонування є складовими процесу ребрендингу.

Чіткого визначення поняття «бренд» немає ні в юриспруденції, ні в економіці. В економіці еквівалентом поняття «бренд» є торговельна марка, і ми можемо виходити з того, що «ребрендинг» – це зміна торговельної марки та її похідних – корпоративної ідентичності, позиціонування та ідеології іміджу. Поняття «бренд» виникло в Нідерландах і спочатку означало «таврування вогнем». Цей процес розвивався у зв'язку зі зростанням виробництва контрафактної продукції, а бренд, або торгова марка, слугував захистом від