

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

Бабко Н.М., кандидат економічних наук, доцент,
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького, м. Запоріжжя, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7620-9500>

Воєнний стан завжди викликає серйозні виклики для всієї економіки країни, включаючи і галузь гостинності. Суб'єкти індустрії гостинності, такі як готелі, ресторани, туристичні агентства та інші, стикаються з численними економічними труднощами під час воєнного конфлікту.

Основні економічні проблеми, з якими стикаються суб'єкти індустрії гостинності під час воєнного періоду [2-4]:

1. Зменшення туристичного потоку – воєнний конфлікт призводить до загострення безпекових питань, що часто призводить до зменшення туристичного потоку. Туристи стають обережнішими щодо відвідування країни, де триває конфлікт, що безпосередньо впливає на заповненість готелів та ресторанів.

2. Зниження прибутковості – зменшення кількості туристів призводить до зниження прибутковості для підприємств гостинності. Готелі та ресторани стикаються із зниженням заповненості, що прямим чином впливає на їхні доходи. Деякі підприємства можуть стати неприбутковими через зменшення попиту на їхні послуги або і зовсім припинити свою діяльність.

3. Збільшення витрат на безпеку – у воєнний період підприємства гостинності змушені вкладати значні кошти в систему безпеки (витрати на додаткове охоронне обладнання, забезпечення безпеки для персоналу і гостей).

4. Втрата робочих місць – умови воєнного конфлікту призводять до тимчасового чи постійного припинення діяльності певних підприємств гостинності. Це може викликати велику кількість втрат робочих місць у цій галузі, що, в свою чергу, впливає на загальну соціальну ситуацію в країні.

5. Зниження інвестицій – воєнний період у країні «заморожує» інвестиції в розвиток галузі гостинності. Інвестори не ризикують вкладати гроші в сектор, де спостерігається значне скорочення попиту та є небезпека втрати майна.

Для того, щоб подолати з часом економічні труднощі, які продиктовані воєнним станом, суб'єкти індустрії гостинності повинні впроваджувати у свою діяльність ряд вимушених стратегій і заходів [1-7].

По-перше, це диверсифікація послуг. Наприклад, обслуговування військових, журналістів, волонтерів та їх сімей стає ключовою стратегією, оскільки туристичний попит є низьким. Ресторани і готелі можуть проводити спеціальні акції, надавати знижки та спеціальні пакети послуг для даних категорій відвідувачів.

По-друге, забезпечення безпечного середовища стає пріоритетом діяльності об'єктів сфери гостинності (облаштування укриттів, графік роботи у відповідності до комендантського часу та повітряних тривог).

По-третє, тимчасова реорганізація ресторанного бізнесу. Наприклад, вони можуть переорганізувати свою діяльність, пропонуючи доставку їжі, кейтеринг або продаж продуктів для приготування вдома. Це може залучити клієнтів, які уникають відвідування громадських місць.

По-четверте, вертикальна інтеграція. До прикладу, готелі можуть розглядати можливості розвитку власних систем доставки їжі, які можуть обслуговувати інші галузі окрім готельного бізнесу.

По-п'яте, адаптація до нових ринків, таких як обслуговування медичного персоналу, рятувальників або інших службовців, які можуть бути активними у період воєнного стану.

По-шосте, співпраця з владою. Взаємодія з владними органами для розробки стратегій та послуг, які відповідають потребам воєнного часу, може допомогти у створенні сприятливого середовища для бізнесу.

Отже, економічні проблеми суб'єктів індустрії гостинності у воєнний період є серйозним викликом, проте за допомогою стратегічного планування та взаємодії з іншими галузями можна знайти шляхи для подолання цих труднощів і забезпечення відновлення та стабільності даного сектору економіки. Воєнний стан вимагає від підприємств творчого підходу та готовності адаптуватися до нових реалій, але зусилля у цьому напрямку допоможуть зберегти стійкість та конкурентоспроможність підприємств даної галузі в складних умовах сьогодення.

Література:

1. Гуменюк А.М., Охота В.І. Проблеми розвитку підприємств сфери гостинності у ХХІ столітті. *Інноваційна економіка*. 2023. № 1. С. 39-44.
2. Козачина В., Цвілій С. Аналіз проблем і перспективи післявоєнного відновлення готельного ресторанного бізнесу та туризму. *Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу: Матер. X Всеукр. наук.-практ. конф.* (18 листопада 2022 року). Тернопіль: ФОП Паляниця В.А. 2022. С. 50-51.
3. Компанець К., Антонюк І., Медведєва А. Прийоми маркетингу в організації ресторанного бізнесу України під час війни. *Наука і техніка. Серія: право, економіка, педагогіка, техніка, фізико-математичні науки*. 2022. № 5(5). С. 78-86.
4. Марченко О.А., Чеснокова С.О. Особливості маркетингової політики в регіональному функціонуванні туристичної індустрії України. *Zbiór artykułów naukowych recenzowanych*, 2020. С. 22-25.
5. Севідова І.О., Мандич О.В., Квятко Т.М., Бабко Н.М., Романюк І.А. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник. Харків : ХНТУСГ, 2020. 200 с.
6. Babko N., Mykytas A. Current trends in branding development. *The II International Science Conference on Science and practical Technologies*, January 26-29, 2021, Luxembourg, Luxembourg, 557 p, pp. 194-197.
7. Pakhucha, E., Babko, N., Bilousko, T., Bilousko, R., Vynohradenko, S., & Azizov, O. Strategic Analysis of Export Activities of Enterprises to Ensure Sustainable Development. *European Journal of Sustainable Development*, 2021, 10(4), pp. 251-270.

СУЧАСНІ УМОВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВНОЇ СКЛАДОВОЇ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

Березівська О.Й., кандидат економічних наук, доцент,
Львівський національний університет
природокористування м. Львів, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6892-6238>

Дидів І.Б., кандидат економічних наук, в.о. доцента,
Львівський національний університет
природокористування м. Львів, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1882-2267>

Пандемія COVID-19 та тимчасове закриття всіх національних кордонів для обмеження пересування туристів між країнами стали найбільшими викликами, з якими сьогодні стикнулася світова туристична індустрія. Як наслідок, авіа- та наземне сполучення було