

Світлана Сисоєва

*канд. з держ. управління, доцент,
доцент кафедри готельного і ресторанного бізнесу,
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця*

ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Із початком війни багато готелів України були змушені змінити діяльність через відсутність споживачів, знизилися продажі через офіси нерухомості і навіть на сторінках соціальних мереж, де оренду пропонували за цінами нижчими, ніж вона заслуговує.

Багато готелів у містах, де немає активних бойових дій, намагаються подолати проблему відсутності споживачів та залучити місцеве населення шляхом створення мистецьких та культурних заходів, а також вжити на своїй базі громадські заходи, щоб залишатися відкритим. Більшість підприємств змінили профіль на кафетерії та кафе [1].

Деякі готелі намагаються подолати відсутність споживачів за рахунок приймання сімей вимушених переселенців із місць, де йдуть бойові дії. Вони надають їм вигідні пропозиції та знижки на проживання, щоб залучити відвідувачів з інших міст. Багато власників готелів вирішили переформувати їх на гуртожитки, що уможливило вирішити важливу житлову проблему. Внаслідок різкого зниження доходів у населення України і через воєнні дії, далеко не кожен українець може дозволити собі власну квартиру і з кожним місяцем таких людей стає дедалі більше. У країні будують соціальне житло, але попит на нього помітно перевищує пропозицію.

Отже, готелі стають частиною ринку нерухомості, а сучасні готелі пропонують свої номери на місяць за ціною квартир, що здаються. За відсутності туристів в Україні готелі почали здавати кімнати подово або на місяць. Інші готелі подолали труднощі війни через приймання студентів приватних університетів, яким довелося покинути свої гуртожитки через бойові дії. Ці університети часто орендують

конференц-зали готелів для проведення лекцій та навчання студентів. Для забезпечення наповнюваності готелю та компенсації відсутності туристів керівники підприємств знижують ціни на номери та послуги готельного та ресторанного господарства [2].

У ситуації, що склалася, ефективно працює лише готельна індустрія західних регіонів нашої країни.

На теперішній час найбільш конкурентоспроможними готельними підприємствами виявляються ті, які орієнтовані на споживача та його потреби.

Аналіз чинників, що впливають на ефективність надання готельних послуг, спрямоване на вирішення таких завдань:

- підвищення культури обслуговування та ефективності виробництва;
- постійне поліпшення управління якістю обслуговування;
- посилення уваги до розширення асортименту послуг, реконструкції приміщень, впровадження інноваційних технологій тощо [3].

Ключові слова: готель, готельна індустрія, послуги, споживач, ефективність.

Список використаних джерел

1. Смян Е. А. Всесвітня спадщина ЮНЕСКО та туризм у період COVID-19 / Е. А. Смян, Л. Ф. Мелько // Спадщина ЮНЕСКО та туризм : тези доп. наук. конф. студ. (Київ, 7 грудня 2020 р.). – Київ : Університет «КРОК», 2020.
2. Сокол Т. Г. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства світу та України / Т. Г. Сокол, С. Бардачевська // Регіональний туризм: сучасний стан та шляхи оптимізації : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 2 квітня 2021 р.). – Київ : Університет «КРОК», 2021. – С. 128–130.