

УДК 338.484

JEL Classification: Z31, Z32, L83

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2021-1.81.01>

**Р.М. Гищук**, к.г.н., доцент,

<https://orcid.org/0000-0002-1699-5001>

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,

м. Чернівці

## **ДЕТЕРМІНОВАНІСТЬ ВПЛИВУ ТУРИЗМУ НА РОЗВИТОК І УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ РЕГІОНУ В КРИЗОВИЙ ПЕРІОД**

### *Анотація*

**Актуальність. Постановка проблеми.** У широкому та загальному розумінні готельна інфраструктура є складовою туристичної, а її якість формує та впливає на рівень сервісного обслуговування та комплексного розвитку туризму і його продуктів. Матеріальна основа готелів і їхньої мережі чітко корелюється із детермінованістю впливу на туристичні потоки, відвідуваність регіонів, що генерує нові обсяги та фінансові надходження до них. З іншого боку, туризм та туристичний ринок становить значну частку економіки багатьох країн, а однією з особливостей цього бізнесу є пряма підпорядкованість та взаємозалежність між собою розвитку туристичної інфраструктури (в т. ч. готельної), діяльності туристичних агентів і контрагентів, впливу на них суспільно-політичних умов, особливостей і трендів у різні часові зрізи. Водночас туризм сьогодні, а разом із ним і готельна інфраструктура, через незатребуваність туристами переживає значну кризу, спричинену пандемією COVID-19, що досить відчутно впливає на скорочення різноманітних показників у сфері послуг, у тому числі туризмі. Це призвело до згортання робочих місць, економічних збитків, простою чи закриття низки підприємств, пов'язаних із ним, та його контрагентів, що спричиняє потребу нагальних відповідей стосовно аналізу стану ринку туристичних послуг та антикризових методів управління ними в цей період та після нього. **Методологія.** У процесі виконання дослідження використано літературний, аналізу, синтезу, індукції, дедукції, аналогії; конкретно-наукові: факторного аналізу, статистичний методи.

**Результати.** У статті розглянуто загальний вплив туризму на стан готельної інфраструктури в період до та під час пандемії 2020-2021 років, прогнозні дані їхнього розвитку на найближчу перспективу в глобальному та регіональному вимірах на прикладі Чернівецької області, запропоновані узагальнені пропозиції управління туристично-готельним бізнесом через антикризові заходи, визначені перспективні

гравці на ринку туристичних і готельних послуг у посткризовий період. **Практичне значення.** Результати наукового дослідження можуть бути використані органами місцевого самоврядування для розробки та обґрунтування перспективних стратегічних планів організації, управління та розвитку туристичного бізнесу і готельної інфраструктури Чернівецької області в кризовий та посткризовий періоди, пов'язаних із наслідками пандемії COVID-19. **Перспективи подальших досліджень.** Теоретико-методичні й прикладні розробки разом із отриманими результатами можуть бути задіяні в аналогічних дослідженнях для інших регіонів у подоланні кризових явищ туристично-готельного бізнесу, спричинених пандемією COVID-19.

*Ключові слова:* туризм, готельна інфраструктура, концентрація туристичного розміщення, коефіцієнт, антикризове управління, технологізація, реінжиніринг, діджиталізація.

*Кількість джерел: 19; кількість таблиць: 1; кількість рисунків: 3.*

**Roman Hyshchuk**, Candidate of Geographic Sciences,  
Associate Professor,  
<https://orcid.org/0000-0002-1699-5001>  
Chernivtsi Institute of Trade and Economics of KNUTE,  
Chernivtsi

## **THE DETERMINATION OF INFLUENCE OF TOURISM FOR THE DEVELOPMENT AND MANAGEMENT OF THE HOTEL INFRASTRUCTURE OF THE REGION IN THE CRISIS PERIOD**

### *Summary*

In a general sense, the hotel infrastructure is a component of tourism, and its quality forms and affects the level of service and integrated development of tourism and its products. The material basis of hotels and their network is clearly correlated with the determinism of the impact on tourist flows, the number of visitors to the regions, which generates new volumes and financial revenues to them. On the other hand, tourism and the tourism market account for a significant share of the economy of many countries, and one of the features of this business is the direct subordination and interdependence of tourism infrastructure (including hotel), travel agents and contractors, their impact on society, political conditions, features and trends in different time slices. At the same time, tourism today with the hotel infrastructure due to its unpopularity with tourists, is experiencing a significant crisis caused by the COVID-19 pandemic, which has a significant impact on the reduction of various indicators in the field of services, including tourism. This has led to job

closures, economic losses, downtime or the closure of a number of related companies and their counterparties, prompting urgent responses to the analysis of the travel services market and crisis management practices during and after. In the process of research used literature, analysis, synthesis, induction, deduction, analogy; specific scientific: factor analysis, statistical methods. The article considers the general impact of tourism on the state of hotel infrastructure in the period before and during the pandemic of 2020-2021, forecast data for their development in the near future in global and regional dimensions as the case of Chernivtsi region, offers generalized proposals for tourism and hotel business through crisis measures, identified promising players in the market of tourist and hotel services in the post-crisis period. The results of the research can be used by local governments to develop and substantiate long-term strategic plans for the organization, management and development of tourism business and hotel infrastructure of Chernivtsi region in crisis and post-crisis periods related to the COVID-19 pandemic. Theoretical and methodological and applied developments together with the obtained results can be used in similar studies for other regions in overcoming the crisis of tourism and hotel business caused by the pandemic COVID-19.

*Keywords:* tourism, hotel infrastructure, concentration of tourist accommodation, coefficient, anti-crisis management, technologicalization, reengineering, digitalization.

*Number of sources – 19; number of tables – 1; number of drawings – 3.*

**Постановка проблеми.** У широкому та загальному розумінні готельна інфраструктура є складовою туристичної, а її якість формує та впливає на рівень сервісного обслуговування та комплексного розвитку туризму і його продуктів. Матеріальна основа готелів і їхньої мережі чітко корелюється із детермінованістю впливу на туристичні потоки, відвідуваність регіонів, що генерує нові обсяги та фінансові надходження до них. З іншого боку, туризм та туристичний ринок становить значну частку економіки багатьох країн, а однією з особливостей цього бізнесу є пряма підпорядкованість та взаємозалежність між собою розвитку туристичної інфраструктури (в т. ч. готельної), діяльності туристичних агентів і контрагентів, впливу на них суспільно-політичних умов, особливостей і трендів у різні часові зрізи. Водночас, туризм сьогодні, а разом із ним і готельна інфраструктура, через незатребуваність туристами переживає значну кризу, спричинену пандемією COVID-19, що досить відчутно впливає на скорочення різноманітних показників у сфері послуг, у

тому числі туризмі. Це призвело до згортання робочих місць, економічних збитків, простою чи закриття низки підприємств, пов'язаних із ним, та його контрагентів, що спричиняє потребу нагальних відповідей стосовно аналізу стану ринку туристичних послуг та антикризових методів управління ними в цей період та після нього.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження масштабів впливу кризи, спричиненої вірусом COVID-19 на сферу туризму, зокрема концепцій сільського зеленого, займалися І. Федішин, Л. Малюта [1], В. Turayev і А. Sharma [2], А. Полухіна, М. Шерешева [3]. Роль санаторно-курортних закладів, страхових агенцій, транспортної інфраструктури як контрагентів туризму в подоланні наслідків коронавірусу в їхній діяльності висвітлювалися в працях А. Szromek [4], Ю. Шафієвої, О. Коваленкової, С. Текучевої [5], О. Polinkevych, R. Kamiński [6]. На антикризових заходах у період COVID-19 із позиції туризму та готельно-ресторанної діяльності загалом Карпатського регіону та низки країн Європи акцентували увагу В. Кифяк і О. Кифяк [7], С. Білоус, А. Красько, Ю. Масюк [8], С. Грашин [9], І. Юр'єва [10], J. M. Rodríguez-Antón, M. Alonso-Almeida [11], О. Гненний, Т. Чаркіна, Т. Полішко, Г. Гребенюк, О. Пікуліна [12].

Отже, загальний вплив туризму на розвиток готельної інфраструктури в період пандемії за попередній 2020 рік розглядається у наукових працях і в Україні, і за кордоном, але статистична глобальна та регіональна оцінка її розмірів у туристично-готельному бізнесі на прикладі Чернівецької області за більший період разом із узагальненими пропозиціями управління ним через антикризові заходи подається вперше.

**Метою статті** є дослідження стану туристичної галузі в Чернівецькій області в кризовий карантинно-пандемічний період і її вплив на розвиток та управління готельною інфраструктурою разом із пропозицією антикризових дій стосовно стабілізації туризму загалом.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні туризм переживає кризу, спричинену пандемією COVID-19. Розпочалася вона з Китаю в Азії, а офіційною датою визнання її глобальною проблемою ВООЗ (WHO) був березень 2020 року. Від того часу і до січня 2021 року найістотніше туристичні потоки знизилися в Азійсько-Тихоокеанському регіоні (-96%), Європі й Африці (-85%), Близькому Сході (-84%), а загалом по світу цей показник склав -87% стосовно 2019 року [13].

У деталізованому аналізі цього періоду світ зазнав найглибшого потрясіння згортання туристичних переміщень у квітні-травні 2020 року (-97% -96% відповідно) від рівня 2019 року. У прогностичних розрахунках на літній період 2021 року очікують поліпшення показників аналогічного часу роком раніше, проте вони за найреалістичніших сценаріїв і загальній тенденції матимуть «відставання» від «доковідного» 2019 року в 63–75%. Тобто у першому кварталі 2021 року глобальні втрати на тлі допандемічного рівня складають приблизно 260 млн туристів. Природно, що за цих умов у світі відбулися істотні зміни щодо заповнення готелів і аналогічних засобів розміщення та обсягу наданих ними послуг (рис. 1).

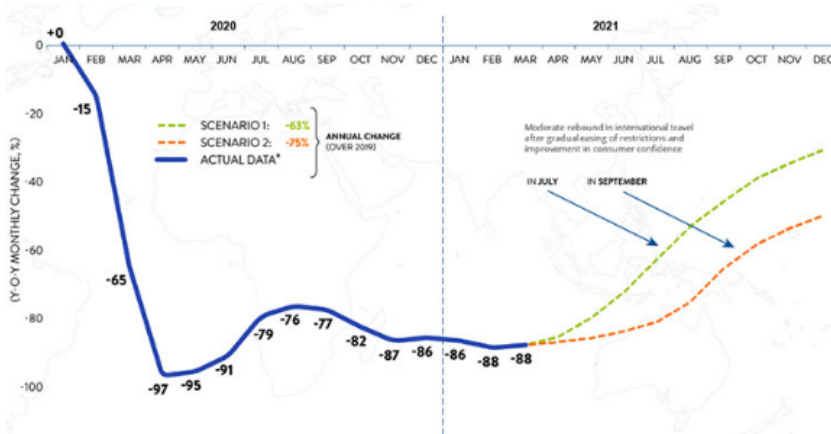
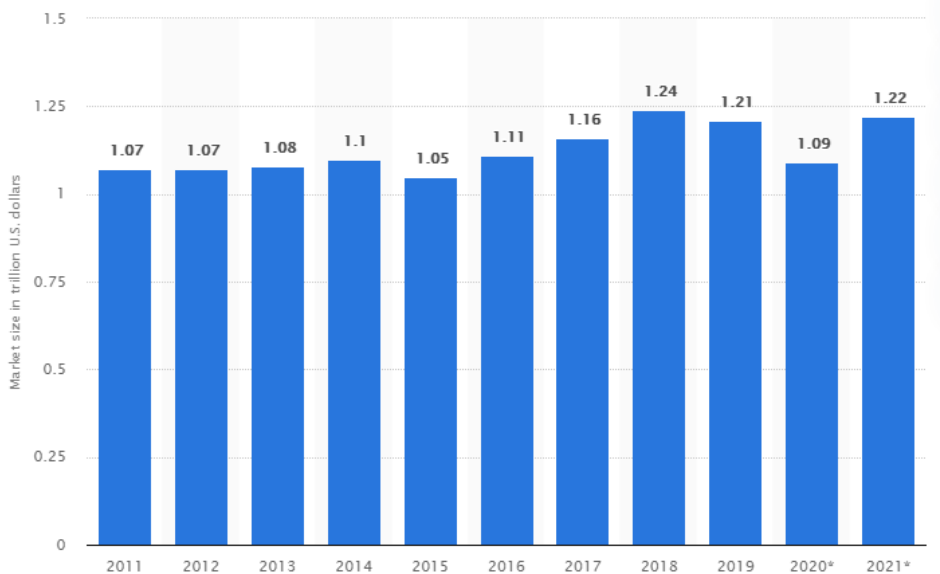


Рис. 1. Динаміка змін міжнародних туристичних прибуттів у 2020 році та сценарій їхнього розвитку в 2021 році, %\*

\*Джерело: [13].

Власне, ці показники безпосередньо чітко вказують на такі ж величезні фінансові втрати від припинення діяльності туристичного сектору вже самих готелів та аналогічних засобів розміщення. У цифрах ємність ринку готельно-курортної галузі у всьому світі з 2011 по 2018 рік коливалася від 1,07 трлн US\$ до 1,24 трлн US\$, а в 2019 році – 1,21 трлн US\$. У кризовому 2020 році вона знизилася, з урахуванням інфляції – практично до початкового рівня 2011 року – 1,09 трлн US\$. Тобто лише за рік простою від пандемії збитки готелів і курортів світу склали приблизно 120 млрд US\$ і ще 30 млрд US\$ від найкращого 2018 року. Утім, за прогнозними розрахунками, 2021 рік обіцяє знову повернення до показників 2019 року (рис. 2).



*Рис. 2. Глобальний рівень ємності ринку готельної та курортної діяльності в 2011–2021 роках, трлн US\$\**

\*Джерело: [14].

Глобальна криза світової економіки в період пандемії COVID-19 призвела до аналогічного сценарію туристичної сфери і в Україні. За даними Державного агентства розвитку туризму, в 2020 році

## РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

збитки в ній склали 60 млрд грн, або 2,2 млрд US\$ за курсом НБУ в травні 2021 року. Статистика переміщення повітряним простором України у 2020 році свідчить про падіння на 31,5% внутрішніх, на 57,7% міжнародних і на 63,2% транзитних польотів, або 21 102, 68 870 і 52 025 польотів відповідно порівняно з докризовим 2019 роком. Щоправда, саме в 2019 частка внутрішніх авіаційних перевезень складала лише 10%, решта з них мала міжнародний статус. У окремо взятому березні 2021 року загальна картина польотів була найгіршою за останні три роки, досягнувши падіння їхньої кількості майже наполовину (рис. 3).



Рис. 3. Статистика польотів повітряним простором України у 2019-2021 роках\*

\*Джерело: [15].

Сьогодні прикордонний статус, де фактично діють сухопутні пасажирські пункти пропуску до інших країн, в Україні мають 12 областей. З них істотну вагу прийому туристів у колективних засобах розміщення 2019 року мали лише м. Київ і Київська область (26,63% і 6,94% відповідно), Львівська (11,59%) і Одеська області (6,66%). Тобто чверть усіх регіонів зазначеного статусу прийняли половину всіх тих, хто скористався послугами готелів та аналогічних закладів.

Проте вагомим фактом розвитку туризму в цей час став дисперсний обсяг реалізації товарів і послуг. 2018 року у цьому сенсі чітко спрацювали м. Київ, Одеська, Дніпропетровська і Львівська області. При цьому вони також були і лідерами за обсягами реалізації послуг закладів розміщення, до яких із таким же прикордонним статусом ще долучалися Закарпатська і Харківські області (по 0,5 млрд грн). Щоправда, їхній вклад був учетверо меншим за лідерів – Львівську (2,1 млрд грн) і Одеську (1,9 млрд грн) області [16]. Таким чином, ще у докризовий час продуктивно прикордонним розміщенням і транскордонною співпрацею користалися лише 4 області, всі інші разом із Чернівецькою стосовно ефективного задіяння готельних комплексів та інших їхніх засобів розміщення більше відігравали роль транзитних територій.

Чисельність розміщених у готелях Чернівецької області за три роки поспіль до кризового 2020 року в туризмі показувала різну динаміку. Частка всіх осіб, що перебували у колективних засобах розміщування, не перевищувала 1,8 від загальноукраїнського показника в 2017 році, а найменшою вона була в 2019 – 1,06% (табл. 1). Проте у цих абсолютних і відносних показниках розміщення варто враховувати, перш за все, туристичні потоки та рівень розвитку туризму, враховуючи той факт, що пересічно по світу останній має вирішальну роль, оскільки формує до 90% фінансових доходів у готельному бізнесі [17]. Тому нинішні показники рівня організації готельних засобів розміщення в регіоні доцільно порівняти з туристичними. Найпростішим, але водночас одним із найвиразніших у регіональному аналізі є коефіцієнт концентрації туристичного розміщення в готелях і аналогічних засобах ( $K_{ктр}$ ). Іншими словами, всі туристичні потоки і їхня кількість у відносних показниках стосовно всієї України мають бути зіставлені в регіоні (області) через такі ж відносні показники, але вже всіх розміщених у готелях, не тільки туристів. Таким чином,



просте співвідношення цих часток вкаже на недостатню концентрацію розміщення туристів у готелях чи інших аналогічних засобах ( $K_{\text{ктр}} \leq 1$ ), достатню ( $K_{\text{ктр}} = 1$ ) чи більшу за достатню ( $K_{\text{ктр}} \geq 1$ ) концентрацію туристичного розміщення пересічно по готелях області стосовно всієї України.

Таблиця 1

**Завантаження готелів і аналогічних засобів розміщення  
Чернівецької області відносно України  
у 2017-2019 рр.\***

Категорії	2017				2018				2019			
	Фізична величина	%	$K_{\text{ктр}}$	Відносне відхилення 2017/2016	Фізична величина	%	$K_{\text{ктр}}$	Відносне відхилення 2018/2017	Фізична величина	%	$K_{\text{ктр}}$	Відносне відхилення 2019/2018
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування (осіб)	120 017	1,80	0,39	10,4	53 340	1,11	0,88	-55,6	48 873	1,06	0,30	-8,4
Кількість іноземців, що перебували в колективних засобах розміщення	6789	0,73	1,73	25,2	5463	0,68	0,19	-19,5	3815	0,47	0,49	-30,2
Кількість резидентів України, що перебували в колективних засобах розміщення	113 228	1,07	0,61	9,7	47 877	0,43	2,60	-57,7	45058	0,59	0,55	-5,9
Ліжко-дні всіх осіб	273111	1,02	1,24	6,9	118361	0,93	0,34	-66,7	133355	1,07	0,29	12,7
Ліжко-дні іноземців, осіб	22 745	1,01	1,24	104,7	16 470	1,00	0,13	-27,6	11 683	0,69	0,33	-29,1
Ліжко-дні резидентів України, осіб	250 366	1,02	0,64	2,4	101 891	0,92	1,22	59,3	121 672	1,13	0,29	19,4

*DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE FORCES  
AND REGIONAL ECONOMY*

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Середня тривалість перебування у колективних засобах розміщування (діб)	2,3	57,50	-	-1,7	2,2	84,62	-	-0,4	2,7	100,00	-	0,0
Середня тривалість перебування іноземців у колективних засобах розміщування (діб)	3,4	141,67	-	0,9	3,0	142,86	-	1,0	3,1	147,62	-	1,0
Середня тривалість перебування резидентів України у колективних засобах розміщування (діб)	2,2	51,16	-	-2,1	2,1	75,00	-	-0,6	2,7	96,43	-	-0,1

\*Джерело: розраховано автором за статистичними даними збірника «Туристичний барометр України» [16].

Найбільшим цей коефіцієнт у Чернівецькій області був у 2018 році, проте він відповідав лише за наближену до достатньої концентрації туристів у готельних та інших комплексах. Цікаво, що навіть при найбільшій частці Чернівецької області розміщених 2017 року за останні три роки  $K_{\text{КТР}}$  був вкрай помірним (0,39), який став ще меншим в останній передкризовий 2019 рік (0,30). Це засвідчує дуже низький відсоток участі туристів у загальному заселенні готелів і інших засобів розміщення в ці періоди, а також більшу частку постояльців, які користувалися готелями не з туристичною метою. Проте тут варто звернути увагу, що при зменшенні відносної ваги тих, котрі скористалися послугами готелів області в 2018 році, частка наповнення ними туристами зросла більше, ніж удвоє. Цей рік за цих причин можна означити як найбільше продуктивний у системній зв'язці «турист-готель» Чернівецької області.

Середня тривалість перебування всіх заселених у колективних засобах Чернівецької області, у тому числі туристів, оцінювалася весь час більш ніж 2 доби. Проте вона мала свої особливості й за роками, і за відвідувачами. Постійно довше, ніж пересічно в Україні,

зупинялися в готелях Буковини іноземці. Проте резиденти України проводили тут менше часу. Це відобразилося і на меншій пересічній тривалості заселення колективних засобів розміщення Чернівецької області, хоча вона щороку тільки збільшувалася від 57,5% до 100% або 2,3-2,7 доби від загалом по Україні (табл. 1).

Здавалося би, на перший погляд, при таких позитивно динамічних показниках середньої тривалості перебування відвідувачів у готелях і особливо високих їхніх даних за іноземцями загальна картина розвитку готельної інфраструктури та ефективність її використання в туризмі Чернівецької області є більш ніж достатньою. Проте таке твердження вимагає перегляду своєї суті, бо перш за все у середній тривалості розраховані всі мешканці колективних засобів розміщення, а сам коефіцієнт середньорічного завантаження в 2018-2019 рр. є вкрай низьким (0,25-0,26), причому нижчим за середній по Україні (0,33). Тобто, якщо пересічно в рік готелі України були заповненими на третину, то буковинські – на чверть!

Зламним, за всіма характеристиками в рівнях роботи готельної інфраструктури України загалом і Чернівецької області зокрема, став кризовий 2020 рік. За цей час у нас було оголошено два локдауни – весняний і вересневий, які спричинили низку змін у роботі туристичного бізнесу та готельних підприємств. Під час першого туристичні потоки впали на 75%, а середня завантаженість готелів до 20%.

Таким чином, ні три успішні роки розвитку світового туризму до цього, ні тим більше кризовий 2020 рік не спричинили достатньо вагомого та ефективного використання готельної інфраструктури туристичним бізнесом у Чернівецькій області. Цей факт змушує розглянути різні проблеми та заходи щодо подолання наслідків розвитку готельної інфраструктури під впливом туризму і їхнього бізнесу в кризовий та посткризовий періоди, особливо в прикордонних областях, до яких також відноситься Чернівецька.

Як стверджують В. Кифяк і О. Кифяк, інструменти розв'язання проблем західноукраїнських прикордонних областей, які нині виникли з впливом на їхню економіку стрімкого поширення пандемії COVID-19, введенням локдаунів та надзвичайних ситуацій, мають охоплювати дослідження завдань та можливостей єврорегіонів (у Чернівецькій області це «Верхній Прут»), Дунайської транснаціональної програми, торгово-промислових палат, міжнародних транспортних коридорів та міграційних процесів [7]. Про давню проблему останніх з позиції транскордонної транспортної доступності Буковини ми також зазначали раніше [18].

Серед пріоритетних напрямів для управління змінами у сучасному підприємницькому світі, на думку колективу вчених із Дніпра, є такі інноваційні рішення, які спроможні допомогти в кризових умовах витримати конкуренцію та забезпечити виживання туристично-готельного та ресторанного бізнесу: технологізація, реінжиніринг, краудсорсинг, бенчмаркінг, антикризовий контролінг і система управління якістю. Найістотнішими з них, на наш погляд, є застосування реінжинірингу із дотриманням всіх санітарних вимог у виокремлених класах «економ», «стандарт», «люкс», але з більшою ексклюзивністю послуг і дистанціюванням між відвідувачами, окремими входами та ексклюзивними чи простішими зонами релаксу в кожному з них. Краудсорсинг (англ. crowdsourcing, crowd – натовп і sourcing – використання ресурсів) – проведення онлайн-конкурсів нових ідей, удосконалення вже існуючих через опитування самих споживачів туристичних або готельних послуг. Технологізація – організація в структурі послуг готелю замських котеджів. Останні особливо є цінними в період карантину, коли міські мешканці готові виїхати за його межі та пересидіти цей депресивний час на природі з більшими можливостями рухової активності. Сюди також належать використання електронних цифрових ключів на в'їзд, заїзд, виїзд, і розробка мобільних послуг віртуальної рецепції чи замовлення рум-

сервісу або меню в ресторанах комплексу через використання QR-кодів, що убезпечить відвідувачів від зайвих контактів з іншими людьми та персоналом [12].

У свою чергу в туристичному бізнесі для подолання кризових явищ і допомоги готельно-ресторанному сектору необхідно здійснити низку інших заходів. Вони мають охоплювати підвищення стійкості туристичних підприємств до адаптації протягом періоду COVID-19, включаючи безпеку та гігієну; державно-приватне партнерство в процесах удосконалення туризму; розробку комунікаційної та колективної стратегії реагування на кризи; медіатренінг для підприємств, що обслуговують туристичний сектор; програми розвитку потенціалу для розвитку та управління туризмом для прискорення відновлення у посткризовий період; стратегію національного розвитку людського капіталу в галузі туризму; розвиток та зміцнення цільових організацій управління; нарощування потенціалу для внутрішнього туризму, розвитку та просування місцевих туристичних продуктів; проекти із працевлаштування молоді у туризмі; впровадження інформаційно-комунікаційних та технічних інновацій.

У той же час законодавство про туризм має закріпити статті та норми щодо цифрового туризму. Зокрема, в ньому необхідно запровадити розуміння понять «онлайн-туризм» та «стартапи», «готелі під відкритим небом», «цифрові послуги в готельному бізнесі» тощо; розробляти спеціальні туристичні дорожні карти (маршрути) з урахуванням віку туристів; регулярно контролювати діяльність туристичних компаній та проводити соціологічне опитування з-поміж туристів, а також серед усіх учасників цієї галузі; вживати заходи щодо наукової цифрової та інформаційної підтримки у сфері туристичного бізнесу, в готельному та ресторанному сервісі, пропонувати клієнтам інформацію, зашифровану в QR-коди задля убезпечення їх безпосередньо від зайвих контактів з іншими туристами; в антикризовій стратегії

домагатися від страхових компаній включення в умови договору пунктів про настання страхових випадків і відшкодування збитків у разі запровадження в туристичному чи готельному бізнесі карантинних умов, спричинених пандеміями [6; 19].

Що очікує туристичний та готельний бізнес у разі реалізації таких заходів? Насамперед – діджитал-технології у зв'язці з максимальним застосуванням форм «бізнесу для споживача» (B2C) у перспективі дасть результат вже наступного 2022 року. Це означатиме повноцінне відновлення міжнародного туризму, особливо прийому іноземних гостей тут та всіх його супутніх ланок. У нинішньому – це поки що домінування внутрішнього у співвідношенні 4:1. За оцінкою експертів, такі кроки призведуть до зростання бізнес-показників у власників садиб, замських будинків і готелів, організаторів зеленого туризму, гастрономічних і віртуальних турів. У цих умовах для споживачів туристичних послуг настане нова реальність, яка отримає, ймовірно, перманентний стан. Перспективу вижити в кризових умовах і очолити гравців туристичного і готельного ринку в посткризовий період отримають компанії ІТ та цифрових технологій, служби доставок, організатори домашніх розваг і безпечних відпусток, застосування в туризмі біотехнологій разом із постачальниками здорової їжі.

**Висновки і перспективи подальших розвідок.** Сьогодні туризм, а разом з ним і готельна інфраструктура, через незатребуваність туристами переживає кризу, спричинену пандемією COVID-19. У кризовому 2020 році простій від пандемії спричинив збитки готелів і курортів світу приблизно в 120 млрд US\$ і ще 30 млрд US\$ від рівня найкращого 2018 року. Не оминула вона Україну разом із Чернівецькою областю. За час першого локдауну туристичні потоки зменшились на 75%, а середня завантаженість готелів – до 20%. У цих умовах проблеми та заходи щодо подолання наслідків розвитку готельної інфраструктури під впливом туризму і їхнього бізнесу в кризовий та посткризовий періоди,

особливо в прикордонних областях, вимагають виконання низки завдань та можливостей євро регіонів (у Чернівецькій області це «Верхній Прут»), Дунайської транснаціональної програми, ефективного використання та організації роботи міжнародних транспортних коридорів, застосування методів реінжинірингу, краудсорсингу та технологізації, закріпити в законодавстві статті та норми стосовно цифрового туризму. Це в найближчій перспективі спричинить повноцінне відновлення міжнародного туризму з прийому іноземних гостей і подальші наукові розвідки, а можливість очолити гравців туристичного і готельного ринку в посткризовий період отримують компанії ІТ та цифрових технологій, служби доставок, організатори домашніх розваг і безпечних відпусток разом із власниками садиб, заміських будинків і готелів, організаторів зеленого туризму, гастрономічних і віртуальних турів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Федішин І., Малюта Л. Вплив криз на розвиток туристичного бізнесу. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2020. Вип. 1 (22). С. 36–47. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2020/20fibrbtb.pdf>. (дата перегляду: 14.06.2020)
2. Turayev B., Sharma A. Development of The Tourism Industry Before and After The Covid Pandemic. *Proceeding of the International Conference on Intellectuals' Global Responsibility 2020 (ICIGR): Science for Handling the Effects of Covid-19, Facing the New Normal, and Improving Public Welfare*. 2020. Pp.178–192.
3. Polukhina A., Sheresheva M., Efremova M., Suranova O., Agalakova O. and Antonov-Ovseenko A. The Concept of Sustainable Rural Tourism Development in the Face of COVID-19 Crisis: Evidence from Russia. *Journal of Risk and Financial Management*. 2021. Vol. 14 (38). Pp. 19.
4. Szromek A.R. The Role of Health Resort Enterprises in Health Prevention during the Epidemic Crisis Caused by COVID-19. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex*. 2021. №7. P. 133. URL: <https://doi.org/10.3390/joitmc7020133>
5. Shafieva Yu., Kovalenkova O., Tekucheva S. Competency-based approach to the development of a regional anti-crisis strategy based on the development of transport and logistics infrastructure. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering* 918. 2020. P. 11.
6. Polinkevych O., Kamiński R. Anti-crisis development strategies of insurance companies in Ukraine and Poland in the context of COVID-19. *Insurance Markets and Companies*. 2020. №11(1). Pp. 21–29.
7. Кифяк В. Ф., Кифяк О. В. Інструментарій вирішення проблем західноукраїнських прикордонних областей в період економічної кризи. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2020. Вип. I-II (77-78). С. 110–124. URL: [http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2020/v1\\_2/9.pdf](http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2020/v1_2/9.pdf) (дата перегляду: 14.06.2020).

8. Білоус Софія, Красько Анна, Масюк Юлія. Економічні наслідки спалаху COVID-19 для індустрії гостинності. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід* : Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції. Львів, 2020. С. 36–40.
9. Grashin S. Marketing strategy as a factor of financial recovery of the hotel business. *International Conference «Process Management and Scientific Developments»*. Birmingham, United Kingdom, December 19, 2020. Pp. 19–25.
10. Юр'єва І. Антикризове управління на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. *Сучасні тенденції та стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу* : Матеріали наук.-практ. конференції, м. Львів, 26–27.11.2020. С. 126–127.
11. Rodríguez-Antón José Miguel, María del Mar Alonso-Almeida. COVID-19. Impacts and Recovery Strategies: The Case of the Hospitality Industry in Spain. *Sustainability*. 2020. №12. P. 17. URL: [www.mdpi.com/journal/sustainability](http://www.mdpi.com/journal/sustainability) (дата перегляду: 14.06.2020).
12. Гненний О., Чаркіна Т., Полішко Т., Гребенюк Г., Пікуліна О. Стратегічні напрями управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах кризи. *Економіка та держава*. 2021. № 2. С. 19–23.
13. Tourist numbers down 83% but confidence slowly rising. All regions. *Barometer UNWTO*, 2 JUN 2021. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (дата перегляду: 14.06.2020).
14. Lock S. Global hotel and resort industry market size worldwide 2011-2021. *Travel, Tourism & Hospitality*. 2021, May 31. URL: <https://www.statista.com/statistics/1186201/hotel-and-resort-industry-market-size-global/> (дата перегляду: 14.06.2020).
15. Тараненко А. Туризм – як драйвер для розвитку громад. *Буковина туристична: можливості, виклики, перспективи*. 2021, 21 травня. URL: <http://chernivtsy.eu/portal/4/chernivtsi-vidkryly-turystychnyj-sezon-2021-138526.html> (дата перегляду: 14.06.2020).
16. Туристичний барометр України. Національна туристична організація України. 2020. URL: [http://www.ntoukraine.org/nsts\\_analytics\\_ua.html](http://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html) (дата перегляду 14.06.2021).
17. Кифяк В. Розвиток туризму як один зі сценаріїв покращення соціально-економічного стану Чернівецької області. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2015. Вип. II (58). С. 67–81.
18. Hushchuk R., Pylypets' O. Transport Accessibility as Factor of Excursion Tourism Development (Case of Chernivtsi, Ukraine). *Часопис соціально-економічної географії*. Харків, 2016. Вип. 20 (1). С. 91–96.
19. Ruzinazarov S., Rakhmonkulova N., Achilova L. Some questions of organizational and legal aspects of hotel services in the terms of COVID-19. *PJAE*. 2020. №17 (6). Pp. 1938–1947.

### **References:**

1. Fedyshyn, I. & Maliuta, L. (2020). The crisis impact on the tourist business development. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava [Socio-Economic Problems and the State]*, vol. 22, no. 1, pp. 36–47 (in Ukr.).
2. Bakhodir Turayev, Anukrati Sharma (2020). Development of The Tourism Industry Before and After The Covid Pandemic. *Proceeding of the International Conference on Intellectuals' Global Responsibility 2020 (ICIGR): Science for Handling the Effects of Covid-19, Facing the New Normal, and Improving Public Welfare*, pp. 178–192.



3. Anna Polukhina, Marina Sheresheva, Marina Efremova, Oxana Suranova, Oksana Agalakova and Anton Antonov-Ovseenko (2021). The Concept of Sustainable Rural Tourism Development in the Face of COVID-19 Crisis: Evidence from Russia. *Journal of Risk and Financial Management*, vol. 14 (38), p. 19.
4. Szromek, A. (2021). The Role of Health Resort Enterprises in Health Prevention during the Epidemic Crisis Caused by COVID-19. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.* 2021, no. 7, p. 133. URL: <https://doi.org/10.3390/joitmc7020133> (Accessed 14 June 2021).
5. Shafieva, Yu., Kovalenkova, O., Tekucheva, S. (2020). Competency-based approach to the development of a regional anti-crisis strategy based on the development of transport and logistics infrastructure. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering* 918, p.11.
6. Polinkevych, O., Kamiński, R. (2020). Anti-crisis development strategies of insurance companies in Ukraine and Poland in the context of COVID-19. *Insurance Markets and Companies*, no. 11(1), pp. 21–29.
7. Kyfjak, V.F., Kyfjak, O.V. (2020). The Tools for Solution the Problems of the Western Ukrainian Border Regions During the Economic Crisis. *Visnyk Chernivec'kogo torgoveli'no-ekonomichnogo instytutu [Buletin of Chernivtsi Trade and Economics Institute]*, vol. I-II (77-78), pp. 110-124 ((in Ukr.).
8. Bilous, Sofija, Kras'ko, Anna, Masjuk, Julija (2020). Economic consequences of the COVID-19 dissemination for the hospitality industry. *Geography, Economics and Tourism: national and international experience*. The Proceedings of XIV International Scientific Conference. Ivan Franko National University of L'viv Publishing Center, L'viv, pp. 36–40 (in Ukr.).
9. Grashin, S. (2020). Marketing strategy as a factor of financial recovery of the hotel business. International Conference «Process Management and Scientific Developments». Birmingham, United Kingdom, December 19, pp. 19–25.
10. Jur'jeva, I. (2020). Anti-crisis management at the enterprises of hotel and restaurant business. *Suchasni tendencii' ta strategii' rozvytku gotel'no-restorannogo biznesu [Modern tendencies and strategies of hotel and restaurant business development]* : Materials of scientific-practical. Conference, Lviv, November 26–27, pp. 126–127 (in Ukr.).
11. Rodríguez-Antón José Miguel, María del Mar Alonso-Almeida. (2020). COVID-19. Impacts and Recovery Strategies: The Case of the Hospitality Industry in Spain. *Sustainability*, vol. 12, no. 17. URL: [www.mdpi.com/journal/sustainability](http://www.mdpi.com/journal/sustainability) (Accessed 14 June 2021).
12. Gnennyj, O., Charkina, T., Polishko, T., Grebenjuk, G., Pikulina, O. (2021). Strategic directions of hotel and restaurant business management in the conditions of crisis. *Ekonomika ta derzhava [Economy and state]*, no. 2, pp. 19–23 (in Ukr.).
13. Tourist numbers down 83% but confidence slowly rising. All regions (2021). *Barometer UNWTO*, 2 JUN 2021. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (Accessed 14 June 2021).
14. Lock, S. Global hotel and resort industry market size worldwide 2011–2021 (2021). *Travel, Tourism & Hospitality*, May 31. URL: <https://www.statista.com/statistics/1186201/hotel-and-resort-industry-market-size-global/> (Accessed 14 June 2021).
15. Taranenko, A. (2021). Tourism is a driver for community development. *Bukovyna turystychna: mozhyvosti, vyklyky, perspektyvy [Tourism of Bukovyna: opportunities, challenges, prospects]*, May 21. URL: <http://chernivtsy.eu/portal/4/chernivtsi-vidkryly-turystychnyj-sezon-2021-138526.html> (Accessed 14 June 2021) (in Ukr.).

16. Tourist Barometer of Ukraine (2020). National Tourist Organization of Ukraine. URL: [http://www.ntoukraine.org/nsts\\_analytics\\_ua.html](http://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html) (Accessed 14 June 2021) (in Ukr.).
17. Kyfjak, V. (2015). Development of tourism as one of the scenarios for improving the socio-economic condition of Chernivtsi region. *Visnyk Chernivets'kogo torgovel'no-ekonomichnogo instytutu [Bulletin of Chernivtsi Trade and Economics Institute]*, vol. 22 (58), pp. 67–81 (in Ukr.).
18. Hyshchuk, R., Pylypets', O. (2016). Transport Accessibility as Factor of Excursion Tourism Development (Case of Chernivtsi, Ukraine). *Chasopys social'no-ekonomichnoi' geografii' [Journal of Socio-Economic Geography]*, vol. 20 (1), pp. 91–96.
19. Ruzinazarov, S., Rakhmonkulova, N., Achilova, L. (2020). Some questions of organizational and legal aspects of hotel services in the terms of COVID-19. *PJAEЕ*, no. 17 (6), pp. 1938–1947.

УДК 338.124.4:640.41

JEL Classification: L 89, M 21

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2021-1.81.02>

**В.Ф. Кифяк**, професор, д.е.н.

<http://orcid.org/0000-0001-7632-5248>

**К.В. Паламарек**, доцент, к.т.н.,

<https://orcid.org/0000-0003-4138-404X>

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,  
Чернівці

## **РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ М. ЧЕРНІВЦІ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ**

### *Анотація*

**Актуальність. Постановка проблеми.** Найбільш простою формою і водночас складовою кризи є кризове явище. Готельний бізнес періодично зазнає економічних криз. Для готельного розвитку характерні періодичне виникнення, загострення та розв'язання соціально-економічних суперечностей. Актуальність проведених досліджень зумовлена значною увагою до питання впровадження стратегій захисту від кризових явищ та майбутнього розвитку суб'єкта господарювання, що дасть змогу усунути наявні вади й підвищити ефективність діяльності готельного господарства.

**Мета дослідження** – обґрунтування розвитку готельного бізнесу м. Чернівці в умовах кризових явищ. **Методологія.** Методика проведення економічних досліджень ґрунтувалась на застосуванні системного аналізу – для з'ясування основних категорій