

музеї є скарбницею релігійного та мистецького надбання Католицької церкви. Вони включають знамениту Сикстинську капелу з фресками Мікеланджело та велику колекцію античних скульптур.

6. Музей Гетті (Лос-Анджелес, США). Дата заснування: 1954 рік. Музей Гетті славиться своєю колекцією мистецтва, включаючи картини, скульптури, античні артефакти та гарден-арт.

Музейна справа у місті Одеса відзначається активною роботою різноманітних музейних установ. Одеса завжди славилася своєю історією, мистецтвом і багатю культурною спадщиною, і музеї відіграють важливу роль у збереженні та презентації цієї спадщини.

У Одесі діє багато музеїв, які представляють різні аспекти історії, культури та мистецтва. До них входять Одеський літературний музей, Одеський обласний художній музей, Одеський морський музей, Музей заповідник "Палаці Потьомкіна", Музей Одеської школи живопису, та багато інших.

Музеї в Одесі мають різноманітні експозиції, що охоплюють історію міста, мистецтво, археологію, морську історію, техніку і багато інших тематик. Експозиції оновлюються та розширюються, щоб привернути нових відвідувачів та задовольнити інтереси широкого спектру аудиторії.

Одеські музеї регулярно проводять різні виставки, лекції, майстер-класи і інші події для відвідувачів. Це дозволяє публіці долучитися до культурної і життєвої різноманітності міста.

Багато музеїв Одеси впроваджують цифрові технології для покращення експозицій та навчальних програм. Це може включати в себе використання віртуальної реальності, інтерактивні додатки та відеогіди.

Музеї в Одесі відіграють важливу роль у забезпеченні освітніх програм для шкіл та вузів. Вони також сприяють дослідженню історії та культури міста.

Сучасна музейна справа в Україні, включаючи Одесу, стикається з викликами, такими як фінансові обмеження, питання збереження та реставрації колекцій, а також потреба в підвищенні інтересу громади до музейної діяльності.

Усі ці фактори спільно визначають сучасний стан музейної справи в Одесі, який продовжує розвиватися і збагачувати культурну спадщину міста.

Список використаних джерел :

1. Шикіна О.В. Проведення оцінки стану музейної мережі як елемент механізму управління туристичною сферою. Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, ефективність та перспективи: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 25-26 вересня 2020 р.). Одеса: «Принт бистро», 2020. С. 103-105.

2. Шикіна О.В., Нечева Н.В. (2019) Аналіз сучасного стану музейної справи України. *Інфраструктура ринку*. (38) С. 116-125. URL: <https://cutt.ly/28k14MP>

3. Шикіна О.В., Нечева Н.В. (2019) Дослідження стану музейного господарства в Україні. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. (9-10) С. 146-162. URL: <https://cutt.ly/U8k0bNg>

Леонов Олександр,

здобувач, 242 Туризм і рекреація

Науковий керівник: Любчук Ольга, д. держ.упр., професор

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ РОЗВИТКУ МАРІУПОЛЯ ЯК ТУРИСТИЧНОГО ЦЕНТРУ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Після закінчення війни місто Маріуполь потрібно буде повністю відбудувати, реконструювати та визначитися з його місцем в житті та історії України. До війни Маріуполь був містом виставкових досягнень розвитку українського Приазов'я та Донецької області. Але

на початку повномасштабного вторгнення повністю оточене місто не здалося загарбникам та разом із захисниками тримало оборону більше місяця, що дало змогу українській армії перегрупуватися та не допустити ворога до подальшого стрімкого просування до Запоріжжя та Києва. В результаті чого був вщент зруйнований історичний центр, інфраструктура, економічні символи Маріуполя. Міжнародні партнери та керівництво України обіцяють глобальну допомогу в відновленні міста. Для цього треба оновити стратегію розвитку, цілі та напрямки відновлення міста, враховуючи його сьогоденний стан.

Стратегія розвитку – це концептуальний документ, що містить бачення майбутнього, напрями розвитку та цільовий блок з низки стратегічних та оперативних цілей [1]. Основною метою стратегічного розвитку міста має стати перехід від індустріальної направленості, як головної в довоєнний період, до створення постіндустріальної моделі міста. Відмінність постіндустріального суспільства полягає в перевазі інноваційного сектору економіки, високопродуктивній промисловості, індустрії знань, а також у більш високій частці населення, зайнятого у сфері послуг, ніж у промисловому виробництві [2]. Тому нова модель розвитку міста включатиме побудову найновітніших підприємств, впровадження технологій, що будуть використовувати відновлювальні джерела енергії, опікуватимуться захистом довкілля, а також важливий напрямок економічного розвитку з прив'язкою до моря - розбудову порту, розширення логістичних можливостей та збільшення тоннажу перевалки грузів, або передача в концесію міжнародним компаніям.

Основні напрямки розвитку та відновлення Маріуполя: трансформація економіки, комунальна сфера, генплан міста, дорожньо-транспортна інфраструктура, охорона здоров'я, освіта, спорт, культура, молодь, екологія, сфера послуг, технології та цифрова трансформація, безпека міста, туризм [3, с. 3]. Після зруйнування основних металургійних підприємств міста головний напрямок в розвитку має зайняти туризм із побудовою туристичної інфраструктури та нової економіки біля моря – індустріальні парки, набережні, пляжі та нові економічні кластери. Однією з основних задач в розвитку міста є побудова сприятливих умов для його жителів у навчанні, робочих місцях, відпочинку, щоб тут хотілось жити та будувати своє майбутнє, приїздити за якісною освітою, лікуванням та відпочинком на теплому Азовському узбережжі. Маріуполь з допомогою іноземних та державних інвестицій повинен стати містом українського дива, та прикладом відновлення українського Донбасу, демонструючи всім як швидко та комплексно може відновитися після повного знищення. Успіх Маріуполя – це нові можливості та успіх всієї країни. Місто, з якого бере приклад вся Україна, місто-ментор, місто-магніт, місто-успіх – це місія Маріуполя. За цими тезами стоїть складний виклик небаченого прискорення, розвитку та досягнення високих стандартів життя, відпочинку та роботи в місті [3, с. 55].

Стратегічні цілі в туризмі: розвиток морського узбережжя, оздоровчий туризм, історичний туризм, розваги та дозвілля, спортивний туризм, діловий туризм, маркетинг та сервіси. Сучасні процеси економічного розвитку територій Маріупольського району в період післявоєнного відновлення характеризуються зростанням ролі туристичної сфери. При цьому туризм повинен розглядатися з трьох позицій: як інструмент розвитку економіки, як джерело доходів до місцевого бюджету, а також як засіб підвищення іміджу території на національній та міжнародній арені. Туристична сфера може стати одним з основних засобів підвищення рівня економіки та привабливості Маріуполя та прилеглих до нього територій, оскільки її розвиток позитивно впливає на зміни в інших галузях життя міста (торгівля, культура, екологія, дорожня та готельне будівництво, сільське господарство) та виступає їх каталізатором [3, с. 274].

Потрібно виділити сильні сторони та можливості туризму в Маріуполі. До них відносяться: підтримуюча державна політика в сфері розвитку Маріуполя та туризму в ньому; наявність туристичного та культурного потенціалу території; повне оновлення міської інфраструктури; фінансовий ресурс в міському бюджеті в т.ч. для розвитку галузі; залучення донорів та фінансових партнерів; підтримка та розвиток потенціалу туристичних кластерів,

що мають у структурі виробників товарів; активна позиція ВНЗ щодо створення системи підготовки професійних кадрів.

Також обов'язково потрібно виділити слабкі сторони та загрози, а саме: близькість ворожого сусіда; логістична ізольованість Маріуполя, в т.ч. відсутність аеропорта; віддаленість інших туристичних центрів від Маріуполя; брак необхідної туристичної та рекреаційної інфраструктури (готелі, бази відпочинку тощо); недостатня кількість кваліфікованих кадрів для основної сфери туризму (море); короткий туристичний сезон [3, с. 281].

Відповідно до «Стратегії 2030» Маріупольської міської ради стратегічними цілями розбудови туризму в місті визначено наступні, які розкриваються в операційних цілях:

– стратегічна ціль 1. «Розвиток морського узбережжя»: розвиток місцевого бізнесу на локаціях біля моря (пірс, заклади харчування, морські прогулянки); створення активних міст відпочинку на узбережжі;

– стратегічна ціль 2. «Розваги та дозвілля.»: організація сталого подієвого туризму;

– стратегічна ціль 3. «Спортивний туризм»: залучення до міста спортивних подій національного масштабу, створення бази олімпійської підготовки на базі відбудованого плавбасейну «Нептун»;

– стратегічна ціль 4. «Діловий туризм»: проведення регулярних національних виставок за участю регіональних та місцевих виробників;

– стратегічна ціль 5. «Маркетинг та сервіси»: розробка основних турпродуктів для розширення туристичного сезону [3, с. 282].

Пропонуємо, що для досягнення стратегічних цілей розвитку туристичної сфери в Маріуполі потрібно додати наступні стратегічні цілі, такі як:

– стратегічна ціль 6. «Історично-краєзнавчий туризм.»;

– стратегічна ціль 7. «Оздоровчо-реабілітаційний туризм.»;

Крім того, пропонується додати для досягнення виокремлених стратегічних цілей наступні операційні цілі:

– операційна ціль 1. Створення привабливої набережної міста;

– операційна ціль 2. Розробка та впровадження міських туристичних маршрутів різної спрямованості відповідно до потреб внутрішнього та в'їзного туризму;

– операційна ціль 3. Відтворення та реставрація архітектурної спадщини міста та її збереження;

– операційна ціль 4. Створення та «реставрація» музеїв, парків, пам'ятників (в т.ч. пов'язаних з війною з росією);

– операційна ціль 5. Створення днів пам'яті військових подій в Маріуполі з організацією шанувальних перформансів та арт-проектів;

– операційна ціль 6. Створення цифрових продуктів історичного шляху Маріуполя;

– операційна ціль 7. Створення великого сучасного аквапарку;

– операційна ціль 8. Створення великого парку розваг (на основі атракціонів);

– операційна ціль 9. Організація та проведення щорічних музикальних, театральних та гастрономічних фестивалей;

– операційна ціль 10. Створення оздоровчих санаторіїв (з використанням морських процедур, лікувальних грязей);

– операційна ціль 11. Створення сучасних медичних центрів для реабілітації військових та постраждалих від війни;

– операційна ціль 12. Відновлення спортивної та морської інфраструктури для обслуговування туристичного потоку;

– операційна ціль 13. Будівництво великого картинг-центру;

– операційна ціль 14. Створення виставкового центру для підприємств, що відновили місто, новостворених післявоєнних підприємств;

– операційна ціль 15. Створення сприятливих умов для діяльності та розвитку IT хаба в Маріуполі;

– операційна ціль 16. Створення сприятливих умов для розвитку та праці компаній туристичної галузі.

Таким чином досягнення стратегічних та операційних цілей розвитку Маріуполя як туристичного центру буде залежати від таких факторів: відповідальної роботи громади міста; продуктивно-злагодженої роботи міської ради; участі міжнародних експертів та на їх основі робочих груп в розробці стратегії розвитку міста як туристичного центру; залучення міжнародних інвесторів до реалізації стратегії розвитку Маріуполя; оновлення державної програми розвитку туристичної галузі в Україні в післявоєнний період.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації щодо стратегічного планування в громадах: Проект Впровадження інструментів ефективного муніципального менеджменту та правнича допомога громадам. URL: https://era-ukraine.org.ua/wp-content/uploads/2021/12/Strategy_2030_Mariupol_compressed.pdf.

2. Пукіш Ю.Я. Порівняльний аналіз концепцій постіндустріального та інформаційного суспільств (Деніел Белл, Валерій Хмелько). ekmair.ukma.edu.ua URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/9e0e34f6-1211-4094-aa03-f06af2381658/content>.

3. Маріупольська міська рада Маріуполь стратегія 2030. era-ukraine.org.ua URL: https://era-ukraine.org.ua/wp-content/uploads/2021/12/Strategy_2030_Mariupol_compressed.pdf.

Невечеря Ганна,

здобувачка, 241 «Готельно-ресторанна справа»
Науковий керівник: Шикіна Ольга, к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет

ДИНАМІКА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Для аналізу динаміки міжнародних готельних мереж нами було взяти дані за 2020-2022 рр. (табл. 1). У 2022 р. перше місце за кількістю готелів серед мереж належало китайській компанії Shanghai Jin Jiang International Hotel Group Co. Ця фірма є державною організацією, яка працює у готельній, туристичній, ресторанній та логістичній сферах. Вона розташована в Шанхаї та була заснована в 1991 р. Маючи у своєму складі 40 різних брендів у 120 країнах світу компанія показала зростання на 15,6% [1].

На другому місці у 2022 р. опинилася Wyndham Hotel Group, яка базується у Нью Джерсі, США, і має готелі в 90 країнах. У цій мережі 23 різних бренди. Хоча кількість їхніх готелів зросла на 1,3%, компанія поступово здає свої позиції.

На третьому місці у 2022 р. була H World Group Limited (раніше Huazhu Group Ltd.), яка також знаходиться в Китаї. З 2020 р. кількість їхніх готелів зросла на 25,8%, і вони тепер мають готелі у 400 містах світу, в 18 країнах.

Четверте місце у рейтингу кількості готелів у 2022 р. займає Marriott International, що має штаб-квартиру у Меріланді, США. З 2020 по 2022 р. їхня мережа зросла на 5,8%. У компанії є 30 різних брендів, які працюють у 138 країнах. У Marriott є як контрактне управління, так і готелі, які працюють за франшизою.

На п'ятому місці за кількістю готелів у 2022 р. була Choice Hotels International, яка була заснована у 1939 р. і має штаб-квартиру в Меріланді, США. З 2020 по 2022 роки кількість готелів зросла на 4,7 %. У Choice Hotels International є 22 різних бренди, і їх готелі розташовані у 40 країнах, а більшість функціонують за франшизою.

Шосте місце в рейтингу належить Hilton Worldwide, яка має свій головний офіс у Вірджинії, США. За останні три роки, з 2020 по 2022 рр., мережа Hilton збільшила кількість