

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ В УМОВАХ COVID-19: СВІТОВА ПРАКТИКА ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

HOSPITALITY AND TOURISM INDUSTRY IN THE TIME OF COVID-19: WORLD PRACTICE AND UKRAINIAN RELITIES

УДК 338.48

<https://doi.org/10.32843/bses.61-2>

Дишкантюк О.В.

к.т.н., доцент,
завідувач кафедри
готельно-ресторанного
і туристичного бізнесу
Міжнародний гуманітарний університет

Потьомкін Л.М.

д.е.н., професор,
професор кафедри економіки
та міжнародних економічних відносин
Міжнародний гуманітарний університет

Власюк К.В.

аспірант
Міжнародний гуманітарний університет

Dyshkantiuk Oksana

International Humanitarian University

Potemkin Leonid

International Humanitarian University

Vlasiuk Karyna

International Humanitarian University

Сектори індустрії гостинності, зокрема туристичний, готельний і ресторанный бізнес, індустрія розваг та транспорт, найбільше постраждали від пандемії COVID-19. У статті здійснено аналіз світового досвіду, який показує два підходи до подолання кризи: перший підхід – доступні лінії кредитування, другий – відтермінування сплати податкових та боргових зобов'язань. Проаналізовано динаміку туристичних потоків України та вплив пандемії COVID-19 на сектори гостинності. Вітчизняний туристичний бізнес не врахував повною мірою еволюцію попиту потенційних туристів, не запропоновано конкурентоспроможні інноваційні туристичні продукти. Цей фактор у поєднанні з іншими чинниками, такими як безробіття, зниження купівельної спроможності та більш ощадливі витрати, невдалі стратегії ціноутворення, низький рівень сервісу в демократичних закладах, страх за себе та близьких людей, осуд подорожуючих у суспільстві, стримує розвиток внутрішнього туризму. Нові реалії потребують нових підходів та моделей бізнесу.

Ключові слова: туристичний бізнес, сектори гостинності, ресторанный бізнес, готельний бізнес, пандемія COVID-19.

Індустрія гостеприимства, в частности туристический, гостиничный и ресторанный бизнес, индустрия развлечений и транспорт, являются наиболее пострадавшими от пандемии COVID-19. В статье проведен анализ мирового опыта, который показывает два подхода к преодолению кризиса: первый подход – доступные линии кредитования, второй – отсрочка уплаты налоговых и долговых обязательств. Проанализированы динамика туристических потоков Украины и влияние пандемии COVID-19 на секторы гостеприимства. Отечественный туристический бизнес не учел в полной мере эволюции спроса потенциальных туристов, не предложены конкурентоспособные инновационные туристические продукты. Этот фактор в сочетании с другими факторами, такими как безработица, снижение покупательной способности и более экономное расходование, неудачные стратегии ценообразования, низкий уровень сервиса в демократичных заведениях, страх за себя и близких людей, осуждение путешественников в обществе, сдерживает развитие внутреннего туризма. Новые реалии требуют новых подходов и моделей бизнеса.

Ключевые слова: туристический бизнес, секторы гостеприимства, ресторанный бизнес, гостиничный бизнес, пандемия COVID-19.

The hospitality sector, including the tourism, hotel and restaurant businesses, the entertainment and transport industries, has suffered the most from the COVID-19 pandemic. The article analyzes the world experience, which shows two approaches to overcoming the crisis: the first approach – accessible credit lines, the second – deferred payment of tax and debt obligations. The dynamics of tourist flows in Ukraine and the impact of the COVID-19 pandemic on the hospitality sector have analyzed. Economic indicators related to tourism in Ukraine depend on domestic tourism and the domestic component of outbound tourism. Inbound tourism in Ukraine accounts for a small share of total tourism. Global demand trends indicate the primary interest of travelers primarily to travel in their own country and region. At the same time, optimistic forecasts for the development of domestic tourism in Ukraine and the recovery of the tourism sector have not been realized. Domestic tourism business has not fully taken into account the evolution of demand for potential tourists, not offered competitive innovative tourism products. This factor, combined with other factors such as unemployment, declining capacity to pay and more cost-saving, poor pricing strategies, low service in democratic institutions, fear for oneself and closest ones, and condemnation of travelers in society, hinders the development of domestic tourism. The successful foreign experience of the hotel and tourism business has analyzed, in particular, measures and implemented programs concern health and safety of guests and employees, innovative technologies and services that allow them to adapt to new conditions. Digitalization of all sectors of hospitality is becoming especially important and it is happening rapidly. Contactless payments, chatbots, hotel works, technologies of mobile registration from mobile devices, voice search, automation of services, face recognition technologies, artificial intelligence. Of particular importance is the provision of cybersecurity. New realities require new approaches and business models.

Key words: tourism business, hospitality sectors, restaurant business, hotel business, pandemic COVID-19.

Постановка проблеми. За прогнозами Світової ради з подорожей і туризму (WTTC), криза у світовому туристичному секторі торкнеться 121 млн робочих місць, що призведе до втрати світового ВВП у розмірі 3,4 трлн дол. [1]. Дані WTTC свідчать про те, що під час піка кризи щоденно втрачався один мільйон робочих місць у сфері туризму та подорожей. Особливо вразливим став малий та середній бізнес, на який припадає 80% сектору.

Крупні компанії, такі як Virgin Australia, Avianca, Aeromexico и Hertz, заявили про банкрутство. Станом на 22 червня 2020 р. про банкрутство заявили 513 підприємств ресторанный бізнесу, 297 транспортних підприємств та 117 авіаційних компаній. Очевидним сьогодні є факт, що туризм та пов'язані з ним галузі є одними з найбільш постраждалих. Разом із тим туристичний бізнес у всьому світі має надії на відновлення та проводить пошук шляхів

виходу та пропозицій інноваційних туристичних продуктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Наукові дослідження у сфері туристичного бізнесу є досить різноаспектними та торкаються різних сфер його функціонування. Широко відомі праці таких вітчизняних учених-туризмологів, як О. Любіцева, Т. Ткаченко, В. Кицяк, М. Мальська, С. Мельниченко. Системний підхід до формування інфраструктури гостинності викладено у роботі автора О.В. Дишкантюк [2]. Разом із тим пандемія COVID-19 та її вплив на світову економіку потребують системного наукового аналізу розвитку секторів гостинності і туризму в нових реаліях, вивчення світового досвіду та пошуку шляхів відновлення та подальшого розвитку. З. Шацька та А. Шевель як один із можливих шляхів виходу підприємств сфери гостинності з кризи пропонують створення інтеграційних форм підприємств гібрид-готелів або комбо-готелів [3]. Н. Балацька фокусує увагу на Інтернет-технологіях та альтернативних online-сервісах для реінжинірингу основних бізнес-процесів та перепрофілювання звичного режиму роботи закладів ресторанного бізнесу [4]. Але, як раціонально зазначають автори І. Смирнов та О. Любіцева, більшість наукових публікацій цього напрямку має фрагментарний характер [5].

Постановка завдання. Мета статті – визначити основні тенденції у сфері гостинності і туризму в умовах пандемії COVID-19, проаналізувати світовий досвід та перспективи його застосування в Україні.

Виклад основного матеріалу. Стрімкий розвиток індустрії туризму в останні десятиріччя зумовив його значний внесок у світову економіку, і до пандемії COVID-19 частка туризму у світовому ВВП становила близько 10%. Однією з найуспішніших туристичних галузей була й у країнах Європейського Союзу, забезпечуючи 12% зайнятості на ринку праці Євросоюзу та створюючи 23 млн прямих і непрямих робочих місць [6]. Частка туризму у ВВП країн Європейського Союзу знаходиться в межах 9–25% (табл. 1).

В Україні частка туризму в економіці є дискусійною і, за різними оцінками експертів, лежить в межах 1,4–11,6%. Така суттєва розбіжність пояснюється різними підходами до обрахунку. В Україні на офіційному рівні підходи до статистичних даних у сфері туризмі не відповідають методичним реко-

мендаціям та методиці ООН, які були розроблені у 2008 р. В Україні не введений сателітний облік туризму, і в офіційних джерелах приводяться дані щодо частки туризму в ВВП – 1,55%. Президент НТОУ Іван Ліптуга, посилаючись на методику, яку запропонувала ООН, стверджує що туризм складає 11,6% в структурі ВВП України [8]. Дана методика дає змогу врахувати не лише кількісні показники (такі як в'їзд та виїзд із країни, пасажиропотік, койко-місця), а й такі економічні показники, як платіжний баланс, сукупна пропозиція товарів та послуг, зайнятість та інвестиційна активність. Міжнародні структури (Всесвітня туристична організація ООН, ЮНВТО) визначили цю частку на рівні близько 9% ВВП України [9].

Економічні показники, які пов'язані з туризмом, в Україні залежать від внутрішнього туризму та внутрішнього складника виїзного туризму. В'їзний туризм в Україні займає незначну частину від загального обсягу туризму (табл. 2). Частка внутрішніх туристів у 2019 р. становила 8,6%, іноземних туристів – 1,4% та 90% – туристів, які виїжджали за кордон.

За даними Держкомстату, у 2018 р в Україні було зареєстровано 4 293 суб'єкти туристичної діяльності, з них 1 833 – юридичні особи та 2 460 – фізичні особи – підприємці. У 2019 р. – 4 664 суб'єкти туристичної діяльності, із них 1 867 – юридичні особи та 2 797 – фізичні особи – підприємці. У туристичному секторі також задіяні заклади HORECA, зокрема у сфері тимчасового розміщення й організації харчування у 2019 р. зареєстровано 69 689 суб'єктів господарювання. Серед них 5 335 колективних засобів розміщення, а також санаторно-курортних та оздоровчих закладів, у тому числі: санаторії та пансіонати з лікуванням – 284; санаторії-профілакторії – 55; будинки і пансіонати відпочинку – 67; бази та інші заклади відпочинку – 1 235; дитячі заклади оздоровлення та відпочинку – 9 745. У туристичному секторі також задіяно близько 30 тис закладів ресторанного господарства.

Із початком карантинних заходів, пов'язаних із COVID-19, у більшості країн світу діяли обмеження на поїздки, а з 1 червня 2020 р. 156 урядів повністю закрили свої кордони для міжнародного туризму [11], що стало причиною падіння доходів у сфері туризму, як в'їзного, так і внутрішнього.

Таблиця 1

Частка туризму у ВВП країн Європейського Союзу

| Країна | Частка туризму в ВВП країни | Країна | Частка туризму в ВВП країни |
|---------------------------|-----------------------------|--------------------|-----------------------------|
| Хорватія | 25% | Італія | 13% |
| Кіпр | 22% | Словенія, Болгарія | 12% |
| Греція | 21% | Мальта | 11% |
| Португалія | 19% | Франція | 10% |
| Австрія, Естонія, Іспанія | 15% | Німеччина | 9% |

Джерело: складено за [9]

Туристичні потоки України

| Рік | Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності, усього | Із загальної кількості туристів: | | |
|------|--|----------------------------------|--|-------------------|
| | | іноземні туристи | туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон | внутрішні туристи |
| 2000 | 2013998 | 377871 | 285353 | 1350774 |
| 2001 | 2175090 | 416186 | 271281 | 1487623 |
| 2002 | 2265317 | 417729 | 302632 | 1544956 |
| 2003 | 2856983 | 590641 | 344332 | 1922010 |
| 2004 | 1890370 | 436311 | 441798 | 1012261 |
| 2005 | 1825649 | 326389 | 566942 | 932318 |
| 2006 | 2206498 | 299125 | 868228 | 1039145 |
| 2007 | 2863820 | 372455 | 336049 | 2155316 |
| 2008 | 3041655 | 372752 | 1282023 | 1386880 |
| 2009 | 2290097 | 282287 | 913640 | 1094170 |
| 2010 | 2280757 | 335835 | 1295623 | 649299 |
| 2011 | 2199977 | 234271 | 1250068 | 715638 |
| 2012 | 3000696 | 270064 | 1956662 | 773970 |
| 2013 | 3454316 | 232311 | 2519390 | 702615 |
| 2014 | 2425089 | 17070 | 2085273 | 322746 |
| 2015 | 2019576 | 15159 | 1647390 | 357027 |
| 2016 | 2549606 | 35071 | 2060974 | 453561 |
| 2017 | 2806426 | 39605 | 2289854 | 476967 |
| 2018 | 4557447 | 75945 | 4024703 | 456799 |
| 2019 | 6132097 | 86840 | 5524866 | 520391 |

Джерело: складено за [10]

Більшість туристичних компаній, готелів та інших закладів розміщення було закрито в пік кризи. Заклади ресторанного господарства також були закриті або працювали з певними обмеженнями. Після відновлення діяльності всі підприємства туристичного сектору, готелі, ресторани працюють з обмеженими можливостями.

Найбільші показники падіння діяльності в країнах ЄС спостерігалися у туристичних агенціях та туроператорів (-83,6%), авіасполученні (-73,8%), тимчасовому розміщенні (-66,4%) та ресторанах (-38,4%) [12].

У низці країн ЄС (наприклад, у Бельгії та Франції) готелям дозволялося працювати під час кризи, але багато з них були закриті через низький рівень заповнюваності. Станом на початок квітня 2020 р. завантаженість готелів Європи знизилася на 84,6% порівняно з квітнем 2019 р. У липні-серпні показник дещо поліпшився, але тим не менше фіксувалося зменшення на 66,4% та 44,6% відповідно порівняно з аналогічним періодом минулого року [13].

Урядами країн світу були вжиті заходи щодо подолання кризи, у тому числі в туристичному секторі (табл. 3).

Аналіз світового досвіду показує два підходи до подолання кризи: перший підхід – доступні лінії кредитування, другий – відтермінування сплати податкових та боргових зобов'язань [9]. Держави, які мають більш розвинену економіку, орієнтуються

на перший підхід, оскільки це дає можливість для більш швидкого відновлення національної економіки. Низка інших країн, які не можуть забезпечити перший підхід, застосовують відтермінування зобов'язань, що в подальшому може призвести до негативних наслідків в економіці, зокрема до дефіциту бюджету.

Із метою пошуку виходу з кризи уряди держав та туристичні спільноти об'єднуються для спільного вирішення проблем. Одним із таких рішень є рішення про створення тревел-коридорів («тревел-бульбашок»), які дають змогу подорожувати між двома або декількома країнами, не перебуваючи на карантині. За таким механізмом працюють Нова Зеландія та Австралія (програма «Транстасманська туристична зона, вільна від COVID-19»), Естонія, Литва та Латвія, Гонконг і Сингапур; угоду про відкриття повітряного коридору також підписали США та Великобританія.

Відповідно до прогнозів WTTC [1], тенденції галузі щодо впливу COVID-19 такі:

- еволюція попиту;
- здоров'я та гігієна;
- інновації та оцифровка;
- стійкість.

Світові тенденції попиту свідчать про першочерговий інтерес подорожуючих насамперед до подорожей власною країною та регіоном. Ця тенденція з'явилася в Китаї, одній із перших країн, яка знову відкрилася, коли 77% китайських ман-

Підтримка гостинності і туризму під час COVID-19

| Країна | Державна підтримка галузі |
|------------|--|
| Болгарія | Програма тимчасових субсидій заробітної плати, відповідно до якої здійснюється фінансування з державного бюджету до 60% заробітної плати у компаніях, які цього потребують. Бюджет програми бюджет – 1,5 млрд болгарських левів (близько 770 млн євро). Наслідок – збережено 97 тис робочих місць. |
| Естонія | Програма підтримки бізнесу з бюджетом 75,5 млн євро. Програмою передбачено прямі гранти компаніям туристичної галузі для зниження втрат через коронавірус (25 млн євро). |
| Литва | Програма компенсації орендної плати компаніям із галузей роздрібної торгівлі, готелів та ресторанів, культури і спорту з бюджетом 101,5 млн євро. Кошти виділені у формі прямих грантів компаніям з річним оборотом не більше 50 млн євро. Значні зусилля щодо трансформації туристичного сектору шляхом просування інновацій та цифрових технологій. |
| Хорватія | Загальноекономічна програма підтримки (туризм включено до сфери діяльності Фонду гарантування експорту з метою можливості надання банківських гарантій на позики для додаткової ліквідності). Відстрочення сплати туристичних податків, зборів, та збільшення ліквідності. |
| Франція | Урядом змінено умови скасування бронювання подорожей, щоб дозволити заміну відшкодування кредитом або ваучером на еквівалентну суму на майбутню послугу. Мета в тому, щоб уникнути негайного відтоку грошових коштів та допомогти компаніям пройти важкий етап, оскільки клієнти мають право вимагати повернення коштів через 18 місяців, якщо ваучер не використовується. |
| Польща | Уряд виділив 5,65 млрд євро на підтримку мікропідприємств туристичної галузі у формі безвідсоткових позик і передбачив таку ж суму на дотації для великих підприємств у формі позик або облігацій, придбання акцій або цінних паперів. Відтермінування сплати податків, спрощено форми та процедури подачі податкової звітності. |
| Словаччина | Державні гарантії на суму до 500 млн євро на місяць для отримання кредитів, фінансова допомога для збереження робочих місць у галузі. Компенсації для працівників компаній туристичної галузі, що найбільше постраждали від пандемії, мінімальна виплата становить 1 100 євро на місяць. |
| Україна | Закон про державну підтримку сфери культури, креативних індустрій і туризму у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням COVID-19: звільнення від податку на додану вартість; податку на прибуток та ЄСВ (єдиний соціальний внесок); земельного податку та податку на нежитлове нерухомість; податкові пільги на оплату оренди та землі комунальної та державної власності; 10-відсоткова ставка ПДВ для туристичних послуг. Кабінет Міністрів виділив 1 млрд грн з фонду боротьби з COVID-19 на підтримку культури і туризму. |

Джерело: складено за [14]

дрівників віддали перевагу внутрішнім подорожам. Подібні настрої лунають у всьому світі: 71% американців надають перевагу власній місцевості порівняно з 58% у минулому році. Найближчим часом це може бути «відродженням великої американської дорожньої поїздки», за словами Кіта Барра, генерального директора InterContinental Hotels Group (IHG), при цьому 47% американців вважають дорожні поїздки в штаті своїм наступним відпочинком [1].

Бажання залишатися поруч із домом і подорожувати внутрішньо чи регіонально також підживлюється комфортом знайомого та страхом заразитися чи потрапити на карантин у віддаленому пункті призначення.

Для сприяння місцевим подорожам компанія NYC & Company запустила свою ініціативу «NYC-Катіон», яка заохочує місцевих жителів та регіональних відвідувачів залишатися та підтримувати відродження Нью-Йорка у цей складний час.

Ця тенденція підсилюється невизначеністю людей стосовно майбутніх доходів і змушує зосереджуватися на більш дешевому відпочинку. Рівень безробіття зростає, усе більше людей потрапляють у бідність, люди бояться втратити роботу.

Страх подорожувати – ще одна важлива проблема. Люди бояться піддати ризику близьких людей, і це стримує подорожі. Опитування мандрівників показало, що страх піддати інших найбільше турбує 39% мандрівників у Великобританії та 31% у Франції.

Відбувається переосмислення напрямків. Люди частіше шукатимуть природу та місця відпочинку на відкритому повітрі. За словами Джеффри Кента, засновника та співголови Abercrombie & Kent, визначення розкоші зміниться, мова буде йти не стільки про «величезні пляшки шампанського та шовкові простирадла, скільки про пригодницький туризм із комфортними ночами, смачною їжею та хорошим вином». Значна частина фахівців не розділяє думку щодо заміни реальних подорожей віртуальною реальністю, оскільки люди хочуть реальних відчуттів і вражень. Також туристи очікують більш гнучких та вигідніших умов для бронювань.

Особливо важливими є фактори гігієни та безпеки. На нашу думку, заходи щодо гігієни та охорони здоров'я є найважливішим складником реагування на кризу індустрії гостинності.

Зважаючи на те, що в Україні в'їзний туризм розвинений дуже слабо, а частка міжнародного туристичного складника в економіці незначна,

були прогнози стосовно того, що наслідки пандемії для України будуть менш болісними порівняно з іншими європейськими країнами. Оптимістичні прогнози стосовно розвитку внутрішнього туризму та відновлення туристичного сектору поки що не справдилися.

Після введення карантинних заходів, близько 40% готелів в Україні закрилися, інші працювали у дуже обмеженому режимі. Заклади, які працювали (7–8 тис об'єктів), утратили від 60% до 90% доходу.

Лідерами внутрішнього туризму у цьому році, як і в попередні роки, є Київська, Львівська та Одеська області. Відповідно до даних, приведених головою Всеукраїнської професійної спілки працівників туристичної галузі, санаторно-курортної сфери та готельного господарства С. Внучко та головою Ради Всеукраїнської федерації роботодавців у сфері туризму України Т. Тимошенко, надходження від туристичного збору у м. Київ за дев'ять місяців 2020 р. становили лише 27,5 млн грн. порівняно із 43 млн грн за дев'ять місяців 2019 р. Від початку карантину 70% працівників туристичної сфери втратили роботу [11]. Відповідно до оцінок Львівського туристичного центру, у 2020 р. у м. Львів туристів було у 10 разів менше, ніж у минулому році [15].

Основним місцем літнього відпочинку в Україні є Одеська область. У 2019 р. область відвідало 99 764 туристи [10]. Доходи від туристичного збору на Одещині за 2019 р. становили 21,4 млн грн. Лідерами за обсягом туристичного збору серед міст обласного значення є Одеса – 11,6 млн грн, Білгород-Дністровський – 4,7 млн грн та Ізмаїл – 241,1 тис грн. У 2020 р. ці показники значно впали.

Чинники, які обмежують розвиток внутрішнього туризму в Україні в період пандемії:

- страх туристів та невизначеність через коронавірус;
- зменшення купівельної спроможності населення через карантин;
- зменшення витрат населення через прагнення до заощаджень;
- коливання курортно-рекреаційного сезону внаслідок упровадження обмежувальних заходів;
- значний показник українців, які подорожують, не користуються послугами готелів;
- стереотип щодо гіршої якості послуг відносно їх вартості порівняно з відпочинком за кордоном;
- недостатньо розвинена інфраструктура транспорту;
- відсутність інноваційного туристичного продукту, який би відповідав змінам попиту потенційних туристів.

У процесі поступового відновлення певних туристичних послуг були прийняті деякі ключові рішення, зокрема музеї, галереї та інформаційні центри здебільшого здійснили перехід на ві-

туальні тури, відеоблоги у соціальних мережах та освітній контент, кінотеатри та театри були повністю закриті під час строгих карантинних обмежень. Європейські театри вже почали відкриватися з обмеженнями: мінімум одне пусте сидіння між гостями, а також один пустий ряд між рядами, зайнятими відвідувачами. Конференції проводяться у форматі онлайн і часто безкоштовні.

Готельна галузь, яка також опинилася у скрутному становищі через карантинні заходи, змушена була відреагувати на зміни та ввести корективи у внутрішню та зовнішню політику. Це скорочення працівників і оптимізація штату, скорочення виплат на премії, надання відпусток за свій рахунок, скорочення додаткових витрат, у тому числі на капітальні ремонти, скорочення виплат на маркетинг. Були вжиті заходи та запроваджені програми щодо охорони здоров'я і безпеки гостей та працівників, уведено протоколи з попередження ризику ураження вірусом (наприклад, програма Hilton CleanStay спільно з виробником антисептика Lysol та Mayo Clinic, IHG удосконалює свою вже існуючу програму «Шлях чистоти» у партнерстві з Ecolab та Diversey). Слід відзначити соціальну активність готельного бізнесу і внесок у боротьбу з коронавірусом: надання місць у готелях медикам та працівникам служб оперативного реагування, надання доступу для здійснення карантинних заходів, приготування їжі та організація харчування медичних працівників.

Готелі запроваджують інноваційні технології та послуги, які дають їм змогу адаптуватися до нових умов. Зокрема, виникла нова концепція WFH (англ. *work from hotel*), «робота з готелю», яку запроваджують світові готельні мережі. Дистанційна робота дає можливість одночасно працювати і лікуватися, працювати і відпочивати на гірськолижному чи морському курорті тощо. Прикладом є готелі компанії Reikartz Hotel Group, які пропонують пакет Work&Leisure. Для цього обладнуються міні-коворкінги у конференц-залах або лаунж-зона готелю, пропонується безкоштовна роздруківка паперів. Готель Marriott Providence Downtown розробив пакети Day Use зі знижками 50% для гостей, які працюють віддалено. У США мережа готелів Red Roof запустила свою програму Work Under Our Roof Day Rate зі зниженими тарифами для тих, хто шукає тихе місце для роботи вдень, включаючи Wi-Fi та каву в номері. Ще одна нова маркетингова програма, яка називається «Купуй зараз, залишайся пізніше», намагається допомогти готелям під час кризи, продаючи «облігації готелів» до 31 серпня 2020 р., завдяки яким гість може придбати облігацію у вибраного ним готелю за 100 доларів і після 60 днів, облігація коштує 150 дол.

Діджиталізація всіх секторів гостинності набуває особливого значення і відбувається стрімкими темпами [16]. Це й безконтактні платежі, чат-боти,

готельні роботи, технології мобільної реєстрації з мобільних пристроїв, голосовий пошук, автоматизація послуг, технології розпізнавання обличчя, штучний інтелект. Особливого значення набуває забезпечення кібербезпеки.

Висновки з проведеного дослідження. Сектори індустрії гостинності, зокрема туристичний, готельний і ресторанний бізнес, індустрія розваг та транспорт, найбільше постраждали від пандемії COVID-19. Безробіття, банкрутство та закриття підприємств гостинності – загальна світова тенденція. Урядами країн уведено програми підтримки економіки, у тому числі секторів гостинності. Аналіз світового досвіду показує два підходи до подолання кризи: перший підхід – доступні лінії кредитування, другий – відтермінування сплати податкових та боргових зобов'язань. Із метою пошуку виходу з кризи уряди держав та туристичні спільноти об'єднуються для спільного вирішення проблем. Вітчизняний туристичний бізнес не врахував повною мірою еволюцію попиту потенційних туристів, не запропоновано конкурентоспроможні інноваційні туристичні продукти. Цей фактор у поєднанні з іншими чинниками, такими як безробіття, зниження купівельної спроможності та більш ощадливі витрати, невдалі стратегії ціноутворення, низький рівень сервісу в демократичних закладах, страх за себе та близьких людей, осуд подорожуючих у суспільстві, стримує розвиток внутрішнього туризму.

Нові реалії потребують нових підходів та моделей бізнесу, використання найкращого світового досвіду, впровадження інноваційних технологій та послуг, які дадуть змогу адаптуватися до нових умов.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. THE FUTURE OF TRAVEL & TOURISM IN THE WAKE OF COVID-19. URL: <https://wttc.org/Research/Insights> (дата звернення: 05.02.2021).
2. Дишкантук О.В. Формування інфраструктурного забезпечення сфери гостинності. *Економіст*. 2016. № 7. С. 25–28.
3. Шацька З.Я., Шевель А.А. Організація роботи підприємств готельної сфери в умовах пандемії COVID-19. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8249> (дата звернення: 09.02.2021).
4. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип 42. С. 117–122. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct42-20> (дата звернення: 09.02.2021).
5. Смирнов І., Любіцева О. Туристичний бізнес під час пандемії COVID-19: світовий та український досвід. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2020. № 3(2). С. 196–207.
6. Tourism and transport: Commission's guidance on how to safely resume travel and reboot Europe's tourism

in 2020 and beyond. An official website of the European Union. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_854. (дата звернення: 05.02.2021).

7. The EU helps reboot Europe's tourism. An official website of the European Union. URL: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/travel-during-coronavirus-pandemic/eu-helps-reboot-europes-tourism_en (дата звернення: 05.02.2021).

8. Иван Липтуга: Туризм дает Украине куда больше, чем ранее считалось. URL: https://comments.ua/opinionto/2738-turizm-daet-ukraine-kuda-bolshe-chem-raneeschitalos.html?fbclid=IwAR0ixeKiWXYGG4cpHtM Mr8YGiAv2MR_7o6NDB90fZLZFotlsv5lo-iDEz-E (дата звернення: 05.02.2021).

9. Пандемія COVID-19 та її наслідки в сфері туризму в Україні (Оновлення до документу «дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні»). URL <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (дата звернення: 05.02.2021).

10. Державна служба статистики України : офіційний вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.02.2021).

11. OECD. Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses: Updated 15 July 2020. URL: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses/> (дата звернення: 05.02.2021).

12. Tourism services down by 75% in June compared with February. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20200904-2?inheritRedirect=true&redirect=%2Feurostat%2Fhome%3F> (дата звернення: 05.02.2021).

13. STR: Europe hotel performance for April 2020. URL: <https://www.hotelnewsnow.com/Articles/302843/STR-Europe-hotel-performance-April-2020> (дата звернення: 05.02.2021).

14. COVID-19 та соціальний діалог у туристичній галузі: практика ЄС та українські реалії. URL: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/COVID-19-TA-SOTSIAL%60NIY-DIALOG-V-TURISTICHNIY-GALUZI-PRAKTIKA-YES-TA-UKRAYINS%60KIREALIYI.pdf> (дата звернення: 05.02.2021).

15. Туризм на паузі: Львів. URL: <https://suspiilne.media/60658-turizm-na-pauzi-lviv-pidrahovue-zbitki-sezonu-cerez-karantin/> (дата звернення: 05.02.2021).

16. Modern hotel business management tools / O. Dyshkantiuk et al. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*. 2020. Vol. 11. Issue 6. P. 226–238. DOI: 10.34218/IJARET.11.6.2020.021.

REFERENCES:

1. THE FUTURE OF TRAVEL & TOURISM IN THE WAKE OF COVID-19. Available at: <https://wttc.org/Research/Insights> (accessed 05 February 2021).
2. Dyshkantiuk O.V. (2016) Formuvannia infrastruktornoho zabezpechennia sfery hostynnosti [Formation of infrastructure support of hospitality sector]. *Ekonomist*, vol. 7, pp. 25–28.
3. Shatska Z.Ya., Shevel A.A. (2020) Orhanizatsiia roboty pidpriemstv hotelnoi sfery v umovakh pandemii Covid-19 [Management of hotel industry entities

in the age of COVID-19]. *Efektivna Ekonomika* [Effective Economy] (electronic journal), vol. 10. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8249> (accessed 09 February 2021).

4. Balatska N.Yu. (2020) Restoranni biznes v umovakh pandemii koronavirusu: problemy ta napriamy transformatsii modelei rozvytku [Restaurant business in the age of coronavirus pandemics: issues and areas of development models' transformation]. *Infrastruktura Rynku* [Market infrastructure], vol. 42, pp. 117–122. Available at: <https://doi.org/10.32843/infrastruct42-20> (accessed 09 February 2021).

5. Smyrnov I., Liubitseva O. (2020) Turystychnyi biznes pid chas pandemii covid-19: svitovyi ta ukrainskyi dosvid [Tourist business in the age of covid-19: international and ukrainian experience]. *Visnik Kyivskogo nacionalnogo universitetu kulturi i mistectv* [Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts], vol. 3(2). pp. 196–207.

6. Tourism and transport: Commission's guidance on how to safely resume travel and reboot Europe's tourism in 2020 and beyond. An official website of the European Union. Available at: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_854 (accessed 05 February 2021).

7. The EU helps reboot Europe's tourism. An official website of the European Union. Available at: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/travel-during-coronavirus-pandemic/eu-helps-reboot-europes-tourism_en (accessed 05 February 2021).

8. Lyptuha Y. (2021), Turyzm daet Ukrainy kuda bolshe chem ranee schytalos [Tourism provides Ukraine with much more than previously thought]. Available at: https://comments.ua/opinionto/2738-turizm-daet-ukraine-kuda-bolshe-chem-ranee-schytalos.html?fbclid=IwAR0ixeKiWXYGG4cpHtMMr8YGiAv2MR_7o6NDB90fZLZFotIsV5lo-iDEz-E. (accessed 05 February 2021).

9. COVID-19 pandemic and its consequences in the field of tourism in Ukraine (Update to the document «Roadmap for competitive development of tourism in Ukraine»). Available at: <https://ntoukraine.org> (accessed 05 February 2021).

10. State Statistics Service of Ukraine: official webpage. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 05 February 2021).

11. OECD. Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses: Updated 15 July 2020 Available at: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/> (accessed 05 February 2021).

12. Tourism services down by 75% in June compared with February. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20200904-2?inheritRedirect=true&redirect=%2F-eurostat%2F-home%3F> (accessed 05 February 2021).

13. STR: Europe hotel performance for April 2020. Available at: <https://www.hotelnewsnow.com/Articles/302843/STR-Europe-hotel-performance-for-April-2020> (accessed 05 February 2021).

14. COVID-19 ta sotsialnyi dialoh v turystychnii haluzi: praktyka yes ta ukrainski realii [COVID-19 and social dialogue in the tourist industry: the EU practice and Ukrainian realities]. Available at: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/COVID-19-TA-SOTSIAL%60NIY-DIALOG-V-TURISTICHIY-GALUZI-PRAKTIKA-YES-TA-UKRAYINS%60KI-REALIYI.pdf> (accessed 05 February 2021).

15. Turyzm Na Pauzi: Lviv [Tourism is on pause: Lviv]. Available at: <https://suspilne.media/60658-turizm-na-pauzi-lviv-pidrahovue-zbitki-sezonu-cerez-karantin/> (accessed 05 February 2021).

16. Dyshkantiuk O et al. (2020). Modern hotel business management tools. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*. Volume 11, Issue 6, pp. 226–238. DOI: 10.34218/IJARET.11.6.2020.021