

ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ COVID-19*

Ніколайчук Ольга Анатоліївна

канд.екон.наук, доцент
кафедра технологій в ресторанному господарстві,
готельно-ресторанної справи та підприємництва
Донецький національний університет економіки та
торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
50005, м. Кривий Ріг, вул. Трамвайна, 16
e-mail: nikolaichuk@donnuet.edu.ua
ORSID: <https://orcid.org/0000-0002-7197-4713>

Пандемія COVID-19 кардинально вплинула на всі сфери економічної діяльності, найсуттєвішим цей вплив виявився у світовій та вітчизняній індустрії гостинності. **Предметом дослідження** в статті є вітчизняна готельно-ресторанна індустрія в умовах COVID-19. **Метою статті** є оцінка тенденцій розвитку вітчизняної готельно-ресторанної індустрії в сучасних умовах та визначення ключових трендів її розвитку. **Методи дослідження:** аналіз, синтез, систематизація, порівняння, абстрактно-логічний метод. Отримано такі результати: проаналізовано діяльність вітчизняних підприємств індустрії гостинності в карантинних умовах; встановлено невисоку ефективність фінансових результатів діяльності та використання персоналу для суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу; виявлено основні проблеми розвитку закладів готельного та ресторанного бізнесу у сучасних карантинних реаліях. **Висновки:** дослідження тенденцій розвитку глобальної та вітчизняної індустрії гостинності дозволили встановити ключові тренди та тенденції: підвищена увага до заходів безпеки та гігієни, необхідність оптимізації бізнес-процесів, розвиток віртуальної і доповненої реальності, використання віртуальних турів, підвищена роль здорового та органічного харчування, оптимізація організаційної структури та витрат (зокрема департаментів Food and Beverage, ресепшн та ін.), розширення асортименту послуг та нових форматів закладів гостинності, оптимізація доставки, розвиток підприємств сегменту швидкого харчування, застосування можливостей, франчайзингу, використання місцевого колориту, орієнтація на екоскладову, зміна ставлення до мобільності, зміщення акцентів з особистого спілкування гостей з співробітниками на спілкування за допомогою інформаційних технологій і цифрової системи комунікацій, в т.ч. голосові сервіси, цифрові вивіски, чат-боти, роботу з біометричними даними для безконтактних форм взаємодії.

Ключові слова: індустрія гостинності, тимчасове розміщення та організація харчування, COVID-19, тренди розвитку.

Постановка проблеми. Поширення загрози COVID 19 у всьому світі змінило діяльність усіх суб'єктів господарювання. Готельний та ресторанний бізнес постраждав найбільше, адже ці види діяльності спрямовані на безпосередній контакт із людьми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика впливу пандемії COVID-19 на функціонування готельно-ресторанного бізнесу обговорюється у вітчизняній та зарубіжній літературі. Зокрема, в роботі Т. Баума та Н. Хая [1] держана допомога розглядається як основний фактор антикризової підтримки підприємств галузі. В дослідженні М. Брейєри, А. Каллмюнцера, Т. Клаусса, Дж. Гастда, С. Краузе, В. Тибериусфа [2] обґрунтовано важливість інноваційних бізнес-моделей в

остинності як рішення для відновлення та успішної боротьби з кризою COVID-19.

У роботі Н. Балацької [3] проводиться аналіз функціонування ресторанного бізнесу, підкреслено важливість інтернет-технологій та альтернативних online-сервісів для реінжинірингу основних бізнес-процесів та перепрофілювання звичного режиму роботи закладів ресторанного бізнесу. Дишкантюк О.В., Потьомкіна А.М., Власюк К.В. [4] здійснили аналіз світового досвіду та виявили два підходи до подолання кризи: перший підхід – доступні лінії кредитування, другий – відтермінування сплати податкових та боргових зобов'язань, розглянули динаміку показників розвитку вітчизняної індустрії гостинності та туризму та підкреслили

* **Cite as:** Nikolaichuk, O. (2021). Trends of Development of Domestic Hospitality Industry in COVID-19 Conditions, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 108-114. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-11>

важливість пошуку нових підходів та моделей бізнесу.

Н. Корж, Н. Онищук [5] аналізується дільність готельних закладів в карантинних умовах та визначаються основні напрмки його трансформації. Авторський колектив Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Задоя В. О., Пікуліна О. [6] обґрунтовують впровадження стратегій та напрямків для виходу з кризи готельно-ресторанного бізнесу, щоб забезпечити можливість функціонування готелям та ресторонам у нових карантинних умовах.

Водночас потребують подальшого наукового обґрунтування особливості та тренди функціонування закладів гостинності в період COVID-19.

Формулювання цілей статті. Метою статті є оцінка тенденцій розвитку вітчизняної готельно-ресторанної індустрії в сучасних умовах та визначення ключових трендів її розвитку.

Виклад основного матеріалу. Спалах коронавірусу стала приголомшливим ударом для світового і українського готельного та ресторанного бізнесу. Закриті кордони держав, скасування авіасполучення, обмеження пересування всередині України між областями і абсолютна ізоляція країн одна від одної спровокували ряд проблем в секторі тимчасового розміщення та організації харчування.

Український готельно-ресторанний бізнес в нових карантинних умовах був змушений реагувати і вживати відповідні антикризові заходи.

Так, згідно з результатами опитування готельєрів, проведеного Colliers International спільно з Vertex Hotel Group в березні 2020 року, близько половини (47%) опитаних представників п'ятизіркових готелів вдавалися до комплексних заходів з метою зменшення збитків: переведення працівників у відпустку за свій рахунок, виведення з експлуатації номерного фонду, зменшення маркетингових бюджетів та інше.

Найчастіше для зниження витрат співробітників відправляли у відпустку. Майже 30% опитаних скоротили від 50 до 150 співробітників, 45% відзначали, що скоротять до 10 робочих місць. Більше половини (61%) представників готелів з номерним фондом до 50 номерів планували скоротити до 10 робочих місць, ще 30% респондентів відзначали скорочення від 10 до 50 співробітників [7].

Багато ресторанних закладів були змушені відправляти персонал у відпустку за власний рахунок. Для великих міст (Одеса, Харків, Львів, Дніпро) ситуація загострена тим, що певна частка співробітників не місцеві. Аналітики robita.ua відмічають, що зменшення персоналу на 30% спостерігається майже у 19% роботодавців. Виходячи з цього, у

співробітників збільшилося навантаження на 42%. Болючим питанням залишалася підтримка належного рівня оплати праці. За даними сайту robita.ua, у половини працівників ресторанного сектора дохід знизився та приблизно у 18% залишився на колишньому рівні. Приблизно у 10% закладів знизили бонуси і надбавки персоналу. Тільки у 7% роботодавців потреби в наборі персоналу залишилися такими ж, як і до введення карантинних обмежень [8-9].

За ініціативою Асоціації готелів і курортів України (UHRA), було проведено опитування, в якому взяли участь 122 готелі з номерним фондом в середньому 72 номера. 93% опитаних підтвердили загальний спад рівня виручки своїх готелів, в 21% готелів валова виручка скоротилася на 25-40%, в третини готелів - на 40-60%, в 30% готелів наступні скорочення склали більше 60%, тільки 4% готелів показали зростання річної виручки, а в 3% вона залишилася на тому ж рівні.

В той же час, 66% оптимізували свої витрати, скоротивши штат, 2/3 скоротили ціни на свої послуги, 63% опитаних вдосконалили свій продукт і сервіси (ремонт, репозиціонування, оновлення стандартів роботи і умов з постачальниками, зміна комплектації і т.д.), 1/3 респондентів впровадили цифрові і маркетингові інструменти, 27% ввели альтернативні послуги (коворкінг, здача номерів під офіси і т.п.), 7% вирішили перепрофілювати частину приміщень, наприклад, для оренди під гральні заклади [10].

Ускладнює ситуацію те, що українська туристична галузь не отримала такої швидкої системної підтримки уряду в порівнянні з тим, як в інших країнах. В умовах високої частки іноземного туризму та високих витрат, тотальне зниження обсягів виручки стало просто згубним для більшості готелів. За прогнозами, відновлення обсягів готельного бізнесу в Україні після обмежувальних заходів через пандемію може зайняти не один рік.

За оцінками експертів, основними тенденціями готельного ринку, які мали місце під час карантинних обмежень, є наступні:

1) сегмент п'ятизіркових готелів постраждав більше, ніж готелі категорії чотири і три зірки, що пояснюється різким падінням потоку іноземних туристів в Україну;

2) під час другої хвилі кризи найскладніше довелося міським бізнес-готелям, які втратили від 75 до 90% гостей, і хостелам, які не мають можливості дотримуватися протиепідемічних вимог;

3) майже повне скорочення послуг конференц-сервісу у зв'язку з відсутністю відповідних залів (20 квадратних метрів на людину в «помаранчевій» зоні) та високим ризиком організації масштабних заходів через

ризик в будь-який момент потрапити в «червону» зону;

4) досить непогані результати діяльності готелів типу заміських, в яких гості проводили відпустку. Багато з них були завантажені на 80-100% фактично з початку карантину і до кінця літа. Готелі на відстані 1-2 годин їзди від таких великих міст, як Дніпро, Київ, Харків, Вінниця, Львів, Одеса, Івано-Франківськ, також мали успіх завдяки турам вихідного дня.;

5) з непоганими показниками за чистим прибутком виходили готелі в Яремче, Славському, Верховині, Буковелі;

5) успішним був сезон для об'єктів чорноморського узбережжя сегмента «середній плюс» і вище. Високий був також попит на відпуски внутрішні напрямки з середини червня до початку навчального року. Влітку середнє завантаження готелів в Одесі була від 60 до 75%. Також значну заповненість мали готелі на Азовському морі, а ті, які змогли забезпечити номінально окреме проживання (котеджі або будиночки), взагалі були завантажені під 70-85%».

Серед ключових трендів, які з'явилися «завдяки» пандемії, експерти вітчизняного готельного ринку називають оптимізацію і адаптацію під карантин бізнес-процесів. Наприклад, деякі готелі прибрали департамент Food and Beverage, інші об'єкти перевели рецепції тільки на денні зміни.

Експерти з «Ribas Hotels Group» зазначають, що частина готелів перейшли на роботу без ресепшена. Було модернізовано готелі, обладнавши їх кодовими замками. Вони відкриваються і закриваються віддалено за допомогою Wi-Fi або кодів, які система відправляє гостям після оплати номера. Це допомагає не тільки оптимізувати витрати, але і поліпшити сервіс для клієнта. Відділ бронювання виконує роль консьерж-сервісу, 24/7 відповідає на питання і побажання гостей. Бронювання, оплата, поселення та виселення при цьому повністю автоматизовані, виключений людський фактор.

Олександр Чорний, власник Школи готельного бізнесу Michelle, виділяє глобально кілька трендів, які впливають на сегмент готелів: підвищені вимоги до персоналу, пошук додаткових джерел доходу і колаборація гравців ринку. Серед додаткових джерел доходу він як варіант називає формат тривалої оренди номерів і нові сервіси, а для курортних готелів - варіанти розширення сезону або взагалі цілорічну роботу з різними ЦА влітку і взимку [11].

Щоб пережити кризу, готельерам доводиться адаптувати продукт до нових реалій. Наприклад, світові готельні мережі, такі як Radisson і Accor, практикують поєднання готелів з офісними центрами, коворкінг. У Ribas Hotels Group розглядають таку можливість і для

українського ринку. У низький сезон частину номерів без переобладнання можна надати в оренду під мікроофіси.

Інші експерти зазначають, що незабаром з'являться нові формати: колівінгі, закриті апартаменти і готельні комплекси з повним інфраструктурним циклом, комфортні для проживання, де, крім SPA, паркінгу та конференц-зали, будуть все затребувані побутові послуги та обов'язково всі умови для віддаленої роботи.

За прогнозами, перспективним є розвиток медикал-туризму і відповідних форматів готелів. У Ribas Hotels Group бачать потенціал в сегменті екотуризму, тому запустили роботу мережі глемпінгов MANDRA. Перший глемпінг побудували в Затоці, що мав успіх та незважаючи на низький сезон в 2020 році, повністю завантажений до кінця листопада.

Будуть користуватися попитом апартаментів з автономними номерами і наявністю своєї кухні. Оптиміальний варіант таких готелів - від 50 до 400 номерів під керуванням професійного готельного оператора [11].

Головними факторами, які в карантинних умовах визначали ефективність діяльності вітчизняного ресторанного бізнесу, є:

1) присутність онлайн і можливість доставки. Так, опитування «БізРейтинг» показали такі результати: 35% ресторанів мали доставку до карантину, 16% запустили власну доставку під час карантину та 5% організували доставку за допомогою аутсорсингу, 11% - лише планують це зробити. Однак потрібно враховувати, що організація доставки є виправданою лише при умові певного рівня середнього чека, інакше більшість замовлень стануть нерентабельними.

2) перегляд меню з позицій можливостей доставки страв. Так, у карантин багато ресторанів, які активно розвивають свою доставку, були вимушені скоротити своє меню, але в більшості випадків це робить бізнес більш кризостійким.

3) розвиток підприємств сегменту швидкого харчування, адже цей напрямок виявився найбільш підготовленим до умов карантину. Багато нових закладів, які відкривалися в нових карантинних умовах, вносили коригування в свій формат.

4) використання програмного забезпечення, мобільних додатків і т.д., що дозволяє підвищити ефективність бізнес-процесів та скорочує час обслуговування клієнтів;

5) розвиток франчайзингу в Україні, який є потужним катализатором зростання в ресторанному сегменті навіть за часів кризи [7-9].

Дослідження тенденцій розвитку глобальної та вітчизняної індустрії гостинності [1-13] доводять, що ключовими трендами та тенденціями, які діють як реакція на пандемію коронавірусу, є наступними (рис. 1):



Рис. 1. Ключові тренди вітчизняної індустрії гостинності

Джерело: складено автором на основі [10-13]

1. Безпека та гігієна. Існує низка тенденцій в індустрії гостинності, які пов'язані з безпекою та гігієною, які набули особливого значення з появою COVID. Маркетингові заходи в гостинності також повинні підкреслювати заходи безпеки та гігієни, які вживаються у закладі, що сприятиме збільшенню бронювань.

2. Безконтактні платежі. Багато найбільших тенденцій гостинності стосуються зменшення

дотиків, а безконтактні платежі – один із найбільших прикладів цього. Пандемія коронавірусу також збільшила попит на безконтактні платежі, які розглядаються зараз як необхідність, а не розкіш.

3. Голосовий пошук і голосовий контроль. Його застосування стає все більш поширеним серед клієнтів, які шукають та бронюють готелі та ресторани. Голосове управління може використовуватися для управління пристроями в готельному номері. Так, розумні колонки можуть надати гостям відповіді на запитання, відповісти на голосові запити щодо увімкнення світла та пристроїв у приміщенні, що також сприятиме дотриманню безпеки та гігієни.

4. Покращення доставки їжі та напоїв додому. Багато ресторанів та закладів з організації харчування пристосувались до ситуації COVID, збільшивши обсяги доставки їжі та напоїв. Ключовою частиною управління гостинністю в епоху COVID є пошук нових інноваційних способів вразити клієнтів. Так, бари вивчають способи доставки напоїв до будинків клієнтів, ресторани все частіше пропонують додаткові послуги, включаючи свічки, безкоштовну їжу або QR-коди з плейлистами Spotify.

5. Роботи в налаштуваннях готелів та ресторанів. Готелі, ресторани та подібні заклади можуть використовувати роботів для привітання клієнтів та надання інформації про них, або для процесів безпеки. В готелях роботи використовуються для обслуговування номерів, для прибирання та інших господарських робіт. Ресторани можуть використовувати роботів для замовлень та обслуговування, що може бути особливо корисно в умовах COVID.

6. Чат-боти. Чат-боти – це ще одна з основних тенденцій гостинності, пов'язана із обслуговуванням клієнтів, що є особливо корисним для швидкого реагування на запитання в умовах недоступності персоналу. Так, чат-боти зможуть за лічені секунди відповісти на найважливіші питання, які виникатимуть у клієнтів.

7. Віртуальні тури. Віртуальна реальність посідає одне з найбільш захоплюючих напрямків гостинності, забезпечуючи потенційним гостям готелю чи відвідувачам ресторану можливість краще зрозуміти наявні можливості закладу.

8. Мобільна послуга реєстрації. Пропозиція послуги мобільного заселення є однією з найбільш корисних тенденцій гостинності для зменшення потреби в контакті від людини до людини, і це є особливо важливою концепцією в контексті пандемії COVID.

9. Місцевий колорит. Багато туристів або мандрівників хочуть відчути справжній колорит життя міста, яке відвідують. Готелі можуть пропонувати місцеві продукти. Більше того, туристичні агенти та туроператори

можуть допомогти мандрівникам взяти участь у місцевих заходах.

10. Здорова та органічна їжа та напої. Тенденції вживання здорової їжі та напоїв для ресторанів означає переробку меню з більш здоровими варіантами, включаючи безглютенові, безмолочні, з низьким вмістом жиру, вегетаріанські, веганські та органічні страви. Ця тенденція поширюється на готелі, послуги громадського харчування і на відпочинок, для обслуговування номерів, пропозиції здорових напоїв, що продаються за межами барів.

11. Екологічність. Приклади цього – від ресторанів, що рекламують їх вегетаріанські та веганські страви, до готелів, які використовують «економні лампочки» та «економне опалення» для економії енергії. У секторі розміщення також приймаються рішення щодо використання більш екологічних матеріалів.

12. Персоналізація. Все більша кількість гостей готелю хоче, щоб до них ставились як до людей, а не просто до чергового анонімного клієнта. У готелях повторним клієнтам може бути автоматично надано аналогічні послуги, також їх може особисто привітати співробітник після прибуття, використовуючи технологію GPS та данні бронювання.

13. Розумні готелі. Так, розумний готель може дозволити гостям керувати опаленням або кондиціонером зі свого телефону або увімкнути телевізор, віддавши голосову команду розумному динаміку. Розумні кімнати автоматично регулюють яскравість лампочок або температуру радіатора, щоб підтримувати оптимальні умови.

14. Штучний інтелект. Одним з прикладів є чат-боти на основі штучного інтелекту, які можна використовувати для взаємодії з клієнтами в Інтернеті, усуваючи тривалі

очікування та надаючи швидкі, розумні відповіді на запитання. Також можна використовувати для сортування даних, автоматичного внесення змін у процеси тощо.

15. Доповнена реальність. В останні роки доповнена реальність виникла як важливий маркетинговий інструмент, що дозволяє закладам гостинності змінити спосіб сприйняття споживачами середовища, в якому вони перебувають. Сьогодні міленіали є домінуючим поколінням споживачів, і вони частіше, ніж попередні покоління, використовують цифрові технології та купують такі послуги, такі як віртуальна реальність та пристрої доповненої реальності.

Висновки. В нових умовах господарювання головними чинниками виживання вітчизняних суб'єктів господарювання індустрії гостинності стала гнучкість і здатність швидко адаптуватися до умов ринку. До факторів, які істотно змінюють функціонування закладів гостинності в сучасних умовах, можна віднести підвищену увагу до заходів безпеки та гігієни, необхідність оптимізації бізнес-процесів, розвиток віртуальної і доповненої реальності, підвищена роль здорового та органічного харчування, розширення асортименту послуг та нових форматів закладів гостинності, розвиток доставки, орієнтація на екоскладову, зміна ставлення до мобільності, підвищені вимоги до персоналу. Дослідження говорять про посилення ролі цифровізації і міленіалов в її розвитку. Персоналізація сервісу готельно-ресторанних підприємств досяжна тепер не через особисте спілкування гостей з співробітниками, а через інформаційні технології і цифрову систему комунікацій, в т.ч. голосові сервіси, цифрові вивіски, чат-боти, роботу з біометричними даними для безконтактних форм взаємодії.

TRENDS OF DEVELOPMENT OF DOMESTIC HOSPITALITY INDUSTRY IN COVID-19 CONDITIONS

Olha Nikolaichuk Ph.D. (Economics), Associate Professor, Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and trade, Department of Technology in Restaurant Industry, Hotel and Restaurant Business and Entrepreneurship, Tramvaina str, 16, Kryvyi Rih, Ukraine, 50005, e-mail: nikolaichuk@donnuet.edu.ua, ORSID: <https://orcid.org/0000-0002-7197-4713>

The COVID-19 pandemic has had a profound effect on all spheres of economic activity, the most significant of which has been in the global and domestic hospitality industry. The subject of research in the article is the domestic hotel and restaurant industry in terms of COVID-19. The purpose of the article is to assess the development trends of the domestic hotel and restaurant industry in modern conditions and identify key trends in its development. Research methods: analysis, synthesis, systematization, comparison, abstract-logical method. The following results were obtained: the activity of domestic enterprises of the hospitality industry in quarantine conditions is analyzed; low efficiency of financial results of activity and use of personnel for subjects of hotel and restaurant business is established; the main problems of development of hotel and restaurant business establishments in modern quarantine realities are revealed. Conclusions: studies of trends in the global and domestic hospitality industry have identified key trends and tendencies: increased attention to safety and hygiene measures, the need to optimize business processes, the development of virtual and augmented reality, the use of virtual tours, the increased role of healthy and organic food, optimization of organizational structure and costs (including departments of Food and Beverage, reception, etc.), expansion range of services and new formats of hospitality establishments, optimization of delivery, development of enterprises of the fast food segment, application of opportunities, franchising, use of local color, orientation to the eco-component, change of attitude to mobility, shift of accents from personal communication of guests with employees on communication by means of information technologies and digital

communication system, incl. voice services, digital signs, chatbots, work with biometric data for contactless forms of interaction.

Keywords: hospitality industry, temporary accommodation and catering, COVID-19, development trends.

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ COVID-19

Николайчук Ольга Анатольевна, канд.экон.наук, доцент, кафедра технологий в ресторанном хозяйстве, гостинично-ресторанного дела и предпринимательства, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского 50005, г. Кривой Рог, ул. Трамвайная, 16, e-mail: nikolaichuk@donnuet.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7197-4713>

Пандемия COVID-19 кардинально повлияла на все сферы экономической деятельности, существенным это влияние оказалось в мировой и визитной индустрии гостеприимства. Предметом исследования в статье является отечественная гостинично-ресторанная индустрия в условиях COVID-19. Целью статьи является оценка тенденций развития отечественной гостинично-ресторанной индустрии в современных условиях и определение ключевых трендов ее развития. Методы исследования: анализ, синтез, систематизация, сравнение, абстрактно-логический метод. Получены следующие результаты: проанализирована деятельность отечественных предприятий индустрии гостеприимства в карантинных условиях; установлено невысокую эффективность финансовых результатов деятельности и использования персонала для субъектов гостинично-ресторанного бизнеса; выявлены основные проблемы развития учреждений гостиничного и ресторанного бизнеса в современных карантинных реалиях. Выводы: исследование тенденций развития глобальной и отечественной индустрии гостеприимства позволило установить ключевые тренды и тенденции: повышенное внимание к мерам безопасности и гигиены, необходимость оптимизации бизнес-процессов, развитие виртуальной и дополненной реальности, использование виртуальных туров, повышенная роль здорового и органического питания, оптимизация организационной структуры и расходов (в частности департаментов Food and Beverage, ресепшн и др.), расширение ассортимента и новых форматов заведений гостеприимства, оптимизация доставки, развитие предприятий сегмента быстрого питания, применение возможностей, франчайзинга, использование местного колорита, ориентация на екоскладову, изменение отношения к мобильности, смещение акцентов с личного общения гостей с сотрудниками на общение с помощью информационных технологий и цифровой системы коммуникаций, в т.ч. голосовые сервисы, цифровые вывески, чат боты, работу с биометрическими данными для бесконтактных форм взаимодействия.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, временное размещение и организация питания, COVID-19, тренды развития.

Література

1. Baum T., Hai N.T.T. Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *Int. J. Contemp. Hosp. Manage.* 2020. Vol. 32. P. 2397–2407
2. Breiera M., Kallmuenzerb A., Clausse T., Gastd J., Krause S., Tiberiusf V. The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management.* 2021. Vol. 92. Art. 102723.
3. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Інфраструктура ринку.* 2020. Вип. 42. С. 117-122.
4. Дишкантюк О.В., Потьомкін А.М., Власюк К.В. Індустрія гостинності та туризму в умовах covid-19: світова практика та українські реалії. *Причорноморські економічні студії.* 2021. Вип. 61 С. 11-17.
5. Корж, Н. В., Онищук, Н. В. Вплив пандемії covid-19 на готельну галузь. *Економічний простір.* 2020. №156, 140-143. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-25> (дата звернення: 11.06.2021)
6. Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Задоя В. О., Пікуліна О. В. Стратегічні напрями управління готельнохресторанним бізнесом в умовах кризи. *Економіка та держава.* 2021. №2. С. 19-23. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/2_2021/5.pdf (дата звернення: 11.06.2021)
7. Ринок готелів в Україні після карантину: ринок тільки починає відновлюватися. URL: <https://100realty.ua/uk/articles/rinok-goteliv-v-ukraini-pisla-karantinu-rinok-tilki-pocinae-vidnovluvatisa> (дата звернення: 11.06.2021)
8. Ресторанний бізнес: ринок в епоху COVID. URL: <http://bizrating.com.ua/20/articles/1328/index.html> (дата звернення: 11.06.2021)
9. Мало гостей і дуже жорсткі перевірки: як ресторанний бізнес пережив півроку карантину. URL: <https://delo.ua/business/kak-restorannyj-biznes-perezhil-pjat-mesjacev-ka-372150/> (дата звернення: 11.06.2021)
10. Гостиничний бізнес в Україні понес серйозні убытки из-за пандемии – отельеры. URL: <https://www.ukrinform.ru/rubric-tourism/3174594-gostinichnyj-biznes-v-ukraine-pones-sereznyye-ubytki-izza-pandemii-otelery.html> (дата звернення: 11.06.2021)
11. Обзор рынка отелей: как восстанавливаются гостиницы Украины. URL: <https://thepage.ua/real-estate/gostinichnyj-rynok-ukrainy-glavnye-trendy-za-1-polugodie-2020-goda> (дата звернення: 11.06.2021)
12. Николайчук О.А. Антикризове управління прибутковістю підприємств сфери гостинності в умовах covid. *Торгівля та ринок України.* 2020. Вип. 2 (48). С. 59-68.

13. Hospitality Trends: The Latest Trends in The Hospitality Industry. URL: <https://www.revfine.com/hospitality-trends/> (дата звернення: 11.06.2021)

References

1. Baum T., Hai N.T.T. Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *Int. J. Contemp. Hosp. Manage.* 2020. Vol. 32. P. 2397–2407
2. Breiera M., Kallmuenzerb A., Clausse T., Gastd J., Krause S., Tiberiusf V. The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management.* 2021. Vol. 92. Art. 102723.
3. Balatska N.Yu. (2020). Restoranni biznes v umovakh pandemii koronavirusu: problemy ta napriamy transformatsii modelei rozvytku. [Restaurant business in the minds of the coronavirus pandemic: problems and direct transformation of development models]. *Infrastruktura rynku*, is. 42, pp. 117-122. [in Ukrainian]
4. Dishkantyuk O.V., Potomkin L.M., Vlasyuk K.V. (2021). Industriia hostynnosti ta turyzmu v umovakh covid-19: svitova praktyka ta ukraïnski realii. [The industry of hospitality and tourism in the minds of covid-19: practice and Ukrainian realities]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, is. 61, pp. 11-17. [in Ukrainian]
5. Korzh, N. V., Onischuk, N. V. (2020). Vplyv pandemii covid-19 na hotelnu haluz [Injection of the covid-19 pandemic into the hotel galuz]. *Ekonomichnyi prostir*, no. 156, pp. 140-143. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-25> (Accessed 11 June 2021) [in Ukrainian]
6. Charkina T. Yu., Martsenyuk L. V., Zadoya V. O., Pikulina O. V. (2021). Stratehichni napriamy upravlinnia hotelnoxrestorannym biznesom v umovakh kryzy [Strategic direct management of the hotel and restaurant business in the minds of the crisis]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 2, pp. 19-23. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/2_2021/5.pdf (Accessed 11 June 2021) [in Ukrainian]
7. Rynok hoteliv v Ukraini pislia karantynu: rynek tilky pochynaie vidnovliuvatysia [Hotel market in Ukraine after quarantine: the market is just beginning to recover] Available at: <https://100realty.ua/uk/articles/rinok-goteliv-v-ukraini-pisla-karantynu-rinok-tilki-pocinaie-vidnovluvatysia> (Accessed 11 June 2021). [in Ukrainian]
8. Restoranni biznes: rynek v epokhu COVID [Restaurant business: the market in the COVID era]. Available at: <http://bizrating.com.ua/20/articles/1328/index.html> (Accessed 11 June 2021). [in Ukrainian]
9. Malo hostei i duzhe zhorstki perevirky: yak restoranni biznes Perezhyv pivroku karantynu [Few guests and very strict checks: how the restaurant business survived six months of quarantine] Available at: <https://delo.ua/business/kak-restorannyj-biznes-perezhil-pjat-mesjacev-ka-372150/> (Accessed 11 June 2021). [in Ukrainian]
10. Hostynnychnyi byznes v Ukrainy pones sereznye ubytky yz-za pandemyy – otelery [The hotel business in Ukraine has suffered serious losses due to the pandemic – hoteliers/] URL: <https://www.ukrinform.ru/rubric-tourism/3174594-gostinichnyj-biznes-v-ukraine-pones-sereznye-ubytki-izza-pandemii-otelery.html> (Accessed 11 June 2021) [in Russian]
11. Obzor rynka otelery: kak vosstanavlyvaiutsia hostynnytsy Ukrainy [Overview of the hotel market: how hotels in Ukraine are restored]/ URL: <https://thepage.ua/real-estate/gostinichnyj-rynek-ukrainy-glavnye-trendy-za-1-polugodie-2020-goda> (Accessed 11 June 2021) [in Russian]
12. Nikolaichuk O. (2020). Anti-crisis management of profitability of hospitality enterprises in covid conditions [Anti-crisis management of profitability of hospitality enterprises in covid conditions]. *Torhivlia ta rynek Ukrainy*, no. 2 (48), pp. 59-68. [in Ukrainian]
13. Hospitality Trends: The Latest Trends in The Hospitality Industry. URL: <https://www.revfine.com/hospitality-trends/> (Accessed 11 June 2021)

Статтю отримано 13 травня 2021 р.

Представлений матеріал раніше не публікувався і в інші видання не поданий.