

А. А. Шуканова,

к. пед. н., доцент, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка
ORCID ID: 0000-0002-9520-713X

О. А. Федій,

к. пед. н., доцент, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка
ORCID ID: 0000-0002-4879-9523

П. В. Шуканов,

д. геогр. н., доцент, Полтавський університет економіки і торгівлі
ORCID ID: 0000-0002-7973-3973

DOI: 10.32702/2306-6814.2021.18.19

ОСОБЛИВОСТІ ПРИСТОСУВАННЯ ДО УМОВ ПАНДЕМІЇ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

A. Shukanova,

PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor, Poltava National Pedagogical University named after V. G. Korolenko
O. Fediy,

PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor, Poltava National Pedagogical University named after V. G. Korolenko
P. Shukanov,

Doctor of Science in Geography, Associate Professor, Poltava University of Economics and Trade

FEATURES OF ADAPTATION TO THE CONDITIONS OF THE PANDEMIC OF TOURISM ACTIVITIES

У статті розкрито особливості пристосування суб'єктів туристичної діяльності до умов пандемії. Розглянуто заходи державної підтримки та регулювання суб'єктів сфери туризму, які проводяться в Україні та зарубіжних країнах. Доведено, що туристичні та готельні бренди мають бути більш гнучкими і продемонструвати величезну гнучкість та винахідливість, щоб піклуватися про своїх співробітників у поточній ситуації роботи під час й після пандемії, одночасно задовольняючи швидко мінливі потреби своїх клієнтів. Обґрунтовано, що гнучку політику відмов, перегляд програм лояльності, стратегії збереження персоналу та переорієнтацію основних заходів самозбереження можуть застосовувати суб'єкти туристичної діяльності. Визначено, що дуже суттєвою рисою відновлення туристичного бізнесу є усвідомлення того, що відновлення повинно починатись із місцевого рівня та плавно поширюватись на регіональні, національні та глобальні етапи.

The article considers the main problems of survival of subjects in the tourist ecosystem, which is under threat without constant state support. Theoretical and practical provisions aimed at adapting tourism entities to the conditions of the pandemic are presented. It is established that the governments of the states, in particular the government of Ukraine, have taken a number of measures to mitigate the impact of the pandemic on tourism, to minimize job losses. The presented research is formed in the context of two aspects: 1) the analysis of the state support of subjects of tourist branch in some countries of the world, in particular and in Ukraine; 2) consideration of strategies resorted to by tourism entities. It is determined that the key priorities of tourism policy should include: 1) restoring the confidence of travelers; 2) support for travel companies in adaptation and survival; 3) promoting the development of domestic tourism and supporting the safe return of international

tourism; 4) providing clear information to travelers and companies and limiting uncertainty (as far as possible); 5) development of response measures to support gaps and targeted support; 6) strengthening tourism cooperation within and between countries; 7) creating more sustainable conditions for the development and support of tourism. It was found that the developed countries of the world have provided timely and large-scale assistance to tourism. It has been proven that the pandemic has significantly changed the trends of the tourism industry, including issues such as hygiene and safety, consumers in the domestic market and in neighboring countries, tours and virtual reality technologies in tourism. It is determined that under the influence of the pandemic, some tourism entities managed to reorient in time and not go bankrupt. Due to large-scale vaccination, the tourism business is gradually recovering. Businesses that can make the most of technology and optimize costs will be in the best position to meet future challenges and achieve long-term success. It was found that the liquidity of the tourism and hospitality industries can be maintained and strengthened by meeting a variety of consumer needs and taking measures to turn barriers into opportunities.

Ключові слова: туризм, суб'єкти туристичної діяльності, пандемія, адаптація, державна підтримка.
Key words: tourism, tourism entities, pandemic, adaptation, government support.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Поява смертельної хвороби COVID-19 спричинила величезні фінансові втрати та глобальні кризи у сфері охорони здоров'я та економіки у всьому світі. Як наслідок, відбулося різке скорочення діяльності у індустрії туризму. Пандемія негативно вплинула на поведінку туристів та їх психічний стан. Так, споживачі туристичних послуг стали відмовлятися від запланованих планів туру, побоюючись заразитись хворобою. Необхідно зазначити, що туристичні подорожі збільшують ризик зараження інших пасажирів, тому туристична сфера стала однією із сфер, яка не може втримати свої позиції без мобільності туристів.

З огляду на вищевикладене, доцільно відзначити, що проблематика адаптації представників туристичної галузі є важливим науковим завданням та лежатиме в основі актуальності цього дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання напрямів розвитку туристичної галузі в Україні та у світі є широко досліджені вітчизняними та зарубіжними дослідниками. Однак, оскільки проблема COVID-19 стосується 2020 року, кількість досліджень є недостатньою для формування чітких рекомендацій для індустрії туризму та інших суб'єктів туристичної діяльності.

Зокрема, О.В. Дишкантюк, Л.М. Потьомкін, К.В. Влашок у [1] акцентують увагу на макроекономічних заходах підтримки туризму в Україні як галузі. А саме науковці відзначають, що такими заходами є відкриття ліній кредитування, відтермінування сплати податкових та боргових зобов'язань у контексті впливу пандемії COVID-19 на сектори індустрії туризму.

Колектив науковців у джерелі [2] виокремив чотири основні рівні адаптації системи менеджменту туристичного підприємства до впливу зовнішнього середовища: 1) епістемологічний; 2) прагматичний; 3) інструментальний; 4) організаційний.

М.М. Фурдак [3] вважає, що основними шляхами виведення туристичної галузі України з кризи, заподіяної глобальним поширенням пандемії, спричиненої вірусом COVID-19, є підвищення рівня якості туристичних послуг до європейських стандартів та внутрішній туризм.

Вивчення гостинності та туризму в умовах пандемії мають першочергове значення. Подорожі та туризм вносять значний внесок у ділові операції та в кінцевому підсумку роблять внесок у світову економіку [4]. Сектор туризму є економічним чинником ВВП країни призначення [5].

Проте питання вжиття конкретних заходів/стратегій суб'єктами туристичної діяльності під час пандемії залишається дискусійним і не повністю розкритим.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є визначення адекватних змін у діяльності представників туристичної галузі для адаптації та виходу з кризи, яку спровокувала пандемія.

МАТЕРІАЛИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Дослідження щодо пристосування до умов пандемії суб'єктів туристичної діяльності проводилось методами аналізу та синтезу, абстрактно-логічним та монографічним методами, а також на основі інформації, одержаної із наукових джерел.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сталий туризм, дії щодо клімату, перетворення на новий глобальний економічний лад та стійкість — це виклики сьогодення для туризму. Історично склалося так, що туристична індустрія швидко відновила після катастроф, пандемій та епідемій, таких як Ебола, респіраторний синдром на Близькому Сході (MERS) та важкий гострий респіраторний синдром (SARS). Місцеві, регіональні або національні уряди допомагають галузі відновитися шляхом залучення інвесторів через податкові пільги, поблажливі правила використання земель тощо

Таблиця 1. Реакція уряду на COVID-19 у туризмі

Країна	Дії
Австрія	Федеральне міністерство сільського господарства, регіонів та туризму разом з Австрійським банком розвитку туризму ввели пакет коронавірусу для туризму
Бельгія	Якщо мандрівник скасовує святковий пакет, то клієнтам може бути запропоновано кредитний купон на однакову суму замість дійсного відшкодування протягом щонайменше року
Бразилія	Національний банк розвитку відкрив кредит для оборотних коштів у туристичній галузі для МСП. Також підготовлено пакет допомоги авіакомпаніям
Канада	Канадський фонд досвіду (CEF) запропонував кошти на суму 1 мільйон канадських доларів для послаблення стресу для місцевого туристичного бізнесу
Чілі	Були запроваджені пакети, включаючи відстрочки сплати податків, гнучкість у сплаті податків та інші способи надання більшої ліквідності постраждалим організаціям. МСП у країні, особливо туристичний сектор, отримують перевагу у отриманні цих пакетів
Колумбія	Введено комунікаційний канал із світовими органами туризму в Латинській Америці та туристичними організаціями для передачі інформації, що стосується належної практики
Коста-Ріка	Інститут туризму Коста-Ріки оголосив про тримісячне призупинення оподаткування продажів авіаквитків та доходу, отриманого на одного туриста, для організацій, які просять про несплату через проблеми з ліквідністю з квітня по липень 2020 року
Естонія	Міністерство економічних питань та комунікацій у співпраці з Фондом Kredex (державною фінансовою установою для естонських підприємств) та Enterprise Estonia створило 25 мільйонів євро «пакет допомоги» сприяти індустрії туризму
ЄС	Для туристичної галузі ЄС запропонував такі переваги, як підтримка ліквідності, податкові пільги та пом'якшення правил отримання державної допомоги
Франція	Заміна відшкодування кредитом в еквівалентній сумі на наступну турпослугу. План відновлення на 1,3 млрд євро, що фінансується Caisse des Dépôts та Vpifrance та додаткові приватні інвестиції на загальну суму 7 мільярдів євро
Німеччина	«План Маршалла для туризму» для туристичної галузі, бюджетне стимулювання галузі. Федеральний урядовий центр передового досвіду туризму розробив інформаційну веб-сторінку, що стосується COVID-19 впливу на туристичну галузь
Греція	Міністерство туризму створило Комітет з питань кризового управління з питань коронавірусу. Уряд запровадив загальні заходи допомоги, доступні для туристичного бізнесу
Індонезія	Уряд запропонував пакет стимулюючих заходів у розмірі 725 мільйонів доларів для відродження туризму
Італія	Уряд запропонував 4 мільярди євро допомоги для індустрії туризму
Японія	Японське агентство з туризму запропонує 2,2 млрд доларів США для побудови туристичних напрямків та зробить їх привабливими, розвиваючи туристичне середовище та заохочуючи іноземних туристів
Корея	Уряд Кореї запроваджує фінансову підтримку, звільнення від сплати податків та підтримку робочих місць/зайнятості для індустрії туризму
Нова Зеландія	400 мільйонів новозеландських доларів було надано Фонду відновлення туризму (TRF) у Бюджеті - 2020
Польща	Кампанія «Польща не скасовує, відкладає» була розпочата Польською туристичною організацією, щоб туристи могли користуватися вже придбаними послугами у зручний для цього день
Південна Африка	У сфері гостинності та туризму було запроваджено пакет допомоги у розмірі приблизно 11 мільйонів доларів для МСП
Швейцарія	Парламент Швейцарії запропонував додаткове федеральне фінансування у розмірі 40 мільйонів швейцарських франків для туризму Швейцарії (СТ) на 2020 та 2021 роки
Сполучені Штати	Уряд представив пакет стимулів у розмірі 2 трильйонів доларів США, призначений для всіх підприємств
Великобританія	Група реагування на події туристичної індустрії (TIER) та Рада туристичної індустрії постійно функціонують, працюють над розробкою кампанії відновлення для популяризації британського туризму після закінчення пандемії
Україна	Загальні заходи підтримки МСП, 10-відсоткова ставка ПДВ для туристичних послуг, виділення Кабінетом Міністрів 1 млрд грн з фонду боротьби з COVID-19 на підтримку культури і туризму та допомога з часткового безробіття
Китай	З метою відновлення туризму під час й після пандемії уряд Китаю запровадив адаптивні заходи відвідування різних провінцій залежно від захворюваності

Джерело: узагальнено авторами на основі [8; 9].

[6; 7]. Перш ніж відновити міжнародні подорожі, внутрішній туризм сприятиме відновленню туристичної галузі після пандемії. Інші фактори, включаючи технологічну стійкість, місцеву приналежність та впевненість клієнтів та співробітників, можуть допомогти підвищити стійкість галузі, що є необхідністю наразі.

Усі галузі економіки під час пандемії потребували урядових пакетів стимулів та втручання для підвищення їх продуктивності. Уряд відіграв значну роль в економіці туризму (табл. 1). Це призвело до повторної націоналізації авіакомпаній (наприклад, Air France і Lufthansa), туристичних фірм та мереж, як-от: аеропорти. Це дещо інше у порівнянні з попередніми кризами, які виклика-

ли цікавість у дослідженнях та інститутах і не мали впливу на політику, особливо в індустрії туризму.

Доцільно країнам для збереження й відновлення туристичної галузі розглянути досвід реалізації Новою Зеландією та Австралією програми "Транстасманська туристична зона, вільна від COVID-19", яка дозволяє при дотриманні умов безпечності взаємовідвідувати ці країни [10].

Заходи, запроваджені урядами країн наразі спрямовані на [10]: 1) забезпечення збалансованості між захистом туристів та інтересами працівників туристичної галузі; 2) формування умов виживання бізнесу, особливо малого та середнього бізнесу; 3) координацію відновлення та розвитку туристичного сектора.

Таблиця 2. Заходи відновлення, що використовуються іншими суб'єктами туристичної діяльності

Суб'єкт	Дії
Готелі	Використання державної допомоги, самозбереження (заохочення ринку щодо заброньованих номерів; призупинення дії програм лояльності; підтримка спільнот; переорієнтація діяльності; реагування щодо охорони здоров'я та безпеки; реагування щодо внутрішньої структури та організації компанії шляхом зменшення/ліквідації витрат) та взаємодопомоги готелів (формування кластерів, союзів)
Бари та ресторани	Використання державної допомоги, самозбереження («їжа на виніс» або «доставка»), робота на відкритому повітрі; кейтеринг; дотримання карантинних вимог при роботі)
Екскурсійні об'єкти	Використання державної допомоги, самозбереження (віртуальні тури, віртуальні заходи, відеоблоги в соціальних мережах та освітній контент; дотримання карантинних вимог при роботі)
Організатори подій	Використання державної допомоги, відшкодування коштів тим клієнтам, які вже придбали квитки на події. Зокрема, розглядається можливість видачі сертифікатів на події наступного року або повної відмови від відшкодування (у зв'язку з нестачею коштів в організаторів), самозбереження (організація віртуальних заходів та подій)
Авіакомпанії	Використання державної допомоги, самозбереження (переорієнтація на вантажні перевезення)

Джерело: узагальнено авторами на основі власних досліджень.

Технології є головною силою у створенні гнучкості в індустрії туризму. Під час COVID-19 є випадки заміни людей роботами, застосування мобільних телефонів для відстеження людей, контактів або аналітики великих даних, що прогнозує поширення COVID-19 серед мас. Робот, технології автоматизації та штучний інтелект можуть знизити вартість, покращити ліквідність та підвищити гнучкість. Це також допоможе зберегти соціальну дистанцію, оскільки технології можуть з'єднати людей без будь-якого фізичного контакту. Таким чином, технології можуть вирішувати проблеми, пов'язані з пандемією, до прикладу, як-от: перевірка мандрівників, виявлення випадків COVID-19 та відстеження контактів, забезпечення онлайн-освіти для студентів тощо.

Тепер люди почали ігнорувати проблеми конфіденційності, щоб отримати більш значну технологічну перевагу. Активно почав розвиватися електронний туризм шляхом проактивного використання ІТ-ресурсів для короткострокових та довгострокових цілей.

Під час пандемії та після COVID-19 внутрішній туризм має домінувати на ринку, більшість мандрівників прибувають з найближчих територій. У багатьох місцях внутрішні подорожі обмежуються відвідуванням друзів та родичів, але незабаром це пошириться і на туризм у вільний час. Міжнародні подорожі поступово поживляються, коли відкриваються кордони і це дозволить безперешкодно виконувати міжнародні рейси. Багато країн та регіонів обмежили пересування, запровадивши заборони та інші жорсткі вимоги щодо в'їзду та виїзду, що тонко вплинуло на світову туристичну індустрію.

Нинішній час є найбільш відповідним для просування сталої туристичної галузі. Після наслідків COVID-19 туристична галузь неодмінно підлягатиме реорганізації. Галузь має бути орієнтована на освіту, екологічну та

соціальну справедливість. Так, різні суб'єкти туристичної діяльності для адаптації до умов, що змінилися під час пандемії, застосовують заходи однакового спрямування — державна підтримка, співпраця та самозбереження (табл. 2).

Цікавими є приклади виживання представників круїзного туризму, адже ця галузь туризму, уникаючи оподаткування (через податкові гавані та офшори), потрапила у пастку, де відсутня можливість державної підтримки. Зокрема, стратегія самозбереження проявляється в переорієнтації діяльності, наприклад використання пасажирського лайнера у якості плавучого музею, морські круїзи "мандрівкою в нікуди" (просто розваги на борту лайнера у морі) [11].

Китай найшвидше одужав від пандемії, що значно поживило туризм та призвело до розробки нових турпродуктів, зокрема програми відвідування мегаполісів, островів, відомих гірських курортів і регіонів природних заповідників (TUI China) [11].

Нижче представлено заходи, до яких вдаються готелі як суб'єкти туристичної діяльності (на прикладі Китаю як країни, що найбільше постраждала від пандемії). Період відновлення готельного ринку в Китаї вимагає тісної співпраці між операторами готелів, власниками готелів і інвесторами, а також державними органами. Для цього готелі використовують наступні стратегії збереження ліквідності: 1) стратегія використання державної допомоги; 2) стратегія взаємодопомоги між готелями і всередині готельних мереж; 3) стратегія самозбереження.

Уряд підтримав готельну галузь за допомогою політики преференцій, щоб допомогти підприємствам стати на правильний шлях за рахунок зниження податків і відсотків по кредитах. У той же час, розглядалася можливість зниження порогу кредиту і витрат на фінансування для підприємств, які найбільше постраждали внаслідок

лідок пандемії. Наприклад, муніципальний уряд Саньї випустив документ, який наказував фінансовим установам надавати позики під низький відсоток ключовим туристичним підприємствам, що зазнали фінансових труднощів, а також малим і середнім туристичним підприємствам, які відчувають труднощі з позикою.

До прикладу, муніципальний уряд Сяменя прийняв рішення про виплату винагород кваліфікованим туристичним компаніям і повернення 80% суми гарантійного депозиту, сплаченого туристичним агентством. Три міністерства і комісії провінції Хайнань випустили повідомлення про негайне заохочення окремих осіб і колективів, які домоглися значних результатів у запобіганні пандемії [12].

Для повсякденної роботи готелю важливим є протягом певного періоду часу помірне зниження тягаря особистого і корпоративного соціального забезпечення для співробітників і прийняття пільгових ставок на витрати на електроенергію, що також можуть допомогти готелю більш ефективно долати труднощі. Наприклад, муніципальний уряд Шанхая випустив документ, що оголошує про впровадження політики знижок зі страхування від безробіття, яка поверне 50% від загальної суми страхових внесків зі страхування від безробіття, сплачених легітимними роботодавцями, туристичним підприємствам та їх працівникам у попередньому році; крім того, відкласти коригування бази соціальних виплат [13].

Доцільно зауважити, що податкові пільги передбачені для обмеженого кола підприємств. Так, під категорію суб'єктів, яким передбачено знизити податки потрапляють готелі, ресторани, транспортні та туристичні компанії, які зазнають значних збитків від зниження попиту через пандемію. Великі промислові холдинги, що визначають стан китайської економіки, якихось специфічних заходів підтримки не отримали.

Малим і середнім підприємствам, які постраждали від епідемії, надавалося право на відстрочку виплат (у тому числі процентних) по кредитах до 30 червня 2020 р. За цей період прострочені платежі не підлягають штрафам. Також з 1 березня малі компанії-платники податків в провінції Хубей, звільнені від сплати ПДВ, якщо їх ставка податку встановлена на рівні 3%, а в інших провінціях ставка на ПДВ буде знижена до 1% [14].

Що стосується стратегії взаємодопомоги між готелями і всередині готельних мереж, то у період пандемії і після неї, підтримка і співробітництво між готелями, мережевими "господарями", здаються особливо важливими і цінними. Спільне використання персоналу, приміщень і матеріалів може допомогти готелям з низьким грошовим потоком через холод взимку, що має позитивне значення для відновлення всього ринку після епідемії.

Акцентуючи увагу на стратегії самозбереження, готелі повинні широко співпрацювати і прагнути підтримувати своє існування. Готельну індустрію, яка покладається на грошові потоки, епідемія неминуче призведе до того, що деякі готелі збанкрутують. Тому перше завдання кожного готелю полягає у прагненні збереження свого існування. Всі готелі повинні зосередитися на поліпшенні фінансового потоку з двох сторін: збільшення доходів і скорочення витрат.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ

Пандемія COVID-19 завдала безпрецедентної шкоди в світі. 2020 рік був роком турбулентності для туристичної індустрії. Вплив COVID-19 такий, що спосіб життя людей та подорожей повністю змінився. Завдяки широкомасштабній вакцинації туристичний бізнес поступово відновлюється. Суб'єкти туристичної діяльності, які можуть максимально використовувати технології і оптимізувати витрати, будуть у найбільш вигідному положенні для вирішення майбутніх завдань і досягнення довгострокового успіху. Зараз, як ніколи раніше, необхідно вловити ініціативу і визначити цілеспрямовану стратегію адаптації до мінливих ринкових моделей і тенденцій.

Глобальна паніка, пов'язана з COVID-19, може мати довгострокові наслідки для подорожей. Необхідні ефективні стратегії для підвищення впевненості мандрівників і надання допомоги підприємствам у своєчасному відновленні після цієї кризи. Ліквідність індустрій туризму та гостинності можна зберегти і зміцнити за рахунок задоволення різноманітних споживчих потреб та життя заходів, спрямованих на перетворення перешкод у можливості. Ці зусилля узгоджуються з прогнозованими тенденціями ринкового попиту, як-от: розвиток внутрішнього туризму, оздоровлення мандрівників, безконтактні послуги та охорона навколишнього середовища (сталий туризм).

Аналізуючи мінливі очікування мандрівників і галузеві програми відновлення, це дослідження, запропоноване в цій статті, не є вичерпним, але вказує на численні способи, якими COVID-19, як очікується, вплине на туристичну та готельну індустрію, включаючи штучний інтелект і робототехніку, гігієну і чистоту, охорону здоров'я. Тому перспективними напрямками наукових розвідок стане створення нових моделей туристичного та готельного бізнесу (наприклад, Wellness Retreat (оздоровлення в готелі), готель як міський курорт; смарт-готель). Досвід готельної індустрії Китаю може дати цінні рекомендації для зарубіжних готелів, які все ще страждають від кризи.

Також інноваційним напрямом наукових розробок є розвиток туризму, орієнтованого на громаду з відповідальними підходами до відновлення, перезапуск туристичної галузі в інтересах розвитку місцевих громад.

Література:

1. Дишкантук О.В., Потьомкін Л.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.
2. Рудніченко Є.М., Гавловська Н.І., Живко З.Б., Лісовський І.В. Теоретичний базис стратегічної адаптації системи менеджменту туристичних підприємств до трансформаційних процесів зовнішнього середовища. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2020. № 6. С. 194—198.
3. Фурдак М. М. Шляхи розвитку туристичної галузі України в умовах викликів. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 3 (20). С. 134—142.
4. Rivera M.A. Hitting the reset button for hospitality research in times of crisis: Covid19 and beyond. Inter-

national Journal of Hospitality Management. 2020. № 87. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102528>

5. Wondirad A., Kebete Y., Li Y. Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia. *Journal of Destination Marketing & Management*. 19. 2021. № 19. URL: <https://doi.org/10.1016/j.crbeha.2021.100033>

6. Brouder P. Reset redux: Possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*. 2020. URL: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928>

7. Ioannides D., Gyim'othy S. The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*. 2020. URL: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763445>

8. Жаліло Я.А., Ковалівська С.В., Филипенко А.О., Химинець В.В., Головка А.А. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків: Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень. Київ, 2019. 29 с. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf>

9. OEDC. Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19). URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/#section-d1e216>

10. Національна туристична організація України. Пандемія COVID-19 та її наслідки у 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>

11. Карантин. Як світ рятує туристичну галузь. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3090351-karantin-ak-svit-ratue-turisticnu-galuz.html>

12. Hao F., Xiao Q., Chon K. COVID-19 and China's Hotel Industry: Impacts, a Disaster Management Framework, and Post-Pandemic Agenda. *Int J Hosp Manag*. 2020. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32834356/>

13. Zhao Y., Liu B. The evolution and new trends of China's tourism industry. *National Accounting Review*. 2020. Volume 2, Issue 4. 337 353. URL: <https://www.aimspress.com/article/doi/10.3934/NAR.2020020?viewType=HTML>

14. Choi J. Is cleanliness really a reason for consumers to revisit a hotel? *Journal of Environmental Health*. 2019. № 82 (5). P. 16 22. URL: <https://www.neha.org/node/61149>

References:

1. Dyshkantiuk, O.V., Pot'omkin, L.M. and Vlasiuk, K. V. (2021), "Hospitality and tourism industry in the conditions of COVID-19: world practice and Ukrainian realities", *Prychornomors'ki ekonomichni studii*, vol. 61, pp. 11—17.

2. Rudnichenko, Ye.M., Havlovs'ka, N.I., Zhyvko, Z.B. and Lisovs'kyj, I.V. (2020), "Theoretical basis of strategic adaptation of the management system of tourist enterprises to the transformation processes of the external environment", *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 6, pp. 194—198.

3. Furdak, M.M. (2020), "Ways of development of the tourist industry of Ukraine in the conditions of challenges", *Prychornomors'ki ekonomichni studii*, vol. 3 (20), pp. 134—142.

4. Rivera, M.A. (2020), "Hitting the reset button for hospitality research in times of crisis: Covid19 and beyond", *International Journal of Hospitality Management*, [Online], vol. 87, available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102528> (Accessed 30 Aug 2021).

5. Wondirad, A., Kebete, Y. and Li, Y. (2021), "Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia", *Journal of Destination Marketing & Management*, [Online] № 19, available at: <https://doi.org/10.1016/j.crbeha.2021.100033> (Accessed 30 Aug 2021).

6. Brouder, P. (2020), "Reset redux: Possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world", *Tourism Geographies* [Online], available at: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928> (Accessed 30 Aug 2021).

7. Ioannides, D. and Gyim'othy, S. (2020), "The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path", *Tourism Geographies*, [Online], available at: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763445> (Accessed 30 Aug 2021).

8. Zhalilo, Ya.A., Kovalivs'ka, C.V., Fylypenko, A.O., Khymynets', V.V. and Holovka, A.A. (2019), "Regarding the development of tourism in Ukraine in conditions of increased epidemic risks", *NISS*, [Online], available at: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf> (Accessed 30 Aug 2021).

9. OEDC (2020), "Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19)", available at: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/#section-d1e216> (Accessed 30 Aug 2021).

10. Natsional'na turystychna orhanizatsiia Ukrainy (2020), "The 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: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (Accessed 30 Aug 2021).

11. Ukrinform (2021), "Quarantine. How the world saves the tourism industry", available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3090351-karantin-ak-svit-ratue-turisticnu-galuz.html> (Accessed 30 Aug 2021).

12. Hao, F., Xiao, Q. and Chon, K. (2020), "COVID-19 and China's Hotel Industry: Impacts, a Disaster Management Framework, and Post-Pandemic Agenda", *Int J Hosp Manag*, [Online], available at: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32834356/> (Accessed 30 Aug 2021).

13. Zhao, Y. and, Liu, B. (2020), "The evolution and new trends of China's tourism industry", *National Accounting Review* [Online], vol. 2(4). 337 353, available at: <https://www.aimspress.com/article/doi/10.3934/NAR.2020020?viewType=HTML> (Accessed 30 Aug 2021).

14. Choi, J. (2019), "Is cleanliness really a reason for consumers to revisit a hotel?", *Journal of Environmental Health*, [Online], vol. 82(5), 16 22, available at: <https://www.neha.org/node/61149> (Accessed 30 Aug 2021).

Стаття надійшла до редакції 03.09.2021 р.