

DOI: 10.31866/2616-7603.3.2.2020.221279

УДК 338.48:640.4:614.46

## ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ ФОРС-МАЖОРНИХ ОБСТАВИН НА ІНДУСТРІЮ ГОСТИННОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ПАНДЕМІЇ COVID-19)

Віктор Зінченко<sup>1а</sup>, Євгенія Дубчак<sup>2а</sup>

<sup>1</sup> Кандидат історичних наук, заслужений працівник культури України, почесний працівник туризму;  
e-mail: zinchenko.sputnik@gmail.com; ORCID: 0000-0001-6987-5532

<sup>2</sup> Магістрант; e-mail: zenyadubchak19@gmail.com; ORCID: 0000-0002-4510-7667

<sup>а</sup> Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

### Анотація

Туристичні оператори зазначають, що епідемія коронавірусу COVID-19 стала надзвичайною ситуацією для всього світу. Глобальний карантин, заборона туристичних поїздок – вимушені заходи країн, щоб запобігти подальшому поширенню вірусу.

У роботі подано результати аналізу досліджень провідних учених і аналітиків з проблеми впливу форс-мажорних обставин, що викликані пандемією, на індустрію гостинності, статистичні дані міжнародних і українських організацій сфери туризму про стан галузі під час пандемії; систематизовано та узагальнено практичний досвід країн з подолання наслідків пандемії та глобальної економічної кризи у сфері гостинності.

Сформовано висновки та практичні рекомендації суб'єктам підприємницької діяльності індустрії гостинності в Україні з мінімізації наслідків пандемії COVID-19.

**Ключові слова:** туристичний бізнес; індустрія гостинності; форс-мажорні обставини; пандемія COVID-19; карантин; локдаун

### Вступ

Актуальність дослідження безумовно викликана останніми подіями у світі, зокрема і в Україні, пов'язаними з пандемією COVID-19. Вочевидь всесвітня пандемія змушує нас по-особливому сфокусувати погляд на розвиток індустрії гостинності, яка стала найбільш вразливою та суттєво відчуває на собі наслідки епідемії і вимушених обмежень.

За даними ООН, за час пандемії в першій половині 2020 потік туристів у світі зменшився на 65 %, через що галузь втратила в п'ять разів більше прибутку, ніж під час фінансової кризи 2009 року. Згідно з дослідженням різке падіння попиту на міжнародні поїздки в період із січня по червень 2020 викликало втрату 440 млн міжнародних прибуттів і майже 460 млрд дол. США експортних доходів від міжнародного туризму.

Своєчасно осмислити цей процес – це вже основа запоруки пошуку правильних шляхів виходу із ситуації, що склалася. Вплив форс-мажорних обставин епідемії коронавірусу на індустрію гостинності стає великою проблемою. Суб'єкти підприємницької діяльності індустрії гостинності, які своєчасно та правильно зорієнтовані в таких обставинах, можуть не лише гідно вийти із цієї ситуації, але й сформувати в собі новий бізнесовий «імунітет», що допоможе їм знайти своє ефективне місце в післякарантинний період, який з огляду на об'єктивну динаміку потенційного його розвитку безумовно буде насиченим і потребуватиме нових форм функціонування самої індустрії.

**Мета статті** – дослідити проблеми впливу форс-мажорних обставин на індустрію гостинності.

### Постановка проблеми

Вплив форс-мажорних обставин на індустрію гостинності став однією з головних проблем, особливо для малого і середнього бізнесу, під час всесвітньої епідемії коронавірусу COVID-19. Масштабність поширення коронавірусу вражає знаних дослідників і експертів. З часів Другої світової війни людство не було свідком такого широкомасштабного потрясіння. Навіть найавторитетніше прогнозування наслідків пандемії для індустрії гостинності не може бути сьогодні абсолютно беззаперечним і кінцевим з однієї причини – ми не маємо аналогів, певних алгоритмів та відповідних порівнянь, не маємо наукової думки осмислення подібних процесів. Але не вивчати їх – це свідомо сприяти ще більшому поглибленню кризи у сфері індустрії гостинності, яка вочевидь уже розпочалася, і наслідки якої будуть відчутними повною мірою лише через значний проміжок часу.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблеми впливу форс-мажорних обставин на індустрію туризму під різним кутом зору досліджували: М. Мальська, О. Бордун (2012); М. Пашута (2006); М. Романова (2013); А. Романова (2020); В. Царук (2020); Ю. Н. Харарі (2020) та інші.

Суттєві значення має аналіз наявних джерел офіційної інформації, документів Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) (<https://www.unwto.org/>) і Всеукраїнської асоціації туристичних операторів (БАТО) (<https://uata.com.ua/>), юридичних об'єднань готельєрів та рестораторів, наукове розкриття поняття «індустрії гостинності» (і у зв'язку з цим пошук нових, не використовуваних раніше форм і методів діяльності), узагальнення світового досвіду однопрофільних практик з можливостями їх адаптації в умовах України з урахуванням місцевого попиту, ментальності, традицій і платоспроможності населення.

Свого часу вплив форс-мажорних обставин на діяльність підприємств бізнесу, у тому числі туристичного та готельно-ресторанного, мав місце в дослідженнях низки провідних учених України та світу.

Серед представників міжнародної наукової спільноти доречно виділити Сидні Фінкелстїна – спеціаліста з бізнес-стратегування, професора, очільника факультету лідерства в Школі бізнесу імені Така при Дартмутському коледжі.

Неперевершену увагу до себе викликала наукова праця Клейтона Крістенсена «Дилема інноватора». Книжка автора, якого в американському журналі «Forbes» названо одним з найвпливовіших теоретиків бізнесу останніх 50 років, не є просто розмірковуванням про бізнес, це серйозне дослідження професора Гарвардської школи бізнесу Гарвардського університету з кейсами, графіками та цифрами. Клейтон Крістенсен (Крістенсен, 2019) вважає згубною тенденцією орієнтованість компаній на клієнта. Коли компанії прислухалися до своїх споживачів і агресивно інвестували в технології, продукти та виробничі потужності, які задовольняли потреби наступного покоління їхніх клієнтів. У цьому й полягає одна з дилем інноватора – беззастережне слідування переконанню, що хороші менеджери повинні триматися ближче до своїх клієнтів, може стати фатальною помилкою, адже конкуренція та знесилення бізнесу форс-мажорними обставинами невинно призведуть до його знищення. На думку Клейтона Крістенсена, багатьох загальновизнаних засад раціонального господарювання насправді слід дотримуватися ситуативно. Бувають часи, коли не треба слухати клієнтів, коли треба інвестувати в розробку менш прибуткових продуктів, коли треба завойовувати малі, а не великі ринки. Чи не це є доповненням класичної характеристики бізнесу, у тому числі туристичного, в умовах карантину.

Синхронними охарактеризованим вище ідеям можуть бути ідеї Адама Лашиньського (2012). На основі ретельного дослідження і аналізу успіхів та невдач інноваційної діяльності компаній у різних індустріях (у тому числі й у сфері послуг) автор сформулював основні принципи підривних технологій. Вони допомагають майбутнім і теперішнім підприємцям орієнтуватися в ситуаціях, коли ринок вимагає дотримання засад раціонального менеджменту, а коли – ризику.

Історію ізраїльського економічного дива у його протидії з форс-мажорними обставинами (а їх в Ізраїлі було чимало) по-науковому чітко сформулювали Д. Сенор і С. Сингер (Сенор & Сингер, 2016) у виданні «Країна стартапів», яке вперше побачило світ у 2009 році. Книга стала бестселером The New York Times і була перекладена 30 мовами світу (у тому числі українською). Видання є особливо актуальним для України саме зараз, коли наша країна постала перед цілою низкою викликів.

Список науковців, які вивчали проблематику цього дослідження, сміливо можна доповнити не менш значущими іменами українських і міжнародних авторів, таких як О. Мельник (2018), Д. Томчук (2019), Б. Шефер (2018), Н. Вассерман (2017) та ін.

Перелік науковців, бізнесових особистостей, внесок яких великий у питання «бізнес і форс-мажорні обставини», може доповнюватися такими іменами, як Генрі Форд, Ілон Маск, Ніл Ферґюсон та ін.

### Виклад основного матеріалу

За даними Всесвітньої туристичної організації, членом якої є Україна, кількість подорожувальників у 2020 році (унаслідок безпрецедентних обмежень на подорожі) скоротиться не менше ніж на 30 %, порівнюючи з показниками минулого року.

Всесвітня туристична організація допускає, що прогноз може бути переглянутий, адже світова спільнота наразі зіткнулася з величезними соціальними й економічними проблемами, а термін їх вирішення не зрозумілий. У разі збереження прогнозованого показника уповільнення галузі може відбутися на 20–30 %, дохід туристичного сектору скоротиться на 350–450 млрд доларів США, тобто на третину від тих 1,5 трлн доларів США, що були зароблені туризмом протягом 2019 року. Це означає, що пандемія коронавірусу коштуватиме туристичній галузі від 5 до 7 років зростання. Це найбільш вразливий вплив на туристичну індустрію за останні роки. Для порівняння: у 2009 році під впливом світової економічної кризи, кількість міжнародних прибутків скоротилася всього на 4 %, а спалах атипової пневмонії у 2003 році призвів до зменшення цього показника лише на 0,4 %.

У процесі дослідження проаналізовано досвід європейських країн щодо прийняття ними карантинних заходів, які неминуче скорочують економіку, до складу якої входить й індустрія гостинності.

Міжнародний валютний фонд ще на початку пандемії прогнозував, що об'єми економічної кризи стануть найзначнішими з часів Великої депресії 1929–1933 років. Нещодавно європейська служба статистики Eurostat (<https://ec.europa.eu/eurostat>) опублікувала дані про вплив пандемії коронавірусу на економіку ЄС. Так, падіння економіки в другому кварталі 2020 року для всіх членів ЄС склало 11,9 %, а в зоні євро 12,1 %. Окремі країни Євросоюзу постраждали ще більше: Іспанія оголосила про скорочення ВВП на 18,5 %, Франція – на 13,8 %, Італія – на 12,4 %. Навіть з Німеччини (з однією з могутніх економік ЄС та Єврозони) надійшло повідомлення про скорочення на 10,1 %. Це найбільше падіння з часів Другої світової війни.

У зв'язку з цим цікавим і повчальним виявився досвід Швеції, яка, на відміну від інших країн Євросоюзу (і більшості країн світу), не запроваджувала карантин ні в якій його формі. Держане агентство з питань здоров'я країни лише поширило рекомендації для громадян: носити захисні маски, уникати скупчення людей, систематично дезінфікувати руки, якщо можна, то організувати роботу дистанційно. У країні закрили тільки навчальні заклади та підприємства, які не змогли налаштувати роботу відповідно до державних рекомендацій. За другий квартал 2020 року економіка Швеції (включно зі сферою обслуговування індустрії гостинності) все ж таки скоротилася на 8,6 % (у порівнянні до першого кварталу поточного року). Це було найбільшим падінням шведської економіки з 1980 року. Але оскільки в першому кварталі 2020 року (а це вже був період наявності пандемії) ВВП Швеції виріс на 0,1 %, у країні не об'являли технічну рецесію (скорочення економіки) – для цього має бути падіння ВВП мінімум протягом двох кварталів (SVT Nyheter (<https://www.svt.se/>)).

У результаті шведської моделі карантинних заходів, що базувалися насамперед на свідомості людей, показники економіки цієї країни стали значно кращими, ніж у країнах Південної Європи. Про це засвідчують дані офісу статистики Швеції і аналітичної служби банку NORDEA.

Аналіз засобів масової інформації Швеції, сайтів провідних готелів країни свідчить про те, що країна взагалі не вводила будь-яких обмежень для роботи,

зокрема готелів. Це дало змогу Швеції не вважати проблемою скорочення кадрів у секторі готельно-ресторанного бізнесу. У рейтингу з найбільшою кількістю бронювань в умовах COVID-19 стали такі готелі, як Gothia Towers Hotel (4 зірки), Clarion Hotel Stockholm (4 зірки), Radisson Blu Royal Viking Hotel, Stockholm (4 зірки), Radisson Blu Scandinavia Hotel, Göteborg (4 зірки), First Hotel G (4 зірки), First Hotel Kungsbron (3 зірки).

Доречно зауважити, що вартість готельних послуг у Швеції практично не зменшилася. Лише в окремих готелях були зафіксовані знижки в розмірі 10–15 %. За даними провідних партнерів українського туристичного ринку у Швеції, таких як «O-Sweden», «DuckTour», «Petroskand», суттєві збитки очікують і в їхньому бізнесі. Туроператори Швеції втрачають понад 26 млн євро, і це лише показники першого півріччя з розрахунку щоденно недоотриманих прибутків. Ці дані підтверджує і шведська газета «SVT Nyheter», яка порівнює ці цифри з тим, що в березні минулого року іноземні туристи приносили шведській економіці 800 млн євро.

Проте, якщо одна з найбільших шведських туристичних компаній «SkiStar» у квітні заявила про закриття гірськолижних курортів у Селені, Вемдалені й Оре, то зараз організатори шведського туризму активно готуються до чергового зимового сезону. За наявних заходів щодо турботи про здоров'я своїх гостей у країні спостерігаємо послідовну політику держави щодо збереження економіки, вагомою складовою якої є туризм.

Заслугує на увагу цікавий досвід готельного бізнесу в умовах епідемії коронавірусу в Чехії. В її столиці Празі відкрито перший у світі готель, який прийматиме тільки хворих на коронавірус. Чотиризірковий готель на 55 номерів розташований у центрі Праги та належить мережі Czech Inn Hotels. Він розрахований на людей, які під час подорожі довідалися про те, що хворі на COVID-19, а також мешканців столиці, які хочуть ізолюватися від родини на період хвороби. Для заселення необхідно надати довідку про позитивний тест – розміститися в готелі лише з підозрою на хворобу, що не підтверджена тестом, неможливо. Обслуговування клієнтів у «коронавірусному готелі» організоване повністю безконтактно. У самому готелі спілкування з адміністратором відбувається через спеціальний монітор. А ключі залишають у дверях готельного номеру. Дистанційно можна також замовити їжу на кухні, а також страви чи ліки через службу доставки. За правилами готелю, гостям не можна перебувати за межами свого номеру, за винятком випадків, коли потрібно вийти до лікаря або забрати доставку. Персонал готелю, який забезпечує прибирання та роботу кухні, працює в захисних костюмах. Кімнати після виїзду клієнтів залишають порожніми на один день, а потім ретельно дезінфікують. У спільних приміщеннях дезінфекцію проводять щоденно.

Туризм і готельно-ресторанні об'єкти індустрії гостинності виявилися одними з найвразливіших секторів економіки під час пандемії. Однак туристична галузь об'єднана на багатьох рівнях, що реально може допомогти впоратися із цією надзвичайною ситуацією. Наразі першочерговим завданням має бути зменшення впливу наслідків кризи, особливо на зайнятість. Необхідно підтримувати зусилля, що направлені на відновлення робочих місць і стимулювання еконо-

мічного зростання. Здійснювати взаємозв'язок з клієнтами, щоб не втратити їх у майбутньому.

Давати комплексну оцінку вірогідному впливу пандемії на індустрію гостинності ще зарано, оскільки світ очікує нові хвилі пандемії коронавірусу. Але вже зараз беззаперечним є той факт, що залишитися без роботи можуть сотні мільйонів представників сфери обслуговування в усьому світі. Водночас Всесвітня рада з туризму та подорожей прогнозує, що кількість зайнятих у туристичній галузі людей, які, ймовірно, втратять свої робочі місця через COVID-19, складе близько 75 млн осіб. Переважна кількість (49 %) представлятиме Азійсько-Тихоокеанський регіон.

За даними Асоціації індустрії гостинності України та Всеукраїнської асоціації туристичних операторів, український туристичний бізнес може втратити від 1 до 5 млрд доларів США. 80 % об'єктів цієї сфери – підприємства малого та середнього бізнесу і фізичні особи – підприємці (ФОПи), тож чимало з них (у зв'язку з малим запасом фінансової бізнес-спроможності) можуть припинити своє існування.

З огляду на готельно-ресторанний сектор індустрії гостинності очевидним є факт, що одні з найбільших збитків матимуть ресторани та кафе. Переорієнтація на сервіс «Меню на замовлення з доставкою» не дає змогу покрити реальні втрати підприємств харчування. За оцінками деяких експертів, тільки за перший місяць форс-мажорних обставин втрати ресторанного сервісу – до 40 % від об'ємів подібного періоду минулого року. До цього слід доповнити об'єктивну необхідність скорочення персоналу, потенційну втрату провідних фахівців та інше.

Вочевидь величину вищезазначених проблем не можна перебільшити. Так, за даними Всеукраїнської асоціації туристичних операторів, за три поточні квартали об'єми надання туристичних послуг суттєво зменшилися, проте головною тривоگو є сам факт тимчасового припинення діяльності суб'єктів туристичного ринку.

Таблиця 1

**Показники зменшення кількості туристичних фірм  
і обсягів туристичних послуг в Україні  
у 2020 році за наслідками пандемії COVID-19**

	1 квартал 2020 року	2 квартал 2020 року	3 квартал 2020 року
Зменшення кількості туристичних фірм-операторів, %	немає даних	10	17
Зменшення кількості туристичних фірм-агентів, %	5	20	30
Зменшення обсягів туристичних послуг, %	10	25	43

*Джерело: за інформацією Всеукраїнської асоціації туристичних операторів, 2020.*

Характерним може бути порівняння рівня падіння туристичних прибуттів іноземних туристів за наслідками пандемії COVID-19 в Україні та Швеції (рис. 1).

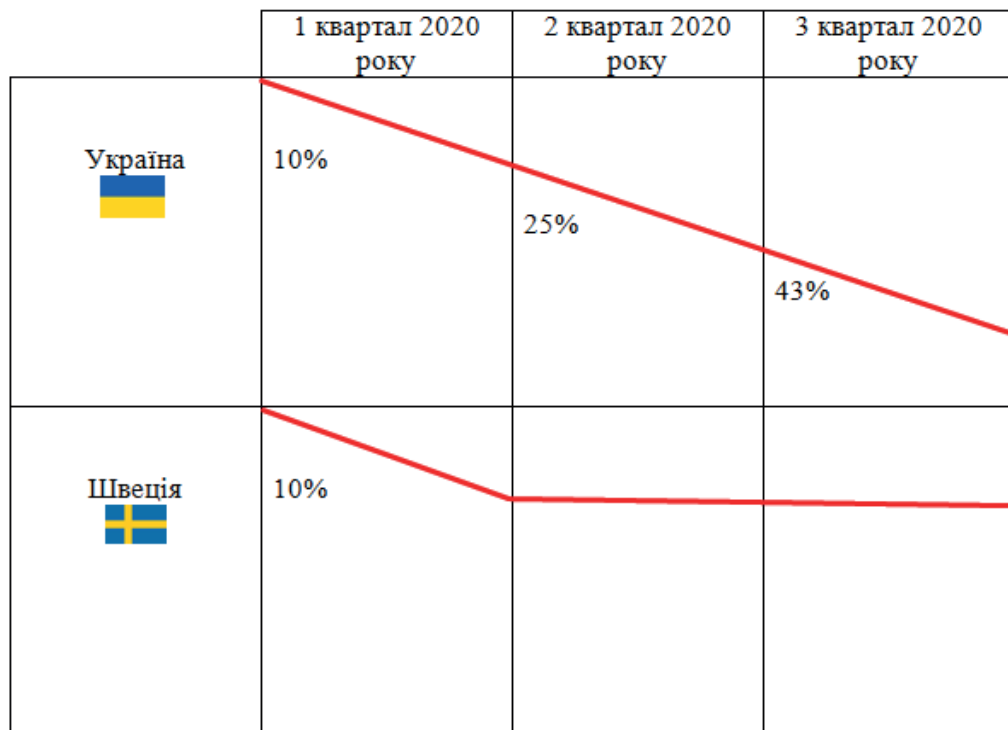


Рис. 1. Динаміка падіння туристичних прибуттів іноземних туристів в Україні та Швеції у 2020 за наслідками пандемії COVID-19

(за інформацією Всеукраїнської асоціації туроператорів та аналітичної служби NORDEA, 2020)

### Висновки

У зв'язку з вищезазначеним надзвичайно важливим є формування певних висновків і практичних рекомендацій суб'єктам підприємницької діяльності.

*По-перше*, розв'язання низки проблем на загальнодержавному рівні. Це і спрощення системи оподаткування, пільгове кредитування, компенсація, зокрема туристичним фірмам за позапланове повернення туристів з місць відпочинку чи туристичних подорожей.

*По-друге*, потенційно можливе створення спеціальних недержавних фондів ризику туристичного та готельно-ресторанного бізнесу при відповідних асоціаціях і об'єднаннях, практична роль яких останніми роками стала декларативною та показною (на противагу їх діяльності в 90-х роках і відповідної ролі, яку вони відігравали в становленні індустрії гостинності в Україні). Кошти фондів, які могли б формуватися за допомогою внесків безпосередніх учасників бізнесу та завдяки іншим джерелам, могли б цілеспрямовано використовувати в разі настання

форс-мажорних обставин. Окремо слід би ініціювати створення державних фондів покриття ризиків туризму, особливо для туристичних компаній, які у своїй роботі мають соціальну складову.

*По-третє*, розв'язання системних питань, актуальність яких підсилилася форс-мажорними обставинами. Потенційна необхідність збільшення об'ємів банківських гарантій для туроператорів та турагентів, посилення взаємодії туристичних суб'єктів підприємницької діяльності та страхових компаній. Унесення змін в умови ліцензування туристичних фірм, які б гарантували значно більшу їх бізнес-спроможність, що логічно впливало б на захист прав споживачів. Створення довгоочікуваного єдиного електронного реєстру туристичних підприємств і внесення змін у питання сертифікації готелів.

*По-четверте*, вжити конструктивних заходів для розвитку внутрішнього туризму, актуальність якого логічно буде зростати. Покращити передусім його інфраструктуру. Формувати нову інвестиційну політику щодо можливості побудови сучасних туристичних комплексів, особливо в зонах підвищеного туристичного попиту. Розв'язувати на сучасному рівні екологічні проблеми, що виникають у зв'язку з подальшим розвитком туризму в Україні.

*По-п'яте*, тимчасове переведення на спрощену систему оподаткування та оплати обов'язкових бюджетних платежів суб'єктів підприємницької діяльності туризму та готельно-ресторанного бізнесу.

*По-шосте*, удосконалення навчальних програм підготовки кадрів для сфери індустрії гостинності. Максимальна їх адаптація до практичної проблематики. Створення механізму зацікавленості для сфери обслуговування індустрії гостинності – брати участь у навчальному процесі студентів туристичної та готельно-ресторанної спрямованості. Формування більш високого іміджу кадрів індустрії гостинності.

Пандемія коронавірусу, вочевидь, докорінно змінить систему побудови низки бізнесів. Туризм і готельно-ресторанна справа не будуть винятком. Логічно бути готовими до реальних змін, адаптуватися до сприйняття нових підходів, правильно використати світовий досвід у питаннях подолання кризових явищ як на локальному та національному, так і на глобальному рівні.

### Список бібліографічних посилань

- Вассерман, Н. (2017). *Дилеми засновника бізнесу. Як попередити помилки й уникнути їх під час створення стартапу*. Виват.
- Кристенсен, К. (2019). *Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании*. Альпина Паблишер.
- Лашинські, А. (2012). *Apple зсередини. Як насправді працює Apple: найдивовижніша, найпотайованіша американська компанія*. Брайт Букс.
- Мальська, М. П., & Бордун, О. Ю. (2012). *Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика*. Центр учбової літератури.
- Мельник, О. О. (2018). *Договірне застереження про форс-мажор за цивільним законодавством України* [Дисертація кандидата юридичних наук, Національний університет "Одеська юридична академія"].



- Пашута, М. (2006). Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності. *Персонал*, 10, 66–74.
- Романова, А. М. (2020, 13 березня). *П'ять порад, як рятувати український туризм під час пандемії*. <https://nv.ua/opinion/koronavirus-i-turizm-kak-ukraine-spasti-industriyu-novosti-50075544.html>.
- Романова, М. М. (2013). Роль и функциональные особенности сферы услуг в современном мире. В *Модель менеджменту для економіки, основанной на знаннях*, V Международная научно-практическая конференция (с. 153–158). МЭСИ.
- Сенор, Д., & Сингер, С. (2016). *Країна стартапів. Історія ізраїльського економічного дива*. Yakaboo Publishing.
- Томчук, Д. (2019). *Тут ключ. Відверті історії українського бізнесмена*. Наш формат.
- Харарі, Ю. Н. (2020, 24 березня). *Як коронавірус змінить світ*. <http://www.uapost.us/blog/yuvalj-noy-harari-yak-koronavirus-zminytj-svit/>.
- Царук, В. М. (2020, 2 березня). *Коронавірус руйнує галузі. На черзі – туризм*. <https://nv.ua/ukr/biz/experts/skasuvannya-naybilshoji-turistichnoji-vistavki-koronavirus-znishchuye-turizm-yak-ukrajina-mozhe-vryatuvati-galuzi-50073117.html>
- Шефер, Б. (2018). *Шлях до фінансової свободи. Ваш перший мільйон за сім років*. Видавництво Старого Лева.

## References

- Kharari, Yu. N. (2020, March 24). *Yak koronavirus zminyt svit [How the coronavirus will change the world]*. <http://www.uapost.us/blog/yuvalj-noy-harari-yak-koronavirus-zminytj-svit/> [in Ukrainian].
- Kristensen, K. (2019). *Dilemma innovatora. Kak iz-za novykh tekhnologii pogibayut silnye kompanii [The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail]*. Alpina Publisher [in Russian].
- Lashynsky, A. (2012). *Apple zseredyny. Yak naspravdi pratsiuie Apple: naidyvoyzhnisha, naipotaiemnisha amerikanska kompaniia [Inside Apple: How America's Most Admired and Secretive Company Really Works]*. Brait Buks [in Ukrainian].
- Malska, M. P., & Bordun, O. Yu. (2012). *Orhanizatsiia ta planuvannia diialnosti turystychnykh pidpriemstv: teoriia ta praktyka [Organization and planning of tourism enterprises: theory and practice]*. Tsentр uchbovoi literatury [in Ukrainian].
- Melnyk, O. O. (2018). *Dohovirne zasterezhennia pro fors-mazhor za tsyvilnym zakonodavstvom Ukrainy [Contractual reservation on force majeure under the civil legislation of Ukraine]* [PhD Dissertation, National University "Odesa Law Academy"] [in Ukrainian].
- Pashuta, M. (2006). *Biznes-planuvannia yak faktor uspishnoi pidpriemnytskoi diialnosti [Business planning as a factor of successful business activity]*. *Personal*, 10, 66–74 [in Ukrainian].
- Romanova, A. M. (2020, March 13). *Piat porad, yak riatuvaty ukrainskyi turyzm pid chas pandemii [Five tips on how to save Ukrainian tourism during a pandemic]*. <https://nv.ua/opinion/koronavirus-i-turizm-kak-ukraine-spasti-industriyu-novosti-50075544.html> [in Ukrainian].
- Romanova, M. M. (2013). *Rol i funktsionalnye osobennosti sfery uslug v sovremennom mire [The role and functional features of the service sector in the modern world]*. In *Model menedzhmentu dlya ekonomiki, osnovannoi na znaniyakh [A management model for*

- a *knowledge-based economy*], V International Scientific and Practical Conference (pp. 153–158). MESI [in Russian].
- Senor, D., & Synher, S. (2016). *Kraina startapiv. Istoriia izrail'skoho ekonomichnoho dyva [Country of startups. History of the Israeli economic miracle]*. Yakaboo Publishing [in Ukrainian].
- Shefer, B. (2018). *Shliakh do finansovoi svobody. Bash pershyi milion za sim rokov [The path to financial freedom. Your first million in seven years]*. Vydavnytstvo Staroho Leva [in Ukrainian].
- Tomchuk, D. (2019). *Tut kliuie. Vidverti istorii ukrainskoho biznesmena [It bites here. Candid stories of a Ukrainian businessman]*. Nash format [in Ukrainian].
- Tsaruk, V. M. (2020, 2 bereznia). *Koronavirus ruiniue haluzi. Na cherzi – turyzm [Coronavirus destroys industries. Tourism is next]*. <https://nv.ua/ukr/biz/experts/skasuvannya-naybilshoji-turistichnoji-vistavki-koronavirus-znishchuye-turizm-yak-ukrajina-mozhe-vryatuvati-galuz-50073117.html> [in Ukrainian].
- Vasserman, N. (2017). *Dylemy zasnovnyka biznesu. Yak poperedyty pomylky y unyknyty yikh pid chas stvorennia startapu [Dilemmas of the founder of the business. How to prevent mistakes and avoid them when creating a startup]*. Vyvat [in Ukrainian].

## PROBLEMS OF THE FORCE MAJEURE CIRCUMSTANCES IMPACT ON THE HOSPITALITY INDUSTRY (ON THE EXAMPLE OF THE COVID-19 PANDEMIC)

Viktor Zinchenko<sup>1a</sup>, Yevheniia Dubchak<sup>2a</sup>

<sup>1</sup> PhD in History, Honored Worker of Ukraine Culture, Honorary Tourism Worker of Ukraine; e-mail: [zinchenko.sputnik@gmail.com](mailto:zinchenko.sputnik@gmail.com); ORCID: 0000-0001-6987-5532

<sup>2</sup> Master's Student; e-mail: [zenya.dubchak19@gmail.com](mailto:zenya.dubchak19@gmail.com); ORCID: 0000-0002-4510-7667

<sup>a</sup> Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

### Abstract

Tour operators note that the epidemic of coronavirus COVID-19 has become an emergency for the whole world. The global quarantine, travel bans are forced measures by countries to prevent further spread of the virus.

The paper presents the results of research analysis by leading scientists and analysts on the impact of force majeure caused by the pandemic on the hospitality industry, statistics of international and Ukrainian tourism organizations on the state of the industry during the pandemic. The practical experience of countries in overcoming the consequences of the pandemic and the global economic crisis in the field of hospitality has been systematized and generalized.

Conclusions and practical recommendations to business entities of the hospitality industry in Ukraine on minimizing the consequences of the COVID-19 pandemic have been formed.

**Keywords:** tourism business; hospitality industry; force majeure; COVID-19 pandemic; quarantine; lockdown



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.