

I. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ

УДК 911.3

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2021.63.3-15>

Любіцева Ольга Олександрівна,
доктор географічних наук, професорка

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна, e-mail: loa13@ukr.net
ORCID ID: 0000-0002-8508-9395

Смирнов Ігор Георгійович,
доктор географічних наук, професор

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна, e-mail: smytov_ig@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0002-6395-7251

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID 19: СВІТОВІ ТА УКРАЇНСЬКІ ТRENДИ

Метою статті є розкриття змін та проблем, що виникли у сфері туризму та гостинності у світі та в Україні в результаті впливу пандемії Covid 19 та шляхів вирішення цих проблем.

Методика дослідження. Авторський аналіз матеріалів української преси, що відображали поточний стан проблеми та нові явища у сфері туризму та гостинності світу та України. Стаття базується на результатах досліджень та міркувань авторів щодо відбиття впливу пандемії на галузі туризму і гостинності, враховуючи світовий та український досвід [1], а також на авторському аналізі публікацій поточної української преси, присвячених актуальним змінам, що відбувалися протягом 2020-2021 рр. у сфері туризму та гостинності у світі та Україні в ході реалізації заходів по боротьбі з деструктивною дією пандемії [2-10].

Результати дослідження. Виявлено проблеми, зміни, нові явища у сфері туризму та гостинності світу та України за час пандемії та карантинних обмежень у подорожах у сфері внутрішнього та міжнародного туризму. Пандемія Covid-19, яка знезапче «звалилася» на світовий туризм у 2020 – 2021 рр., не тільки загальмувала його розвиток, у т.ч. в Україні, але й спричинила значні зміни в усій сфері туризму та гостинності. Розкрито сутність цих змін, що включили не тільки «мінуси», але й певні «плюси», присвячено дану статтю.

Практична значимість. Полягає у виявленні проблем розвитку туризму і гостинності під час пандемії Covid-19 у 2020-2021 рр. в Україні та світі та шляхів виходу з кризи індустрії подорожей, враховуючи досвід інших країн та особливості вирішення вищенаведених проблем в туризмі, готельному та ресторанному господарстві України. Так, наведення та розкриття сутності нових явищ у світовому туризмі та гостинності (тревел-шейминг, воркейшн, ворк фром хотел, стейкейшн, цифрові кочівники, тревел-бульбашки) призвело до їхнього використання у практиці туризму України, наприклад, у готелях Львова.

Ключові слова: туризм, готельно-ресторанний бізнес, пандемія Covid-19, локдаун, UNWTO, Україна, Київ, тревел-шейминг, воркейшн, ворк фром хотел, стейкейшн, цифрові кочівники, тревел-бульбашки.

УДК 911.3

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2021.63.3-15>

Любіцева Ольга Александровна,
доктор географических наук, профессор

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев,
Украина, e-mail: loa_13@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-8508-9395

Смирнов Игорь Георгиевич,
доктор географических наук, профессор

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев,
Украина, e-mail: smytov_ig@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-6395-7251

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID 19: МИРОВЫЕ И УКРАИНСКИЕ ТRENДЫ

Целью статьи является раскрытие изменений и проблем, возникших в сфере туризма и гостеприимства в мире и в Украине в результате воздействия пандемии Covid 19 и путей решения этих проблем.

Методика исследования. Авторский анализ материалов украинской прессы, которые отражали текущее состояние, проблемы и новые явления в сфере туризма и гостеприимства в мире и в Украине. Статья базируется на результатах исследований и суждений авторов по отражению влияния пандемии на отрасли туризма и гостеприимства, учитывая мировой и украинский опыт [1], а также на авторском анализе сообщений украинской прессы, посвященных актуальным изменениям, происходившим в течение 2020-2021 гг. в сфере туризма и гостеприимства в мире и Украине в ходе реализации мер по борьбе с деструктивным действием пандемии на индустрию путешествий [2-10].

Результаты исследования. Вывявлены проблемы, изменения, новые явления в сфере туризма и гостеприимства мира и Украины за время пандемии и карантина в индустрии путешествий, в сфере внутреннего и международного туризма. Пандемия Covid-19, которая неожиданно «упала» на мировой туризм в 2020 - 2021, не только затормозила его развитие, в т.ч. в Украине, но и вызвала значительные изменения во всей сфере туризма и гостеприимства. Раскрыто сущность этих изменений, включая не только «минусы», но и определенные «плюсы».

Практическая значимость. Заключается в выявлении проблем и новинок в развитии туризма и гостеприимства во время пандемии Covid-19 в 2020-2021 гг. в Украине и мире и путей выхода из кризиса

індустрії подорожей, ухвалюючи врахування досвіду інших країн та особливості вирішення вищезгаданих проблем в туризмі, готельно-ресторанній господарстві України. Так, ідентифікація та розкриття сутності нових явищ в світовому туризмі та гостеприємстві (тревел-шеймінг, воркейшн, ворк фром хотел, стейкейшн, цифрові кочівники, трежел-пузирі) привели до їх впровадженню в практику туризму та гостеприємства України, наприклад, в готельницях Львова.

Ключові слова: туризм, готельно-ресторанний бізнес, пандемія Covid-19, локдаун, UNWTO, Україна, Київ, трежел-шеймінг, воркейшн, ворк фром хотел, стейкейшн, цифрові кочівники, трежел-пузирі.

UDC 911.3

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2021.63.3-15>

Lyubitseva Olha Olexandrivna

Doctor of Geographical Sciences, Professor

Smyrnov Igor Georgiyovych,

Doctor of Geography Sciences, Professor

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine,
e-mail: loa_13@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-8508-9395

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine,
e-mail: smyrnov_ig@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-6395-7251

PROBLEMS OF TOURISM AND HOSPITALITY DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF THE COVID 19 PANDEMIC: WORLD AND UKRAINIAN TRENDS

The aim of the article is to reveal the changes and problems that have arisen in the field of tourism and hospitality in the world and in Ukraine as a result of the impact of the Covid-19 pandemic and ways to solve these problems.

Research methodology. That's author's analysis of materials of the current World and Ukrainian press, which reflected the actual state of the problem and new phenomena in the field of tourism and hospitality of the world and Ukraine. The article is based on the results of research and reflections of the authors on the impact of the pandemic on tourism and hospitality fields, taking into account world and Ukrainian experience [1], as well as on the author's analysis of current Ukrainian press publications on current changes in 2020-2021 in the field of tourism and hospitality in the world and in Ukraine during the implementation of measures to combat the destructive effects of the pandemic on travel industry [2-10].

Results of the research. Problems, changes, new phenomena in the field of tourism and hospitality of the world and Ukraine during the pandemic and quarantine restrictions in travel in the field of domestic and international tourism were identified. The Covid-19 pandemic, which suddenly "fell" on world tourism in 2020-2021, not only slowed down its development, including in Ukraine, but also caused significant changes in the entire field of tourism and hospitality. The essence of these changes is revealed, which included not only "minuses", but also certain "pluses".

Practical significance. Is to identify problems of tourism and hospitality during the Covid-19 pandemic in 2020-2021 in Ukraine and the world and ways out of the crisis of the travel industry, taking into account the experience of other countries and features of solving the above problems in tourism, hotel and restaurant industry in Ukraine. Thus, the introduction and disclosure of the essence of new phenomena in world tourism and hospitality (travel shaming, workcation, work from hotel, staycation, digital nomads, travel bubbles) led to their use in the practice of tourism in Ukraine, for example, in hotels of Lviv.

Keywords: tourism, hotel and restaurant business, Covid-19 pandemic, lockdown, UNWTO, Ukraine, Kyiv, travel shaming, workcation, work from hotel, staycation, digital nomads, travel bubbles.

Постановка проблеми. Пандемія Covid-19 в першу чергу позначилась на глобалізованих галузях економіки і на тих сферах життєдіяльності, які, як туризм, мають глобалізаційний вимір і торкаються основоположних принципів життя сучасної людини, зокрема, свободи пересування. Саме обмеження прав і свобод сучасного туриста було сприйнято так емоційно, з неоднозначними реакціями на обмеження і заборони на початку пандемії. Потрібен був час на усвідомлення людством глобальності цього виклику і необхідності адекватного «відгуку» на нього.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематиці впливу covid-19 на туризм присвячено зараз дуже багато поточних публікацій як в наукових виданнях, так і у ЗМІ. ЗМІ переважно висвітлюють поточну проблематику, пов'язану зі сприйняттям людьми обмежень на пересування і дії владних структур щодо упорядкування і контролю над епідситуацією, а також практику виходу окремих підприємств індустрії туризму з кризової ситуації, тобто поширюють приклади креативних рішень. Автори наукових публікацій, як і аналітики UNWTO [12, 13], намагаються узагальнити досвід практики або імплементувати досвід суміжних сфер діяльності чи подібних умов в минулому задля того, щоб знайти оптимальні шляхи пом'якшення впливу пандемії на сферу туризму.

Мета статті полягає у висвітленні позитивних креативних практик підприємств індустрії туризму України на тлі загальних процесів впливу covid-19 на туризм в цілому і його окремі складові.

Виклад основного матеріалу. Туризм, як сервісний вид діяльності, є залежним від об'єктивних та суб'єктивних чинників, що робить індустрію туризму як міжгалузовий комплекс, сформований галузями, що мають за мету задоволення потреб подорожуючої людини, ризикованим

бізнесом. Ризики ведення цього бізнесу були закладені в основи організації туризму ще Т.Куком в середині XIX ст. і з того часу не зменшуються. Об'єктивним підґрунтям стрімкого розвитку туризму були здобутки науково-технічного прогресу, бо кожен якісний «стрибок» технологій відкриває нові можливості для індустрії туризму і стає основою для змін і поштовхом для розвитку. Зміна способу життя і характеру праці, пов'язана з урбанізацією, також стала стимулом розвитку туризму, вивільнивши час на особистий розвиток. Ці два взаємопов'язані процеси стимулювали розвиток туризму як способу саморозвитку, як форми пізнання світу і власних можливостей. Масовий туризм, що розвивається по експоненті з післявоєнних часів, сформував відповідний стиль життя більшості населення не тільки економічно розвинених країн, а й країн з середнім рівнем розвитку, проникає в стиль життя середнього класу слаборозвинених країн, що засвідчує статистика міжнародних туристичних потоків UNWTO. Участь в туристичному процесі стала проявом особистої свободи, а не демонстрацією економічних можливостей особистості, і держави у своїй міжнародній діяльності враховують цей аспект. Саме можливість саморозвитку особистості в процесі тимчасової/сезонної міграції обумовила динаміку, глобальність і геоторіальність туристичного процесу, характерного для етапу постіндустріального розвитку, а новітні технології спростили доступ до туристичних послуг, прискорили діяльність суб'єктів туристичного ринку і надали можливість урізноманітнити туристичний продукт.

Як вважає завідувачка кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка, докторка географічних наук, професорка Ольга Любіцева [1], визначення туризму як динамічного, глобального, зі стабільним приростом туристичного потоку (на 4% у 2019 році) і зростання прибутків (на 5%, 2019), як однієї з найефективніших галузей третинного сектору експортної орієнтації у 2020 р. «стало історією». UNWTO констатувало катастрофічне падіння світових і регіональних показників туристичної діяльності за цей рік у понад 70%, що призводить до падіння зайнятості в цій сфері, закриття підприємств індустрії туризму. За оцінками експертів, на відновлення туризму до рівня 2019 р. знадобиться від 2 до 4 років.

Пандемія covid-19, яка охопила не готовий до таких викликів світ, позначилась в першу чергу на туризмі як поліаспектному виді діяльності, і водночас виявила дійсні масштаби економічного і соціального впливу туризму, його мультиплікативний ефект. Населення України не таке туристично мобільне як населення США чи Німеччини (наприклад, за показником частки населення, яке здійснює міжнародні подорожі), але неможливість провести вільний час у вже звичному режимі подорожування, накладені пандемією обмеження в спілкуванні сприймаються переважно негативно. Відсутність можливості здійснити зарубіжну подорож спрямовує «погляд» потенційного туриста на вітчизняні можливості. До вітчизняних туристичних destinations можна дістатися особистим автотранспортом, можна скористатися пропозицією національних туроператорів, які активно почали переорієнтовуватися на можливості внутрішнього туризму і формувати власний туристичний продукт. Однак тут виявилось, що далеко не всі відомі туристичні принади доступні для вітчизняних туристів. Розрекламовані туристичні ресурси виявились не готовими приймати значні обсяги відвідувачів, оскільки практично не облаштовані як туристичні destinations. Таким чином, бажання відпочити подалі від місць скупчення людей (за межами великих міст) наштовхується на неможливість дістатися до місця, яке зацікавило, через погані дороги, а задоволення від відвідування, наприклад, унікальних ресурсів, - на відсутність можливості поїсти відповідно своїм уподобанням, змістовно провести час, відпочити у затишному закладі розміщення і т.д. Фахівці туристичної сфери багато років говорять і пишуть про необхідність відновлення внутрішнього туризму і багато що робиться для цього – для розвитку спортивного та інших видів активного відпочинку, сільського, подієвого туризму, але covid-19 показав неготовність внутрішнього туризму задовольнити потреби туристів. Які позитиви дала пандемія: 1) показала роль і значення туризму в глобальних масштабах і в масштабах кожної конкретної розвиненої країни, населення якої є міжнародними туристами; 2) розкрила економічні масштаби міжнародного туризму і його вплив на національні і регіональні економіки; 3) показала масштаби соціального впливу туризму на різні аспекти життя населення (від можливості займатися бізнесом до свободи вибору форми і змісту відпочинку). Тобто пандемія розкрила глобальність туризму як феноменального явища сучасної цивілізації, підтвердила його роль в економіці і соціальному розвитку. Що розкрила пандемія для українського туризму: 1) необхідність розвитку/відновлення внутрішнього туризму; 2) необхідність змін в організації туристичної діяльності. Які шляхи вбачаються для вирішення даних проблем: 1) формування «опорного туристичного каркасу» країни, а потім регіонів і далі – до локального рівня. «Опорний туристичний каркас» має складатися

з дійсних туристичних дестинацій, тобто спеціально облаштованих для відпочинку туристів місцевостей (вузлів, центрів, пунктів), поєднаних постійно діючими туристичними маршрутами, по яких бажано цілорічно пересуваються туристи. Ці маршрути розробляють і забезпечують національні туроператори, турагенти і екскурсійні бюро, приймаючи і обслуговуючи внутрішніх і іноземних туристів. Наповненню «опорного туристичного каркасу» мають сприяти державні програми розвитку шкільного туризму, наприклад, під гаслом «Україна – моя Батьківщина!». Така програма має бути складена за участі науковців-туризмологів, практиків турбізнесу, громадських організацій в сфері туризму і представників освітянської спільноти, пройти громадські слухання і бути затвердженою на державному рівні, що забезпечить її фінансування та реалізацію. Що мається на увазі: для школярів, починаючи зі школи I ступеня і до школи III ступеня, розробляється набір екскурсійно-туристичних продуктів відповідно до їхнього віку з урахуванням шкільної програми. Наприклад, для школярів молодших класів, які вивчають свій рідний край – це мають бути екскурсії, переважно красназвччі, які дають можливість ознайомитись з природою і культурно-історичним надбанням своєї місцевості, відвідання музеїв, а можливо, і проведення занять на їхній базі; для школярів середньої школи – екскурсії і тури вихідного дня до видатних пам'яток, які становлять національну природну і культурні спадщину українського народу, але знаходяться в своєму і сусідніх регіонах; для школярів старшої школи – тури, які дадуть можливість не тільки ознайомити з природною і культурно-історичною спадщиною України, а й з поточними культурними, спортивними та іншими подіями. Подорожі мають стати невід'ємною частиною учбового процесу при вивченні історії, географії, економіки країни, складовою виховання патріотизму і самоідентичності, оскільки у людини, яка особисто відвідала місця слави предків, враження і гордість залишаються на все життя. Ще на один аспект наштовхують наслідки коронавірусу: туризм це «креативна економіка», це галузь діяльності, яка ґрунтується на професіоналізмі, що закладається в тому числі вищою професійною освітою. Саме університети, що готують фахівців спеціальності 242 «туризм» мають закладати творчий підхід до розуміння туризму, тенденцій його розвитку, до оцінки міжнародного досвіду і можливостей його застосування, до оцінки власних можливостей забезпечення сучасних вимог в сфері туризму. Таким чином, на вищу фахову освіту покладається завдання не тільки надавати знання про рекреаційно-туристичні ресурси, інфраструктуру туризму, спеціальні технології, в тому числі й інформаційні, а навчати майбутніх фахівців туризму креативному мисленню, творчому підходу до організації власного бізнесу, до діяльності в сфері екскурсійно-туристичного обслуговування, до формування і діяльності туристичних дестинацій, тобто до розвитку туризму в усій його різноманітності.

Розвиток туристичної освіти сполучний з розвитком науки про туризм – туризмології [1]. Формування туризмології – міждисциплінарного напрямку наукових досліджень з туризму – пройшло вже етап зародження. Напрацювання науковців в економіці, географії, педагогіці, архітектурі і містобудуванні, державному управлінні та інших напрямках наукових досліджень (таких нараховується 20 – за захистами кандидатських та докторських дисертацій) є підставою для такого твердження. Наявні монографії, статті в наукових фахових виданнях як в Україні так і за кордоном в т.ч. у виданнях, що включені до наукометричних баз, підручники і навчальні посібники, підготовка докторів філософії дозволяють зробити означений висновок: туризмологія переходить на етап становлення як окрема наука, що має на меті прогнозувати розвиток туризму. Таким чином, пандемія коронавірусу може розглядатися не тільки як фактор негативного впливу на туризму, що зрозуміло, а й як позитивний поштовх до дій у напрямку відродження і становлення повноцінної і повномасштабної сфери туризму в Україні.

Отже, подорожі під час пандемії змінилися і скоротилися до мінімуму. Але туристи все ж таки шукають будь-які можливості відправитися до нових країн. За час пандемії перетворень зазнали не тільки подорожі, але й з'явилися нові їх форми та терміни, що розкривають ці зміни та відображають відношення до них. До таких новітніх явищ у міжнародному туристичному бізнесі з відповідними назвами відносяться [2; 3]: тревел-шеймінг, воркейшн, ворк фром хотел, стейкейшн, цифрові кочівники, тревел-пухирі. Що ж вони означають?

Подорожі під час пандемії можуть викликати не тільки радість, але й стид. Таке явище і отримало назву *тревел-шеймінг* (з англ. – travel – подорож, shame – стид) [2]. До коронавірусу подорожі вважалися «соціальною валютою». Люди подорожували, знайомились з представниками інших країн, національностей, спілкувались в реалі або соцмережах. І, звісно, хвалилися новими поїздками: рахували кількість відвіданих країн, перельотів, міст та скільки днів вони провели поза домівкою у поїздках. При цьому збентеження переживали ті, хто мало подорожував, – їм нічого було сказати. Але після загальноосвітнього блокування внаслідок жорсткого карантину соціальний статус

подорожей змінився. Туристи, які намагаються подорожувати під час пандемії, можуть зіштовхнутися з негативною реакцією оточення. Багато людей вважають, що подорожі під час пандемії коронавірусу піддають загрозі інших через можливість заразитися цією хворобою. Особливо велику хвилю засудження можна отримати за красиві фото у соціальних мережах, які подорожуючі виставляють після поїздки. Іноді неприязнь і засудження чийхось подорожей зупиняє людей від купівлі туру: а що скажуть інші, якщо я поїду на відпочинок під пальмами. Що ж робити у цій ситуації? Краще не хвалитися своїми поїздками, або просто не звертати увагу на тих, хто «голосно» висловлюється під такими світлинами. Головне – самим не опускатися до засудження інших. А подорожувати чи ні під час пандемії – кожен повинен вирішувати самостійно та відповідати за ризики та можливі проблеми, як під час поїздки, так і після неї.

Воркейшн - це робоча відпустка, а точніше робота під час відпустки (з англ. work – робота, vacation – відпустка) [2]. Поєднання роботи та відпустки передбачає роботу поза офісом, суміщуючи дозволя з продуктивним часом. Основна ідея поняття «воркейшн» полягає у тому, що можна не брати відпустку, щоб кудись поїхати. Навіть у поїздки можна продовжити працювати віддалено. Цей тренд з'явився ще 2012 р., але став особливо актуальним під час пандемії, майже зрівнявшись з звичайною віддаленою роботою. Теоретично воркейшн розрахований на офісних працівників, які не хочуть зупиняти робочий процес, але вирішили кудись терміново поїхати, щоб змінити спосіб життя. Практика воркейшна була впроваджені у багатьох фірмах США та Європи, які уважно відносяться до благополуччя працівників та альтернативних способів підвищення їх продуктивності праці у довготривалій перспективі. Звісно, нам поки що доволі складно собі таке уявити але у багатьох великих компаніях США та Австралії керівництво іде на такі поступки, щоб цінний працівник не перегорів на роботі, зміг поїхати разом з родиною до заміського будинку або відправитися у поїздку під час канікул дітей. Не завжди офіційні відпустки співпадають з родинним розкладом, а от воркейшн це дозволяє. До речі, це є і непоганий варіант продовження звичайної відпустки. Залишається домовитися з керівництвом про додатковий тиждень відпустки та переключитися на віддалену роботу у той час, поки ваша родина продовжує відпочивати на пляжі. Також це непоганий спосіб продовжити перебування у місці відпочинку, яке сподобалося.

2020 р. не був сприятливим для туристичної індустрії. Особливо це відбилося на готельному бізнесі – найбільшому та найважливішому складнику туристичного комплексу. Для того, щоб перекрити збитки деяким готелям довелося застосувати творчий підхід у адаптації до нових умов бізнесу. Одна з таких спроб полягає у привабленні бізнес-мандрівників новою концепцією – WFH (англ. work from hotel), «робота з готелю» [2]. Отже, деякі готелі вирішили переорієнтуватися з подорожуючих на ділових людей, які працюють віддалено, тому можуть подорожувати, не чекаючи на відпустку. Наприклад, по своїй країні або до країн, які відкриті до відвідування. Дистанційний режим роботи дозволяє виконувати свої обов'язки і одночасно лікуватися в санаторії, або відпочивати в Арабських Еміратах. У всьому світі готельні мережі розпочали нові програми для реалізації цієї концепції, використовуючи переваги вже існуючих зручностей. Хочете прийняти ванну під час обідньої перерви? Або провести зустріч в залі для нарад? Або попрацювати у зимовому саду готелю? Все це стає можливим, якщо замість офісу орендувати номер у готелі. Тому тепер у переліку популярних вимог до сервісу готелю значаться додаткові вимоги: стабільний інтернет, доступні розетки, столи, що регулюються за висотою, ергономічні стільці, тихі та комфортні номери. Прикладами цього є: готель Marriott Providence Downtown, який сформував пакети Day Use зі знижками 50% для тих, хто працює віддалено; готель White у Брукліні (Нью-Йорк), що надає в оренду номери для роботи щоденно з 8.00 до 18.00 (постояльці можуть розміститися в номері з гарним видом з панорамних вікон, або у внутрішньому дворіку, у вартість оренди номеру входять безкоштовні напої та цифровий доступ до газети «The New York Times»). Багато готелів розробили пропозиції з істотними знижками для тих гостей, які приїдуть до них на постійне проживання, щоб попрацювати в готелі від двох днів до декількох місяців. Постояльцям надають не тільки стандартні готельні послуги: можна привезти з собою домашніх улюбленців, або родину. При цьому пропонується для дітей віртуальна допомога у дистанційному навчанні, а для дорослих – робочі місця у альтанках біля басейну та інші приємні особливості, яких не має у стандартному офісі чи в зоні коворкінгу. Цей досвід вже використовують готелі Львова, наприклад, готель «Дністер», де створюють відповідні умови для перебування і роботи програмістів. Також у Львові творчо застосовують практику «воркейшн».

Сьогодні багато людей не можуть собі дозволити витрачати великі кошти на тривалі подорожі, до того ж в локдаун можуть відмінити навіть потяги, тому придумали альтернативу справжньої відпустки – *стейкейшн* (від англ. staycation: stay - перебування, vacation – відпустка) –

відпочинок неподалік домівки з рідними, друзями, дітьми і, навіть, з улюбленими домашніми тваринами [2]. Цей термін став популярним під час фінансової кризи початку 2000-х років, коли у багатьох людей бракувало грошей на коштовні закордонні подорожі. Доводилося подорожувати недалеко від домівки, часто навіть у власному місті люди шукали нових вражень. Головне при цьому – зробити все, щоб відчувати себе туристом, відволіктися від побутових проблем, не відповідати на робочу пошту, не займатися домашнім господарством. До речі, якщо взяти на озброєння цей термін то можна організувати гарний відпочинок у святкові дні, наприклад, пожити у найкращому готелі міста, або піти у ресторан, замість того, щоб готувати вечерю для родини, а вранці отримати задоволення від нового виду з вікна, неспішного сніданку, замовленого до готельного номеру, або просто гуляти по місту, дивлячись на нього очима туриста. При цьому така пропозиція має багато переваг: виключена можливість запізнення на рейс, не треба збирати валізи, можливо побути на самоті, або удвох з коханою особою, а дітей для різноманітності залишити бабусі та дідусеві. Головне - отримати яскраві враження і це можливе, навіть не виїжджаючи далеко з свого міста.

Ще одне нове явище 2020 р. у світовому туризмі – *візи для фрилансерів*. Їх запровадили у декількох країнах, для того щоб привабити туристів – «цифрових кочівників» (англ. *Digital nomads*), тобто працівників які не залежать від офісу [2]. На що це потрібне фрилансеру, якщо він і так може працювати віддалено де захоче? Справа у тому, що у деяких країнах за туристичною візою не можна працювати. І навіть, якщо не афішувати свою трудову діяльність, то, як правило, туристична віза швидко закінчується і після цього треба виїхати з країни. А під час пандемії візи для фрилансерів забезпечують можливість потрапити до тієї країни, куди туристам в'їзд заборонений. Так, у листопаді 2020 р. емірат Абу-Дабі (ОАЕ) оголосив про створення нового типу віз, що дозволяють фрилансерам, які працюють на довгостроковій основі, проживати в еміраті. Громадяни (резиденти та нерезиденти ОАЕ) можуть подати заявку на отримання подібного дозволу. Раніше іноземці отримували право працювати в цій країні тільки, якщо їх найняла компанія в Абу-Дабі, ліцензії на фриланс видавались виключно громадянам ОАЕ. Ще одна країна – Ісландія, яка до цього часу була закрита для мандрівників, запропонувала візи, за якими віддалені працівники можуть переїхати туди на термін до 6 місяців. При цьому можна приїхати з родиною і у такий спосіб побачити природні красоти Ісландії без юрб туристів. Ще у деяких країнах з'явилися візи для «цифрових кочівників»: Грузія обіцяє таку візу при доході від \$ 2000 на місяць – можна приїхати навіть під час пандемії, але доведеться пробути 12 днів у карантині; чекають на фрилансерів і в Естонії, де можна жити цілий рік, якщо місячний дохід перевищує \$ 3405. Сприятливі умови для цифрових кочівників обіцяє Тайланд.

Тревел-пухирі (з англ. - *travel bubbles*), вони ж – тревел-коридори (з англ. - *travel corridors*), або повітряні мости (з англ. - *air bridges*) дозволяють мандрувати між двома або декількома країнами без необхідності перебувати на карантині [3]. По суті, це ексклюзивні партнерські угоди, підписані урядами країн, які продемонстрували значні успіхи у стриманні пандемії Covid-19 та боротьбі з нею у межах своїх кордонів. Ці країни прагнуть налагодити пасажиропотоки та відновлюють зв'язки між собою, відкриваючи кордони та дозволяючи подорожуючим вільно переміщуватися без необхідності проходити карантин після прибуття. Ще з початком карантину почались обговорення між країнами щодо можливостей створення тревел-пухирів. Розповсюдження цього терміну було ініційовано трьома країнами Балтії, а саме Естонією, Латвією та Литвою, коли вони сформували трьохстороннє партнерство, що дозволило громадянам цих країн в'їзд на територію держав-членів. Коли світ дізнався про цю ініціативу, багато країн перейняло їхній досвід, або, у всякому разі, серйозно задумалися про можливості формування відповідного блоку з сусідніми країнами. Так, у листопаді 2020 р. Гонконг та Сингапур оголосили про те, що хочуть створити тревел-пухир, який би дозволяв мандрувати між цими двома містами без карантинного контролю. При цьому, у межах повітряних мостів мандрівники все ж таки повинні проходити тест на коронавірус. Також Великобританія підписала угоду із США про відкриття тревел-коридору по закінченні різдвяних свят 2020 р. Карибські острови, багато країн Південно-Східної Азії також відкривають подібні коридори. Отже, до кінця 2020 р. вже з'явилися можливості мандрувати та переміщуватися світом, для чого треба чітко відслідковувати інформацію по відкритих країнах та тревел-пухирях, щоб правильно скласти маршрут, а також не сидіти у кожній країні прибуття 14 діб на обсервації.

Розвиток туристичної галузі нерозривно пов'язаний з ресторанним бізнесом, оскільки харчування туристів – це складник туристичної послуги. Як відомо, туристична галузь через корона-вірус зазнала чималих проблем у своєму розвитку у 2020 р. як у світі, так і в Україні. Але

ще більші проблеми має зараз ресторанна сфера. За думкою директора «Ресторанного консалтингу» О.Насонової, ресторанний бізнес виявився найбільш вразливим та найменш захищеним. Так, по Києву на початок 2021 р. є дані, що закрилися 25% ресторанів та кав'ярень, а це – 400 закладів. Щоправда і відкрились 170 нових [4]. Затрати рестораторів, зокрема у Києві, вже практично ті самі, що були раніше, а от виручка – в два рази менша. Тобто у цій галузі мова про прибуток поки що не йде, він з'явиться, за думкою експертів, не раніше ніж за півроку, а то й за рік. Також експерти попереджають, що найбільш важкими часами для рестораторів будуть не карантинні, а пост-карантинні. Це пояснюється такими причинами:

По-перше, відбувся певний відтік клієнтів, які бояться заразитися корона-вірусом; цих людей небагато, приблизно 10-15%, але вони достатньо активні, не приховують своєї позиції і агітують решту слідувати їхньому прикладу і ігнорувати ресторани.

По-друге, досить несподівано почався відпускний сезон; О.Насонова відмічає, що це відбулося одразу після новин про затримку українських туристів у Греції в кінці червня 2020 р.; у цей момент багато українців нарешті усвідомили, що закордонний відпочинок цього року їм не «світить» і прийнялися активно збиратися у відпустки Україною. Отже, у повну силу відпускний сезон в Україні стартував з середини липня. Це означало, що ресторани в Одесі та інших курортних містах України почувають себе непогано, чого не можна сказати про заклади у Києві (який влітку 2020 р. спорожнів на очах), Львові (тут взагалі касу місцевим ресторанам роблять польські туристи) та інших містах.

По-третє, відпала сімейна аудиторія – родини з дітьми, яких взагалі практично не має: когось відправили до бабусь у село, хтось вивіз дітей на море, але немало сидять у міських квартирах. Дітям у масках дуже некомфортно, тому ходити з ними у громадські місця не виходить.

По-четверте, поступово почалось зростання цін на продукти.

По-п'яте, більше немає знижок з боку орендодавців, які вони надавали у період карантину; ресторанам включили повну оренду, незважаючи на те, що зростання дохідності у них не має.

І, *наприкінці*, вплив чиннику очікування інфляції, що для ресторанів- «гірше карантину» [4].

За таких умов передбачається, що вже на початку 2021 р. деякі ресторатори в Україні згорнуть свої бізнеси в очікуванні продовження пандемії. Вони несли витрати з початку минулого року і пережити кризу зможуть лише ті з них, у кого є декілька точок і їм є з чого вибирати, коли постане вимога закрити збиткові заклади і залишити більш-менш прибуткові, або ті, хто готовий ще почекає і при цьому продовжувати вкладати кошти.

За словами О.Насонової [5], ще до оголошення карантину вона спілкувалась з колегами, які в цьому бізнесі не один десяток років і всі при цьому прийшли до висновку, що криза затягнеться на рік – півтора. Ресторатори з досвідом, які пережили кризи 2008–2009 та 2014–2015 рр., з самого початку і не надіялися на диво. Було зрозуміло, що надходить велика системна криза, яка продовжиться, скоріше всього, до середини наступного року. Тому досвідчені фахівці ресторанної справи з самого початку карантину готувалися до відтоку клієнтів, до падіння середнього чеку, до того, що треба буде закривати нерентабельні точки, знижувати витрати і просто перечекати карантинний період. Але на ресторанному ринку багато новачків, у яких не має досвіду ведення бізнесу у кризу, – от вони у першу чергу і почали панікувати. Саме новачки не могли дочекатися зняття обмежень, оскільки були впевнені, що, як тільки ресторани відкриються, до них повалять клієнти. Але ось ресторани відкрились, а вала клієнтів немає, і для багатьох це стало шоком.

У кризи ресторанного «жанру» в Україні є і потужний психологічний складник, оскільки навіть тим людям, які відносились до корона-вірусу досить врівноважено і спокійно, після декількох місяців карантину дуже важко психологічно змусити себе взяти готову їжу з рук сторонньої людини. Тобто на зміну корона-вірусу прийшла корона-фобія, коли багато хто насильно «повертали себе до минулого життя», буквально змушуючи себе братися голими руками за двірні ручки у під'їзді чи натискати на кнопку ліфту. Що тут вже говорити про ресторани. Але й у ресторанах такі клієнти теж є: бояться, але все одно йдуть. При цьому перед входом до закладу вони одягають маску, обирають стіл подалі від інших відвідувачів (якщо вони є), а за обідом вимагають рукавички, щоб не торкатися голими руками ножа і виделки. Отже, ресторанний бізнес повинен враховувати і психологічне явище корона-вірусу в головах клієнтури і те, що знадобиться час, щоб його подолати.

О.Насонова вважає, що у карантин ресторани і кав'ярні стали зручними «цапами-відбувайлами», і на них здійснюється адміністративний і моральний тиск з боку держави, так, коли відкрили практично всі бізнеси, ресторанам через незрозумілі причини забороняли працювати після 23.00 [4]. У рестораторів вибір був невеликий: або змиритися з подальшим обмеженням доходів, або «відкупатися» від перевіряючих, або продовжувати працювати після 23.00 і тремтіти від страху.

Таке ставлення до ресторанів та кав'ярень певним чином пояснюється тим, що це не щоденна потреба, як, наприклад, ринок чи продуктовий магазин – без них можна обійтися. Свій внесок зробили і соціальні установки, які до цього часу живучі у мешканців пострадянських країн: ресторани – це для багатих, марна трата грошей. І, нарешті, не на користь ресторанам зіграло те, що вони достатньо примітивні, є у всіх на виду. Сьогодні люди можуть зібратися, де завгодно – у салоні краси, спортклубі, у гостях, але це не буде так помітно, як в ресторані, який у певному сенсі є «громадською вітальнею». Через це ресторани стали гарною мішенню: їх можна показово «покарати» для науки інших. При цьому їм ніхто не тільки не допомагає, а навіть не співчуває, оскільки у масовій свідомості українців майже кожний ресторатор – це «нероба», «хапуга» і «барига», якому і так добре живеться.

Карантин, з іншого боку, викликав звертання ресторанів до нових форм діяльності, наприклад, доставки, яка нині забезпечує біля 15% виручки. Які ж ресторани постраждали від пандемії найбільше? За думкою експертів ресторанної сфери та засновників Української ресторанної асоціації С.Трахачова та С.Коломицевої [5], у першу чергу – ті, що знаходяться у бізнес-центрах, оскільки багато компаній так і не повернулися до повноцінної роботи в офісах. Наступна втрата: практично цілком «вимер» кейтеринг, оскільки жодних виїзних заходів нині не проводиться, а ця послуга для багатьох ресторанів становила значну частину доходів.

Наступне питання: які нововведення, що з'явилися під час пандемії, залишаться і після неї? Зрозуміло, що це – доставка, як по меню ресторану, так і доставка напівфабрикатів. Взагалі доставка весною 2020 р. стала національною ідеєю ресторанного бізнесу в Україні: біля 70% закладів спробували себе у цій послугі. Щодо QR-кодів на столах у ресторанах, то вони для багатьох клієнтів виявилися незручними, споживачі досить нервово відреагували на це нововведення. Також QR-коди не сприяли можливості додаткового замовлення, ймовірність якого значно вища, коли офіціант приносить меню повторно. Отже, QR-коди не витиснули з ресторанного обслуговування паперові меню, як передбачалося.

Як вплинув карантин на розвиток ресторанів з українською та іноземною кухнями? Хоча останні декілька років у Києві стабільно зростає число ресторанів з грузинською кухнею, цей тренд вже майже вичерпав себе. У моду починають входити фуд-холи – такі, як Kyiv Food Market (місце проведення першої прес-конференції В.Зеленського в якості президента України) або проєкт Д.Борисова на Бесарабці, де представлено багато закладів з різною концепцією. Це віддзеркалення популярного світового тренду у ресторанному бізнесі – створення мультикулінарних закладів. Спостерігається зростання цікавості до італійської кухні, а саме до альтернативи піци – пінці. Різниця між ними – у тісті: у пінці воно більш легке, з трьох видів борошна – соєвого, рисового та пшеничного. Набирає обороти мексиканська кухня – біля велодрому у Києві незабаром має відкритися відповідний ресторан. Але ця кухня не стане у нас настільки масовою, як грузинська, оскільки остання це – виготовлення недорогого продукту з місцевих, українських інгредієнтів. З Грузії достатньо привозити лише спеції, а решту – робити в Україні. В результаті у грузинському ресторані за невеликі гроші можна гарно поїсти, а страви мексиканської чи італійської кухні обійдуться значно дорожче.

Щодо української кухні, то є різниця між регіональними кухнями (наприклад, галицькою та полтавською), але на даний час найбільш популярним є варіант домашньої сільської кухні, що з одного боку – добре, а з іншого – вже ні. Ще 10-15 років тому національні ресторани були обов'язково оформлені у вигляді сільської хати, офіціанти – у шароварах, а з їжі – борщ, вареники, голубці і сало. Усе це було більше подібне на атракціон для приїжджих, так, кияни гостя з Америки вели, в першу чергу, в такий ресторан, а самі практично до них не ходили. Пояснення: при погляді у меню на борщ за 80-100 грн. у людей включався внутрішній лічильник і вони розуміли, що в домашніх умовах собівартість такої тарілки буде 15-20 грн. Саме тому українців більше цікавлять кухні інших країн, а у цих країнах – навпаки, перше місце за популярністю займають свої національні страви. Але українська кухня є значно ширшою, ніж її сільський варіант. Тільки зараз українці починають розуміти відмінності та смаки регіональних кухонь, тієї самої карпатської, галицької, одеської тощо. Ця тенденція і має призвести до відкриття нових українських ресторанів. Свою популярність збережуть концептуальні заклади (ресторани та кав'ярні) на кшталт львівської «Криївки», чи вінницького ресторану «Кінь у протигазі». Останній ресторан – паб знаходиться на вул.С.Петлюри, 20. Інтер'єр виконаний у стилі мілітарі: в одній із арок можна побачити навіть кулемет, стільці біля барної стійки – на кшталт сидел, а столові прибори подаються в армійських казанках. Офіціанти – у петлюровках (у таких м'яких кашкетах ходили воїни УНР). На стінах – фото військового життя початку ХХ ст. на деяких з них можна побачити коней у протигазі – так

захищали тварин від газових атак, які стосували німці під час I Світової війни. Тут не тільки дуже атмосферно, а ще й смачно, а головне – сервують страви подільської кухні, наприклад, паштет у кахлях (по суті це – пиріг з начинкою з ліверу та печінки, родзинка у тому, що тісто запікають у кахльових формах), а на десерт можна замовити вінницькі сластіони – аналог лінових вареників, тільки в них ніжніше тісто, подібне до мусу, подаються з вишневою підливкою. Вінниця останнім часом славиться і іншими цікавими ресторанами, наприклад, рестораном єврейської кухні «Марсель», рестораном «Нова провінція» з літньою терасою на даху місцевого «хмарочосу» - десятиповерхового будинку, рестораном «Вінницька реберня», де основна страва, як підказує його назва, - реберця.

Щодо Києва, то тут незмінним успіхом користуються ресторани класу люкс «для еліти»: «Санахант Лаунж» на вул.Грушевського (використовують упаковане в плівку QR-меню), «San Paolo» у Музейному пров., «San Tori» на Подолі, «Гірчиця» неподалік Верховного суду тощо, незважаючи на те, що борщ тут вже вартує 400 грн., смажена картопля з грибами – 650 грн. порція, вінегрет – 480 грн., чебуреки – 550 грн., тартар з тунця з авокадо – 750 грн., паста з лобстером – 3000 грн. (найдорожча страва) [6].

Не дуже постраждали від пандемії коронавірусу й інші ресторани преміум-сегменту у м.Києві (табл.1).

Таблиця 1

Найдорожчі ресторани Києва¹

№	Назва	Особливості
1.	«Велюр»	Не перший рік займає лідируючі позиції на ресторанному ринку столиці. Основні відвідувачі - знані українські політики. Ціни – захмарні, на рівні середньої української зарплати і вище.
2.	«Монако»	Відомий ресторан середземноморської кухні.
3.	«Lamour»	Атмосфера і ціни Парижу.
4.	«Cartel»	Висока європейська кухня, високі ціни та рівень обслуговування.
5.	«Dolce»	За мотивами Італії, світла та простора зала.
6.	«MonAmi»	Найкраще підходить для зустрічі з друзями, є літній майданчик.
7.	«Azteca»	Відзначається демократичними цінами (якщо порівнювати з топом).
8.	«Мі П'яче»	Для родинного відпочинку, спокійна атмосфера.
9.	«Інтерконтиненталь»	Розміщений в готелі, сервують сніданок або пропонують окреме харчування.
10.	«Тераса»	Дорогий ресторан – салон, для активної молоді.

¹ Складено авторами за: MyKyiv.com

Інші світові оригінальні ресторани концепції також використовуються в Україні. Наприклад, до них належить «їжа в повітрі», коли пристібнутого клієнта піднімають на платформі на 50 м – це називається «Dinner in the Sky». Вони гастролюють у різних країнах, 2013 р. були у Києві. Досвід «їжі у темряві» пропонував бар на київському Подолі. Але «Dinner in the Sky» і «ресторан у темряві» - це місця одноразового відвідування, лише атракціон, щотижня там немає сенсу обідати. Тому ресторан на Подолі не вижив. «Жертвами» карантину також стали ресторани Ані Лорак і Потапа, відкриті у Києві свого часу. С.Трахачов та С.Коломицева пояснюють це тим, що кожний повинен займатися своєю справою. У світі теж небагато прикладів, коли зіркам вдавалося надовго відкрити успішну ресторанну мережу.

Нові тренди у розвитку ресторанної галузі викликало впровадження в Україні карантину вихідного дня восени 2020 р. Взагалі карантин викликав в Україні хвилю підпільних вечірок і відродив тренд 1990-х – квартирники. У той час як до нічних клубів і барів можуть прийти з перевірок, тусовщики перемістились у приватні будинки, квартири і навіть на закинуті будови [7]. Так, у квартирах повним ходом відкривають бари, куди можна потрапити лише за рекомендацією або кодовою фразою. За інформацією ЗМІ, один з таких закладів знаходиться у Києві, в історичному будинку на вул.Костельній, де збираються переважно музиканти. Ще один подібний заклад знаходиться у дворіку, на Подолі, на вул.Верхній Вал. Слід сказати, що такі «секретні» ресторани та бари були відомі в Києві і до карантину (табл.2), але з настанням епідемії вони отримали друге життя.

Як зауважує директор агенції «Ресторанний консалтинг» О.Насонова, закриті бари «для своїх» - явище в Україні не нове. Але карантин може надати поштовх для розвитку цього сегменту. Ще одне добре забуте явище – «квартирники», які вже знайшли масовий прояв у сусідніх з Україною

країнах. До слова, вже зараз багато ресторанів намагаються проводити заходи на території замовника (будь-то офіс або приватний будинок), щоб уникнути ризику бути оштрафованими [7].

Таблиця 2.

10 «секретних» ресторанних закладів Києва¹.

№	Назва	Адреса	Особливості інтер'єру та асортименту напоїв та страв
1.	«Палата №6», абсент-бар	Вул.Воровського,31А	Стилізований під лікарню. Знаходиться у підвальчику. Вивіски не має. Замість неї – табличка з написом «Передачі приймаються з.... до.....». На вході до туалету – напис «Урологічний кабінет». Великий вибір алкогольних коктейлів, абсента. Напої приносять у пробірках, мензурках, шприцах. Офіціанти вдягнуті у медичні халати. З їжі пропонуються салати та гарячі страви. Ціни – демократичні.
2.	«Стейк-хаус»	Вул.Володимирська, 49А	Київський ресторан Сави Лібкіна, основний заклад - в Одесі, у Києві – з 2017 р. Без вивіски. Вхід – за м'ясною лавкою. Площа – 500 м ² . Відкрита кухня. Інтер'єр мінімальний, індустріальної фактури. Працюють кухарі з Ізраїлю, Німеччини. Є коктейльна карта.
3.	«Квартира №1»	Вул.Срібнокілська, 1	Інтер'єр - в атмосфері богемних 1960-х. Стиль радянської квартири з відповідними меблями і обстановкою. Кухня – європейська та японська.
4.	«Петрович», клуб-ресторан	Вул.Ярославська,5/2	В дусі СРСР – інтер'єр (годинник з зозулею, лижі на стінах, портрети та фото), музика. У меню: страви української та російської кухні (пельмені, котлети). Настільні ігри.
5.	«Паротяг», бар-ресторан	Кінотеатр «Київ», вул.В.Васильківська,19	Інтер'єр – вагон потяга. Відпочиває альтернативна молодь. Бар – цілодобовий. Кухня – європейська. Музика – арт-хаусна.
6.	«Chicken Kyiv», бар-лабораторія	Вул.Хрещатик, 15/4	Заклад Діми Борисова. Спеціалізується на стравах з курки. Доволі відомий. Але: за таємними дверями шафи знаходиться вхід до бару-лабораторії, де інтер'єр – у стилі 1970-х. Відомий експериментами з напоями: сервують прозорий томатний сік, віскі зі смаком ірисок.
7.	«Бар 13»	Вул.Рейтарська, 21/13	Знаходиться у підвалі, інтер'єр – цегляні стіни, свічки, старовинні лампи. Працює до 2.00. 60 посадкових місць. Пропонуються авторські коктейлі: Long, Medium, Coupe, а також віскі, скотч., бурбон, лікери, пиво, сидр. Великий вибір кави, чаю. Розважальна програма: концерти, майстер-класи, ді-джеї.
8.	«Dopamine bar»	Вул.Саксаганського, 110	Два поверхи: 1-й – кав'ярня, підвал – коктейль-бар. Працює до 3.00. Пропонує алкогольні і безалкогольні коктейлі, закуски, бутерброди, випічку.
9.	«Loggerhead», гріль-бар	Бульв. Шевченка,1	Вхід – через телефонну будку, треба подзвонити і сказати пароль. Величезний вибір авторських коктейлів з оригінальною подачею. Працює до 1.00.
10.	«Остання барикада»	Майдан Незалежності,1	Заклад Діми Борисова. На вході – сказати гасло «Борітеся – поборете». Проводяться поетичні та музичні вечірки, лекції та майстер-класи. Меню: холодні закуски, м'ясні страви. Кухня: українська. Гарна винна карта, пиво, коктейлі.

¹ Складено авторами за: MyKiev.com

Отже, мода на традиційні українські борщ, вареники і сало, якими приваблювали туристів з-за кордону, в умовах пандемії коронавірусу зменшується - разом з туристами, яких зараз немає через карантин. Як результат в Україні масово закриваються ресторани національної кухні, зате популярними стають заклади, де сервують страви з незвичайними інгредієнтами. Отже, пандемія Covid-19 та відсутність іноземних туристів наклали відбиток на ресторанну сферу. Заклади, розраховані на гостей з-за кордону, які спеціалізувалися на українській кухні, змушені закриватися або проводити ребрендинг. За думкою ресторанного експерта О.Насонової, основна аудиторія ресторанів з традиційною українською кухнею – гості з Європи, США, Китаю, хоча останнім часом їх майже немає. Як правило, такі заклади розміщуються в центрі наших головних туристичних міст – Києва та Львова. Спочатку по них «вдарив» карантин, а коли вони відкрилися, виявилось, що бракує відвідувачів. Це вона чула від багатьох рестораторів, у закладах яких зроблений акцент на

локальну національну кухню. Вже закрилися або відчують нестачу клієнтів такі відомі ресторани, як «Спотикач» в центрі Києва, недалеко від Софії Київської, «За двома зайцями» на Андріївському узвозі і навіть знаменита львівська «Криївка». Причому ці ресторани ніколи раніше не відчували браку відвідувачів і вже по п'ять разів окупилися [8]. Співвласниця «Спотикача» повідомила, що ресторан зачинений з інших причин: закінчився договір оренди, а продовжувати його орендодавачі не захотіли, про що її попередили за три місяці. Але вона також підтвердила, що пандемія сильно відбилася на відвідуваності ресторану через брак туристів.

У львівському ресторані «Криївка», відомому своїм патріотичним меню і оформленням, повідомляють, що нині працюють, але відвідувачів дійсно стало менше. «Наша мережа ще вижила. Але наскільки нам відомо, у інших львівських ресторанів є проблеми» [8]. У київському ресторані «За двома зайцями» інформують, що не закрилися, але й визнають, що мають труднощі.

При цьому, якби самі українці ходили до ресторанів з національною їжею – це було б півбіди. Але в нас значно популярнішою, як говорилося вище, є грузинська, італійська та азійська кухні. «Час етнічних ресторанів пройшов. Багато років у іноземців, і у наших гостей був великий попит на «глечики», оформлення під старовину, яскраво виражений етнічний стиль з відповідним меню. Зараз подібні заклади або закриваються, або є на межі закриття. Тобто так званий народний стиль, або просто кажучи «шароварщина», відходить у минуле. Натомість у моду входить осучаснена національна українська кухня з авторськими елементами [8]. Етноресторани, що пропонують традиційні борщ, сало, деруни або голубці вже застаріли. Зараз стають актуальними заклади з українською фьюжн-кухнею, наприклад, вареники з крабами, або деруни з ікрою.

Саме таку кухню пропонує нині «родина» ресторанів Д.Борисова. Але коронакриза на них теж відбилася: «Як ми прогнозували, саме в ресторанах з українською кухнею зменшення числа гостей є найбільш помітним – від 50 до 70%. У серпні 2020 р., з появою певного числа туристів у Києві, ситуація поліпшилась, але восени все повернулось до вихідних позицій», - вважає Д.Борисов. Щоб вижити, міркує він, слід знати свою аудиторію і креативити. У випадку ресторанів – це меню. Так, в ресторані «Канапа» можна скуштувати борщ з копченим чорносливом, груші в капусті, чорні вареники з судаком та українську буррату. А до ресторану «Остання барикада» клієнти приїжджають за українськими делікатесами – великою колекцією локальних сирів, устрицями та стейками з української мармурової яловичини [8]. Раніше, щоб потрапити до «Канапи», столик слід було бронювати за два тижні. Нині, звісно, гостей стало відчутно менше, але вони все ж таки є. А це означає, за словами Д.Борисова, що керівництво мережі зробить все можливе, щоб зберегти і розвивати ці проекти [8].

Наприкінці можна сказати, що з ресторанів української кухні в Києві не постраждали тільки ті, де приймають офіційні міжнародні делегації. Це Fairmont Grand Hotel на Подолі, Premier Palace Hotel на бульварі Тараса Шевченка, InterContinental на Михайлівській площі. Серед основних страв в них, як і раніше, борщ, вареники та котлета по-київські. Але це - ресторани при готелях, де гарантовано є відвідувачі, «чужі там не ходять», за словами О.Насонові [8]. Вона відзначає, що деякі ресторани заклади, що закрилися, виконали ребрендинг і відкрилися заново. Збереглися «родинні» мережі ресторанів, серед них – братів Гусовських та Д.Борисова. У них і отримала розвиток українська креативна кухня, яка стає нині найбільш популярною, з демократичними цінами. З туристичних міст, куди приїжджали іноземці, найменше постраждала Одеса, в ресторанах якої завжди пропонували «кухню-мікс», тобто не чисто українську, або єврейську, а авторську. Такі заклади як раз і є цікавими не тільки іноземним туристам, але й нашим громадянам з різним достатком.

Ще одна тенденція останнього часу – це переміщення ресторанного бізнесу з центру міст в їхні периферійні райони, так, якщо в центрі Києва ресторани закриваються, то в спальних районах вони, навпаки, переживають розквіт. Це особливо помітно в Дніпровському, Оболонському та Дарницькому районах м.Києва, де є набережні Дніпра. Наприклад, Русанівська набережна нині перетворилася у цілу ресторанну вулицю. Люди зараз обирають заклади ближче до місця проживання, з гарним видом, під'їздом. Але ці ресторани майже не пропонують українську кухню, оскільки не розраховані на туристів.

Висновки. Період пандемії викликав значні зміни у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу – як у світі, так і в Україні. Виникли нові форми туристичної активності, готельного бізнесу та ресторанної діяльності. Вони вже є відомі у світі, отже їх треба знати і чекати розповсюдження на Україну. Пандемія негативно відбилася не тільки на туристичній галузі, але й на ресторанному бізнесі в Україні. Число ресторанів зменшилося, зокрема в Києві, одночасно відбулася їх реструктуризація, у т.ч. в територіальному аспекті. Закрилися заклади, що були розраховані на

бізнес-центри та розташовані біля них або всередині. У цей список потрапили й малі сімейні заклади, а також численні бари, яким просто не було чого доставляти та які, до того ж, мали обмеження по роботі. При цьому локдаун та карантин, що продовжуються, практично ніяк не відбилися на дорогих ресторанах. Не закрились і не закриються великі мережеві ресторани та однотипні типу McDonald's, KFC, оскільки мережі завжди мають більші фінансові ресурси. Тому вони не тільки не закрились, але й розвивалися. У них для цього були всі можливості: доставка, гарне розміщення, налаштовані бізнес-процеси. Також не закривалися елітні ресторани, що мають свою постійну клієнтуру. Отже, песимістичні сценарії розвитку сфери гостинності у період пандемії не справдилися, адже були прогнози, що карантин прибере з ринку порядку 50-70% ресторанів та кав'ярень. Але по факту на початок 2021 р. закрились всього 25%. За думкою експертів, цей бізнес не зник, до того ж він став більш гнучким та живучим. Але так вважалося за результатами другого локдауну. На жаль, до нас прийшов і третій локдаун – карантинні обмеження в ніч з 19 на 20 березня 2021 р. вслід за Львовом оголосив і Київ. Серед постраждалих – ті самі ТРЦ, ресторани та заклади культури, де і так спостерігався мінімум відвідувачів. Якщо минулого року ресторатори ще якось намагалися вижити за рахунок доставки і перепрофілювання у магазини, то зараз будуть просто закриватися, вважає О.Насонова [10]. За її думкою, «Знову «общепит» зробили крайнім. Настрій усіх похмурий, навіть істеричний. Адже багато хто вже отримав передзамовлення на кінець березня – початок квітня, закупили продукти. Тепер передоплату треба повертати, продукти зіпсуються. Після минулорічних втрат багато закладів були на злеті. На 8 березня були великі замовлення, пішли гарні обіги» [10]. За її словами, цього разу майже ніхто не хоче експериментувати. Минулого року хтось намагався відкривати магазини замість ресторанів, але виявилось, що це не вигідно. Адже іноді доходи від доставки не перекривали зарплати кухарів. А перепрофілювання – це теж довго і невигідно. Доставка займаються лише 30% закладів, у яких є своя служба, транспорт, кур'єри. Це, як правило, суші, японська кухня, бургерні. З О.Насонову погоджується відомий ресторатор Діма Борисов, який вважає, що це – черговий популізм, вибіркові та неефективні карантинні заходи. Зачиняти кафе/бари/ресторани, куди ходять два рази на рік у найкращому випадку 20% киян, але не закривати громадський транспорт, де щоденно їздить 80% мешканців міста, це, за його думкою, черговий деструктивний щодо сфери гостинності захід. Але Д.Борисов забуває про надзвичайно велике соціальне значення міського транспорту для населення Києва, бізнесу, працюючих киян. Незважаючи на такі міркування локдаун в Києві таки відбувся у квітні 2021 р. Бізнес вже склав свої прогнози про майбутні збитки – більше половини щомісячного прибутку або 6 % від річного показника (за прогнозом Асоціації ретейлерів України). Попередній жорсткий карантин, що тривав з 8 по 24 січня 2021 р. відбився по різному на різних компаніях. Так, «не смертельною» назвав втрату 50-60% щомісячного прибутку, якого позбавилась у січні мережа ресторанів Salateira, її співзасновник та управляючий партнер О.Савилов. Він передбачив, що за результатами квітневого карантину компанія отримає такий же результат. «В цілому втримаються» і ресторани родини Дмитра Борисова, правда ті, що орієнтовані на доставку. Найважче себе відчуватимуть у локдаун класичні ресторани, вважає Д. Борисов. «Це місця, куди люди ходили, не тільки за їжею, але і за емоціями, спілкуванням». Це складно «упакувати в доставку», тому вона тут покриває лише 10 % від тієї виручки, яка існує за нормальної роботи» - пояснює Д.Борисов.

Список використаних джерел

1. Любіцева О.О. «Нема того злого, щоб не вийшло на добре» або позитивні висновки з пандемії. Туризм у XXI столітті: виклики та реагування: матеріали міжн.наук.практ.конф. – К., 2020. С.123-127.
2. Савина И. Словарь путешественника времен пандемии. Вести. 2020. 3 декабря. С.11.
3. Савина И. Путешествие – 2021: что важно знать. Вести.2020. 8 декабря. С.8.
4. Мичковская Н. В карантин кафе и рестораны стали удобными «козлами отпущения». КП в Украине. 2020. 6-13 августа. С.7.
5. Милюневский Н. Скоро увидим вал закрытых ресторанов. Вести. 2020. 28 июля. С.10.
6. Касьянова И. Тайное логово власти. Вести. 2020. 6 августа. С.14.
7. Дранник А. Театры в квартирах и вечеринки на стройках. Вести.2020. 20 ноября. С.5.
8. Касьянова И. Сало и борщ больше не в моде. Почему в Украине массово закрываются украинские рестораны. Вести. 2020. 17 сентября. С.6.
9. Дранник А., Касьянова И. Их смысл карантин. Вести. 2021. 11 февраля. С.8.
10. Касьянова И. «Мы уже перед выбором, кого спасать». Вести. 2021. 19 марта. С.5.
11. Кругликов Д. «Потеря половины выручки». С какими убытками столкнулся бизнес. // Вести 2021. 2 апреля. С. 6.
12. ЮНВТО закликає до дій щодо пом'якшення та відновлення туризму | UNWTO// UNWTO Launches a Call for Action for Tourism's COVID-19 Mitigation and Recovery | UNWTO
13. UNWTO Туризм Відновлення Tracker //UNWTO Launches a Call for Action for Tourism's COVID-19 Mitigation and Recovery | UNWTO

Географія та туризм

1. Lyubiceva O.O. «Nema togo zlogo, shhob ne vy`jshlo na dobre» abo pozytyvni vysnovky z pandemiyi. Turyzm u XXI stolitti: vyklyky ta reaguvannya: materialy mizhn.nauk.prakt.konf. – K., 2020. S.123-127.
2. Savyna Y. Slovar puteshestvennyka vremen pandemyy. Vesti. 2020. 3 dekabrya. S.11.
3. Savyna Y. Puteshestvye – 2021: chto vazhno znat. Vesti.2020. 8 dekabrya. S.8.
4. Mychkovskaya N. V karantyn kafe y restorany staly udobnymi «kozlamy otpushhenyya». KP v Ukrainy. 2020. 6-13 avgusta. S.7.
5. Mylynevskiy N. Skoro uvydym val zakrytyj restoranov. Vesti. 2020. 28 iyulya. S.10.
6. Kasyanova Y. Tajnoe logovo vlasty. Vesti. 2020. 6 avgusta. S.14.
7. Drannyk A. Teatry v kvartyrax y vecherynky na strojkax. Vesti.2020. 20 noyabrya. S.5.
8. Kasyanova Y. Salo y borshh bolshe ne v mode. Pochemu v Ukrainy massovo zakryvayutsya ukraynskye restorany. Vesti. 2020. 17 sentyabrya. S.6.
9. Drannyk A., Kasyanova Y. Ix smyl karantyn. Vesti. 2021. 11 fevralya. S.8.
10. Kasyanova Y. «My uzhe pered vyborom, kogo spasat». Vesti. 2021. 19 marta. S.5.
11. Kruglykov D. «Poterya polovyny vyruchky». S kakymy ubytkamy stolknulsya byznes. // Vesti 2021. 2 aprelya. S. 6.
12. UNWTO Launches a Call for Action for Tourism's COVID-19 Mitigation and Recovery | UNWTO//UNWTO Launches a Call for Action for Tourism's COVID-19 Mitigation and Recovery | UNWTO
13. UNWTO Tourism Recovery Tracker//UNWTO Launches a Call for Action for Tourism's COVID-19 Mitigation and Recovery | UNWTO

Надійшла до редколегії 01.05.2021