

На підставі вищевикладеного можна зробити висновок, що одним з найважливіших ділянок бухгалтерського обліку є облік розрахункових операцій. Облік розрахунків із покупцями є найважливішим показником господарської діяльності підприємства, оскільки від нього великою мірою залежить правильність розрахунку величини валового доходу від реалізації, витрат обігу, а, отже, і суми прибутку. Сумнівна дебіторська заборгованість свідчить про те, що покупці можуть не дотримуватися та порушувати норми фінансової та платіжної дисципліни.

Список літератури

1. Слепченко В., Скрипник М. Методика обліку розрахунків підприємства з покупцями та замовниками. *Економіка та суспільство*. 2021. №29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-4>
2. Жарнікова В.В. Облік розрахунків з покупцями: систематизація поглядів та перспективи досліджень. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2018. № 2. С. 48-63. DOI: <http://doi.org/10.32750/2018-0206>
3. Бержанір І.А., Бержанір А.Л., Ящук Т.А. Економічна сутність зобов'язань і розрахунків підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2020. № 2 (19). С. 240-244. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-2-40>

УДК 338.46:615.8

Січка І. І.

к.е.н., доцент, доцент кафедри туристичної
інфраструктури та готельно-ресторанного господарства
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ

Готельний бізнес у світовій економіці розглядається як дуже специфічний вид підприємницької діяльності, який є основою для зростання національного туризму, формуючи певний бренд країни в очах міжнародної спільноти, що несе в собі величезний потенціал стабільного доходу державного бюджету та сприяння розширенню зовнішньоекономічної діяльності держави через систему інтеграційних зв'язків та специфіку побудови систем управління готелем.

Вплив, який відчула індустрія гостинності через Covid-19, був величезним через такі чинники, як міграційний характер робочої сили, припинення глобальних туристичних подорожей, обмеження діяльності ресторанних послуг. Враховуючи, що галузь становила 10,4 % світового ВВП до пандемії, забезпечуючи кожне десяте робоче місце на планеті, можемо стверджувати, що індустрія туризму є одним із основних джерел робочих місць. Крім того, очікується, що відновлення бізнесу буде повільним: UNWTO оцінює глобальне зниження міжнародних туристичних прибуттів на 20 – 30 %.

Ця пандемія ввела багато змінних, які кардинально змінили перспективи індустрії гостинності. Через невизначеність змін у потребах клієнтів після пандемії готелям необхідно переглянути свої існуючі пропозиції послуг, щоб адаптуватися до змін у: клієнтському досвіді, сприйнятті клієнтів, зміні моделей споживання, якісному менеджменті активів.

Багато власників готельного бізнесу були змушені оптимізувати персонал, щоб адаптуватися до нижчого попиту. Готелі, бари, ресторани, спа-центри вводять багато

санітарних коригувань, які збільшують функцію витрат постачальника, і багато хто продовжує робити це сьогодні, оскільки очікування споживачів адаптувалися до цього нового санітарного світу.

Багато підприємств гостинності не пережили цей бурхливий період, у той час як багато вцілілих власників підприємств гостинності залишилися у поганому економічному становищі. Однак ті, хто вийшов із пандемії, мають нові процеси та технології та мають більший рівень готовності до того, коли трапиться чергова катастрофа.

COVID-19 стимулював значний прогрес у цифрових і безконтактних готельних технологіях, варіантах безконтактного обслуговування та повному перегляді способів управління безпекою гостей і персоналу.

Згідно результатів прес-конференції в Укрінформі на тему: «Оцінка впливу COVID-19 на готельну індустрію України, присвяченої результатам дослідження Асоціації готелів та курортів України (UHRA)», встановлено, що 66 % із 122 опитаних готелів провели оптимізацію власних витрат шляхом скорочення штату, 2/3 готелів знизили ціни на власні послуги, а 63 % вдосконалили свій продукт та побічні сервіси (ремонт, зміна порядку роботи з постачальниками, зміна комплектування, тощо). Окрім того третина запровадила в свою роботу цифрові та маркетингові технології. В той же час, 27 % респондентів провели диверсифікацію напрямків діяльності шляхом запровадження додаткових послуг, а саме коворкінги, здача готельних номерів під офіси та інші [1, с. 61].

Такі галузі, як готельний бізнес, на які вплинули заходи безпеки, пов'язані з COVID-19, демонструють вражаючі темпи зростання тепер, коли обмеження пом'якшуються в усьому світі. Наведена нижче статистика показує, наскільки вражаючими є поточні та майбутні темпи зростання.

Очікується, що глобальний ринок гостинності зросте з 3952,87 млрд. дол. США у 2021 р. до 4548,42 млрд. дол. США у 2022 р. за середньорічного темпу зростання 15,1 % через скасування обмежувальних заходів щодо COVID-19. Очікується, що в 2026 р. він досягне 6715,27 млрд. дол. США при середньорічному темпі зростання 10,2% [2].

Не всі учасники ринку готельних послуг відчули однакові зміни або спостерігають однакові темпи зростання. Це пов'язано з розміром, послугами, продуктами та способом ведення бізнесу. Наведена нижче статистика підкреслює ці відмінності. Доходи Airbnb зросли на 76,6 % з 2020 р. до 48,9 млрд. дол. США. Середня завантаженість Airbnb у всьому світі у 2020 р. становила 17,4 %. Booking.com є найдорожчим туристичним брендом у світі з вартістю 8,9 млрд. дол. США. У 2021 р. було відкрито 2246 готелів. За прогнозами їх кількість продовжить зростати – 2805 у 2022 р. та 2934 у 2023 р.

Таким чином, ринок готельних послуг поступово нарощує обсяги та повертається до покращення показників операційної діяльності.

Список літератури

1. Брикова Т. Комплаєнс готельного бізнесу в умовах пандемії: наукова обґрунтованість та порядок здійснення. Вчені записки Університету «КРОК». 2022. (1(65), 58–66. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-65-58-66>

2. Hospitality Global Market Report 2022. URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/hospitality-global-market-report>