

### МОНІТОРИНГ РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ

COVID-19 створив безпрецедентний та непередбачуваний вплив на світову економіку. Пандемія змусила світ адаптуватися до поточних обставин незалежно від виду бізнесу. Ніколи в історії не було такого інциденту, коли бізнес майже в 200 країнах був паралізований через загальний чинник.

Згідно з дослідженням Ukrainian Hotel & Resort Association (UHRA), в межах якого опитали 122 готелі – 93% закладів підтвердили загальний спад рівня виручки у 2020 р. Так, у 21% готелів валова виручка скоротилась на 25-40%; у третини готелів – на 40-60%; ще у 30% опитаних готелів скорочення сягнули понад 60% [1].

Вплив, який в даний час відчувають підприємства готельного та ресторанного бізнесу в результаті пандемії COVID-19 пов'язані із вимогами соціального дистанціювання та обмежень на поїздки. Сфера гостинності змінюється назавжди. Заклади ресторанного господарства, які мали ресурси адаптувалися до нових умов, проявляючи гнучкість, швидко переключили увагу на моделі доставки їжі додому.

Ресторанам довелося радикально змінити бізнес-моделі обслуговування клієнтів. Багато закладів змінили свою конфігурацію, щоб пропонувати послуги на винос, самовивіз та доставку. Оператори ресторанів співпрацюють зі службами доставки, які можуть щодня обслуговувати мільйони клієнтів та впливати на практику покупок, звички в їжі.

За оцінками, світовий ринок онлайн-доставки їжі становив 151,5 млрд. дол. виручки та 1,6 млрд. споживачів у 2021 р., що на 10% більше, порівняно з попереднім роком [2].

На основі нових умов життя ресторанний бізнес виробив певний набір трендів: здоров'я та безпека для людей, доступність їжі, використання інновацій, орієнтація на потреби клієнта.

Зручність продовжує керувати рішеннями щодо покупки. Сьогоднішні споживачі обмежені у часі, технічно підковані та піклуються про цінність. Вони звикли використовувати технології для спрощення свого життя, і вони хочуть, щоб їхні рішення стосовно споживання їжі були такими ж швидкими, гнучкими та зручними, як і решта їхніх рішень про покупку. Насправді зручність настільки важлива, що 82% споживачів, опитаних у звіті Mintel Global Food and Drink Trends 2019, назвали його головним чинником, пов'язаним з харчуванням поза домом. І, звичайно ж, один із найкращих способів запропонувати клієнтам зручність – це доставка їжі або послуга само вивезення.

Один із найпростіших способів впровадити технології в ресторан – використовувати мобільні пристрої для замовлення та оплати.

Технічні рішення, такі як онлайн-замовлення та мобільні системи замовлень, стають все більш популярними. Deloitte повідомляє, що витрати клієнтів збільшуються на 20%, а кількість повторних угод збільшується на 6%, коли клієнти можуть використовувати технології онлайн-замовлення [2].

Треба зважати на диверсифікацію потреб клієнта. Молоде покоління гіперзв'язане і розглядає технології як засіб спрощення свого життя, а й як невід'ємну частину

свого існування. Мало того, що вони будуть використовувати технології пошуку ресторану в Інтернеті, вони також розраховують, що зможуть розмістити своє замовлення через програму або POS-систему, організувати доставку через стороннього постачальника і оплатити за допомогою свого телефону.

Тим часом готельно-ресторанним підприємствам необхідно адаптуватися до змін, щоб якнайшвидше повернутися до нормального обслуговування після спадного періоду.

#### Список літератури

1. Пресконференції на тему «Оцінка впливу COVID-19 на готельну індустрію України» URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/preskonferenciyi-na-temu-ocinka-vplivu-covid-19-na-gotelnu-industriyu-ukrayini> (дата звернення: 12.01.2022).

2. Restaurant trends restaurateurs can't ignore after the pandemic. URL: <https://trivecgroup.com/resources/whitepapers/restaurant-trends-restaurateurs-cant-ignore> (дата звернення: 22.01.2022).

СЕКЦІЯ 15  
SECTION 15

ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ  
INNOVATIONS AND INVESTMENT ACTIVITIES

УДК 330.322:657.421.1

Аліярова А. А.

Петрук Л. Т.

студентки ОС «бакалавр»,

спеціальність 073 «Менеджмент»

Державний університет «Житомирська політехніка»

#### ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДТВОРЕННЯ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови господарювання характеризуються високим рівнем нестабільності, загостренням кризових тенденцій та конкурентної боротьби, що актуалізує необхідність вирішення завдань забезпечення ефективності господарювання підприємств. Одним з ключових завдань, пов'язаних із ефективністю функціонування, є ресурсне забезпечення виробничо-господарських процесів суб'єктів підприємницької діяльності. У свою чергу, вагому складову ресурсного забезпечення формує технічний компонент, представлений необоротними активами підприємства. Відтак, розвиток теоретико-методичних засад управління необоротними активами є важливим науково-практичним завданням.

Управління необоротними активами підприємства – це процес формування, використання та відтворення необоротних активів з метою реалізації цілей розвитку суб'єкта господарювання. До необоротних активів підприємства відносять його майно, що використовується для забезпечення виробничо-господарських процесів та має термін експлуатації понад 1 рік або 1 операційний цикл (якщо він більше за рік). Однією із ключових стадій руху необоротних активів на підприємстві є їх відтворення, що набуває особливого значення у контексті забезпечення безперервності функціонування підприємства у довгостроковій перспективі.

У найбільш загальному розумінні, відтворення – це процес поновлення господарської діяльності підприємства (у даному контексті – необоротних активів). Відтворення може набувати простої, звуженої та розширеної форм [2, с. 142]. Просте відтворення необоротних активів найчастіше передбачає здійснення їх ремонтів та технічного обслуговування, у той час як розширене спрямоване на якісне та кількісне збільшення обсягів необоротних активів за рахунок їх поліпшень та