

Список використаних джерел:

1. 2020 Fiscal Transparency Report. Державний департамент США. <https://www.state.gov/2020-fiscal-transparency-report/>
2. Wampler, Brian. 2007. Participatory Budgeting in Brazil: Contestation, Cooperation, and Accountability. University Park: Pennsylvania State University Press.

БЕЗПЕКА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Чех Н. О., канд. екон. наук, ст. викл. Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків, Кравченко О. О., викладач, Самбірський технікум економіки та інформатики, м. Самбір (Львівська обл.)

Через пандемію Covid-19 світова економіка закрилась практично за одну ніч. Пандемія стала для готельно-ресторанної індустрії безпрецедентним викликом. Стратегії протидії COVID-19, як повний локдаун, соціальне дистанціювання, рекомендації перебувати вдома та обмеження на поїздки та пересування призвели до тимчасового закриття багатьох підприємств готельно-ресторанного сектору та суттєво зменшили попит на послуги підприємств, яким було дозволено продовжувати працювати. Майже всі ресторани попросили обмежити свою діяльність до лише на винос. Обмеження, накладені на поїздки та перебування вдома, призвели до різкого зменшення кількості місць та доходів у готелях. Згідно інформації Міністерства культури та інформаційної політики через карантин український туристичний бізнес вже втратив 1,5 млрд доларів [1]. Однак процес відновлення їх діяльності повільно почався, і влада почала пом'якшувати обмеження, наприклад, дозволили ресторанам приймати клієнтів у закладах, проте зі зниженою потужністю та за суворого дотриманням правил соціальної дистанції та масочного режиму та поступово зменшує обмеження на внутрішні та міжнародні поїздки.

Поки готельно-ресторанний бізнес повільно відновлюється, криза COVID-19 продовжує серйозно впливати на діяльність підприємств готельного господарства. Готельно-ресторанній промисловості прийдеться внести суттєві зміни у свою діяльність у «діловому середовищі COVID-19», щоб забезпечити здоров'я та безпеку працівників та клієнтів, а також підвищити готовність клієнтів користуватись їх послугами.

Повне відновлення діяльності ресторанів та полегшення обмежень на поїздки не повернуть клієнтів негайно. Значна частина людей хоче негайно повертатись до їжі в ресторані. Те саме стосується проживання в готелях. Більшість клієнтів не готові подорожувати та зупинятися в готелі найближчим часом. Оскільки точка беззбитковості в готельно-ресторанній індустрії відносно висока через високі операційні витрати, виживання багатьох цих підприємств в значній мірі залежить від збільшення попиту на їхні послуги та товари. Таким чином, з'ясування того, що змусить клієнтів повернутися, є

надзвичайно важливим, і вимагає інтенсивних дослідницьких зусиль. Промисловість та наукові кола гостро потребують поведінкових та оперативних маркетингових та управлінських досліджень для управління готельно-ресторанними операціями під час пандемії COVID-19.

Результати дослідження також вказують, що приблизно чверть споживачів будуть почуватись комфортно харчуючись в ресторані лише тоді, коли здатність їхніх спільнот тестувати, відстежувати та ізолювати випадки COVID-19 значно покращиться. Близько 18% клієнтів почуватимуться комфортно подорожуючи та зупиняючись в готелі лише тоді, коли в цьому пункті буде дуже мало випадків COVID-19 та буде можливість перевірити, відстежити та ізолювати випадки COVID-19. Крім того, є група споживачів, яким буде комфортно знаходитись в ресторані (близько 14%) і подорожувати та зупинитися в готелі (близько 17%), коли стане доступною вакцина проти COVID-19 (Gursoy та ін., 2020). Ці висновки однозначно свідчать про те, що нам потрібні подальші дослідження факторів, які можуть повернути клієнтів до підприємств готельного та ресторанного господарства [2].

Видимі дезінфікуючі заходи (такі як дезінфікуючі засоби біля входу, персонал у масках та рукавичках), реалізація соціального дистанціювання, обмеження кількості клієнтів, більш ретельне та часте прибирання контактних поверхонь у місцях загального користування, навчання працівників протоколам охорони праці – це найважливіші заходи безпеки, які споживачі очікують від ресторану та готелю.

Приблизно третина клієнтів ресторанів та близько 40% клієнтів готелів готові платити більше за підвищення рівня заходів безпеки. Хоча клієнти очікують, що підприємства впровадять більш суворі процедури безпеки / прибирання, частина з них готова платити за ці додаткові заходи безпеки.

Також значна частина клієнтів ресторанів (64,71%) і більшість клієнтів готелів (70,42%) вважають, що використання різних технологій для надання послуг необхідне в умовах COVID-19, щоб мінімізувати між людські контакти (службові роботи, безконтактні платежі, цифрові меню, які можна переглядати на персональних мобільних пристроях за допомогою QR-кодів, безключовий вхід, безконтактні ліфти тощо). Ці висновки свідчать про те, що інтеграція та впровадження технологій у готельно-ресторанну сферу стає невід'ємною частиною цього бізнесу сьогодні [3].

Хоча пандемія COVID-19 поставила перед готельно-ресторанною індустрією та науковими колами невизначені проблеми, вона також представляє великі можливості для дослідників цієї сфери. Масштаби цієї кризи та її руйнівні наслідки для діяльності, працівників та клієнтів не мають собі рівних порівняно з попередніми кризами. Тому, хоча використання попередніх концептуальних та теоретичних основ може бути корисним, надзвичайно важливо отримати нові знання, які можуть надати розуміння галузі про те, як трансформувати свою діяльність відповідно до вимог та потреб нових клієнтів в умовах пандемії COVID-19.

Список використаних джерел:

1. Квіцинська М. Туристичний бізнес під час коронавірусу: перспективи порятунку. Газета «День» №111-112, (2020). <https://day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/turystychnyy-biznes-pid-chas-koronavirusu>
2. Gössling, S. , Scott, D. , & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism* , 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
3. Gursoy, D. , Chi, C. G. , & Chi, O. H. (2020). COVID-19 Study 2 Report: Restaurant and Hotel Industry: Restaurant and hotel customers' sentiment analysis. *Would they come back? If they would, WHEN?* (Report No. 2), Carson College of Business, Washington State University.

УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ В КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Шапар К. В., магістр, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Комунальне господарство – це сфера, головною метою якої є організація гідного рівня добробуту споживачів комунальних послуг та організація відповідних умов для належного функціонування міст, надання якісних послуг. Усі комунальні підприємства мають дуже складні технології, свої виробничі потужності, які являють собою об'єкти соціального значення.

Дебіторська заборгованість впливає на багато систем підприємств, у тому числі й на комунальних підприємствах. Найбільший вплив вона має на фінансовий стан. Якщо казати про фінансовий стан комунальних підприємств в Україні, то це комплексний показник діяльності. Низький рівень платоспроможності населення і користувачів комунальних послуг веде до збільшення дебіторської заборгованості, що, в свою чергу, впливає на збільшення кредиторської заборгованості, гальмує роботу комунальних підприємств через брак коштів та знижує їх інвестиційну привабливість.

Дебіторська заборгованість також виникає через критичний стан, в якому перебувають комунальні підприємства на Україні. Такий стан спричинений недостатнім фінансуванням з боку держави, тому зростають борги підприємств цієї галузі, також зростають тарифи комунальних послуг, які не відповідають своїй якості.

Головною метою обліково-аналітичного забезпечення управління дебіторською заборгованістю на комунальних підприємствах є її зменшення, збільшення надходжень грошових коштів і підвищення рівня ліквідності дебіторської заборгованості. Виходячи з цього, можна сказати, що це питання повинно бути під пильним наглядом керівника підприємства.

Для того, щоб управління дебіторською заборгованістю стало більш ефективним, необхідно створити відповідні відділи, які будуть відповідати за дебіторів. Також, провести аналіз термінів виникнення дебіторської заборгованості, самих дебіторів (їх платоспроможність, джерела фінансування,