

значні витрати на зберігання; тому така умова є справедливою для товарів, наприклад, зерна, але не для цінних паперів) [1; 2].

В інструментах, в яких ведеться торгівля на біржі, періодично виникають цінові дисбаланси і ринкові неефективності, які носять тимчасовий характер, прибуток отримується, тоді, коли ці перекоси зникають (сходять нанівець). Отже, такий заробіток, який не використовує спрямованих позицій, внаслідок цього не має ринкового ризику, називається арбітражем. На відміну від спекулятивних угод, в арбітражних угодах трейдер є посередником на ринку. Арбітражні стратегії характеризуються своїм нейтральним напрямом руху на ринку. У такому випадку, не важливо, збільшиться ціна на актив або зменшиться, арбітражна угода в будь-якому разі принесе дохід, за умови, що дохід від арбітражу буде вищим за витрати на комісії. Тимчасовий арбітраж – це торгова стратегія, яка використовується для короткострокових змін цін на різних торгових майданчиках.

Таким чином, біржа може варіювати Fillratio в діапазоні, який влаштуватиме більшість трейдерів і маркет мейкерів і дозволить досягти балансу між якістю (з точки зору Fillratio) і кількості (з точки зору обсягу котирувань) ліквідності, що поставляється на біржу.

#### **Література.**

1. Слободяник А.М., Крижній В.Б. Алгоритмічний трейдинг на біржовому ринку: сутність та класифікація. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 16. Ч. 2. С. 96-99.

2. Agarova A. Conventional Mutual Index Funds Versus Exchange Traded Funds. *Journal of Financial Markets*. 2011. Vol. 14, No. 2. P. 323-43.

## **ВПЛИВ КАРАНТИНУ ТА ВІЙНИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

***ОЛІНІЧЕНКО К.С., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,***

***БУБЕНЕЦЬ І.Г., К.Е.Н.,***

***ПОГОРЕЛОВА Є.Р., СТУДЕНТКА,***

***ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Ресторанний бізнес завжди орієнтований на соціум. Гість приходив в заклад за враженнями, емоціями, новим досвідом, а не тільки, щоб отримати чергову порцію їжі. Тому вплив Covid-19 на суспільство рівноцінне впливу на заклади ресторанного господарства. Йдеться про те, що безліч людей закрилося по домівках. Більшість споживачів сьогодні хоче отримувати всілякі розваги, послуги (навіть

медичні), товари і знання виключно онлайн. Тенденція до зниження рівня соціалізації намітилася вже давно, ще до пандемії. Але саме вірус Covid-19 став акселератором десоціалізації. І тепер таке «електронне сприйняття», особливо серед молодих людей, стало звичайним [1].

В Україні через пандемію коронавірусу велика кількість кафе і ресторанів тимчасово призупинили свою діяльність, лише деякі продовжили працювати виключно в режимі доставки або видачі замовлень з собою. З одного боку це призвело до зростання обсягів доставки їжі (до 20-25 %), але в той же час внаслідок падіння платоспроможності українців, замість відвідування ресторанів значна кількість почала віддавати перевагу домашнім стравам.

На початок липня 2021 року в Україні відновили роботу лише 86% кафе та ресторанів від докризового рівня. Карантин призвів до того, що велика кількість співробітників ресторанної сфери стала безробітною. Це сталося через те, що не всі кафе та ресторани протрималися за двомісячну кризу. Наприклад, маленькі кафетерії, кондитерські найчастіше відкриваються в орендованих приміщеннях, на кредитних умовах, їм просто було важко впоратися з такою фінансовою проблемою. Деякі ресторани закрилися або скасували своє заплановане відкриття. Згідно опитування Української ресторанної асоціації у червні 2021 року 24 % закладів в Україні працювали лише на літніх майданчиках. 18 % локацій працювали на терасі, а також здійснювали доставку. 16 % опитаних респондентів зазначили, що їх заклад працював на доставку та приймав гостей на терасах і в залі, а 13 % відповіли, що годували гостей на літній терасі та в залах, але доставкою не займалися. 11 % опитаних зазначили, що їх заклади були повністю закриті у червні [2].

Також респондентів попросили вказати, який відсоток склала виручка у червні 2021-го по відношенню до червня 2020 року. Так, 24 % зазначили, що виручка, порівняно з червнем минулого року складала менше 20%. 24 % зазначили, що виручка складала від 21 % до 40 %, а 19 % – від 41 % до 60 %. 9 % опитаних зазначили, що їх виручка складала 61-80 %, а 8 % опитаних отримали виручку в 81 % та більше. 17 % опитаних відповіли, що вони не здійснювали підрахунків.

Одним із головних завдань для закладів сфери ресторанного господарства стало забезпечення безпеки відвідувачів та працівників, якій надалі буде приділятися багато уваги.

Але війна, що розпочалась 24 лютого 2022 року внесла багато змін у діяльність підприємств ресторанного господарства України. На всій території держави підприємства ресторанного господарства перейшли на забезпечення воїнів, тимчасово переміщених людей та людей у зонах бойових дій. Виготовлення продукції забезпечується за

рахунок благодійних організацій, волонтерських центрів та інших фондів, а самі підприємства ресторанного господарства не отримують прибутку, бо всі українці працюють заради перемоги у війні.

Компанії ресторанного сектору, що знаходяться не в зонах активних бойових дій, беруть активну участь у підтримці економіки нашої держави та українців, у тому числі забезпечують їжу для водіїв та біженців, а також пропонують їм робочі місця.

Попри воєнний стан ресторатори повертаються до роботи: частка відкритих закладів з кінця лютого зростає з 14 % до 38 %. Такі дані 24 березня оприлюднила компанія з автоматизації закладів Poster, яка залучила до дослідження більш ніж 9000 закладів-клієнтів в Україні. На заході країни найбільше відкрито ресторанів у Закарпатській області – 84 %, найменше у Львівській – 69 %. Проте в Києві відкрито лише 18 % закладів порівняно з довоєнним часом. [3].

Війна спричинила великі втрати у ресторанному бізнесі і економіки загалом у довгостроковій перспективі. Зруйновані приміщення у зонах бойових дій можливо відновити, але відсутність роботи та доходу у населення не сприятиме швидкому відновленню сфери ресторанного господарства ще довгі роки після закінчення російсько-української війни [4].

Прогнозувати щось дуже складно, а вгадати, яким буде психологічний стан людей надалі ще складніше. За думкою експертів, існують діаметрально протилежні погляди щодо майбутнього ресторанного бізнесу. Хтось стверджує, що гості залюбки повернуться до закладу якнайшвидше: пробуватимуть їжу, алкоголь та гулятимуть. Інші кажуть, що люди споживатимуть менше шкідливої їжі, алкоголю і більше дбатимуть про своє здоров'я. На таку думку схиляється більшість. Тому може реалізуватися як перший, так і другий сценарій. Більше того, обидва варіанти розвитку подій можуть існувати паралельно.

### **Література.**

1. Жизнь во время COVID-19: влияние на ресторанный бизнес. URL: <https://www.restorator.ua/post/zhizn-vo-vremya-covid19-vliyanie-na-restoranniy-biznes>
2. Балацька Н.Ю. Ресторанный бизнес в условиях пандемии коронавируса: проблемы та напрями трансформації моделей розвитку. URL: [http://market-infr.od.ua/journals/2020/42\\_2020\\_ukr/22.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2020/42_2020_ukr/22.pdf)
3. Обід за розкладом: як змінився ресторанный рынок України за місяць війни. URL: <https://rau.ua/novyni/restorannij-riнок-ukraini/>
4. Бізнес і війна: як українським компаніям відшкодувати збитки внаслідок бойових дій. URL: <https://mind.ua/publications/20239725-biznes-i-vijna-yak-ukrayinskim-kompaniyam-vidshkoduvati-zbitki-vnaslidok-bojovih-dij>