

Oksana Dyshkantiuk
*Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,
Dean of the Faculty of Management, Hospitality and Tourism
International Humanitarian University*

Дишкантюк О.В.
*к.т.н., доцент,
декан факультету менеджменту,
готельно-ресторанної справи та туризму
Міжнародного гуманітарного університету*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-295-1-35>

ORGANIZATION OF THE RESTAURANT BUSINESS UNDER MARTIAL LAW

ОРГАНІЗАЦІЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Український ресторанний бізнес, який був суттєво ослаблений наслідками пандемії Covid, зіткнувся з загрозами, що викликані агресією росії та введенням військового стану. Ці умови призвели до суттєвих змін в організації ресторанного бізнесу. Значна частина підприємств припинила своє існування, частина тимчасово призупинила діяльність.

Відповідно до даних Національної ресторанної асоціації України в країні з початку війни закрилося понад 7 тисяч закладів ресторанного господарства, разом з тим, було відкрито близько 2 тисяч нових закладів харчування. Відбулося зменшення ринку приблизно на 25% порівняно з лютим 2022 року. У Харківській, Миколаївській, Запорізькій, Луганській областях падіння ринку становило понад 50%, у Київській, Одеській, Дніпропетровській областях зниження обсягів ресторанного ринку відбулося до 30%. Разом з тим, відслідковується позитивна динаміка у західних областях, зокрема у Закарпатській, Чернівецькій, Івано-Франківській областях зростання відбулося приблизно на 20%. У Львові та області кількість ресторанів та кафе зросла приблизно на 30%. З метою пошуку вигідних локацій для запуску нових ресторанних бізнесів інвестори почали розглядати міста в Західній Україні. Спостерігається певна експансія закладів ресторанного господарства за кордон, хоча це явище не є системним [1].

Заклади, які продовжили роботу, змушені були реорганізувати свою діяльність. Особливого значення набула соціальна функція ресторанного господарства. Переважна частина закладів ресторанного господарства в більшій чи меншій мірі долучилися до благодійної допомоги, забезпечують харчування солдатів ЗСУ, вразливі категорії переселенців, медпрацівників та сили територіальної оборони. Так, співзасновники Kyiv Food Market та «Молодості» Алекс Купер («Люди Купера») і Михайло Бейлін (La Famiglia) об'єдналися із засновником компанії «Верес» Андрієм Родіонцевим і з перших днів реорганізували заклади на роботу волонтерських кухонь. 7 волонтерських кухонь в компанії Дмитра Борисова («Білий налив», «Канапа», Охота на Ovets) працюють з перших днів війни. «Готуємо для ЗСУ, територіальної оборони, ДСНС, клініки Амосова та «Охматдиту», для літніх людей та дітей, які цього потребують. І навіть для дорожньої служби, команда якої щодня варить протитанкові їжаки та розчищає дороги» [2].

В умовах енергетичного терору росії, багато закладів ресторанного господарства перейшли на роботу на генераторах та стали осередками незламності. Окрім послуг харчування, надають людям можливість підзарядити гаджети, скористатися послугами мобільного зв'язку, Internet.

Разом з тим, в умовах ринку, підприємство має приносити прибуток та бути самоокупним, інакше не зможе існувати.

Аналізуючи діяльність ресторанів у період пандемії авторами було виділено наступні тенденції [3]:

- впровадження та вдосконалення доставки;
- запровадження послуги take away;
- діджиталізація;
- поєднання ритейлу та ресторанного бізнесу;
- диверсифікація послуг, зокрема онлайн-магазини з продажу напівфабрикатів для приготування страв удома;
- креативні маркетингові заходи;
- заходи безпеки.

Ці тенденції є актуальними і в період воєнного стану. Заходи щодо гігієни та охорони здоров'я стали найважливішим складником реагування на кризу індустрії гостинності, пов'язану з пандемією. Особливого значення набуває забезпечення безпеки гостей і персоналу закладу і в період воєнного стану. Важливим також є диверсифікація послуг, реінжинірінг меню, правильна цінова політика.

Наразі важливим є оцінка ступеню впливу на функціонування ресторанного бізнесу зовнішніх факторів та внутрішніх організаційних перетворень.

Таблиця 1

Зведена таблиця SWOT-аналізу

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Інтерес до сучасної української кухні Надійна репутація. Сучасні технології виробництва та сервісу. Державна підтримка. Наявність бомбосховищ.</p>	<p>Проблеми з доставкою сировини. Відтік кадрів у зв'язку з мобілізацією чоловіків та евакуацією жінок. Зниження прибутків через відтік споживачів. Додаткові витрати на придбання джерел альтернативної енергії.</p>
Можливості	Загрози
<p>Введення нових послуг, наприклад: - коворкінг; - доставка; - кулінарні майстер-класи для дітей; - кулінарні майстер-класи для дорослих. Потреба у харчуванні за демократичними цінами. Впровадження альтернативних джерел енергії.</p>	<p>Проблеми з енергопостачанням. Загрози ракетних обстрілів. Зниження покупної спроможності споживачів. Зниження попиту на основні послуги. Зміна потреб споживачів.</p>

Однією з проблем є доставка імпортової сировини, особливо постраждали від цього фактору ресторани, які орієнтовані на морепродукти та суші. Тому однією з основних тенденцій є переорієнтація на місцеву сировину.

Через те, що Україну покинуло більше 4 млн осіб, серед яких працівники сфери ресторанного бізнесу, є проблеми з дефіцитом кадрів. Разом з тим, громадські ресторани організації запустили волонтерські проекти з підтримки українців сфери ресторанного бізнесу, які виїхали, допомогти їм знайти роботу, щоб мати фінансову самостійність, отримати досвід, який потім можна впроваджувати в Україні.

Важливою загрозою для діяльності є зниження попиту на послуги. Це завжди призводить до зниження прибутку і конкурентоспроможності. Для запобігання цьому необхідно розвивати пропоновані послуги, розробляти нові, а також відслідковувати зміни поведінки споживачів. В цьому аспекті необхідною умовою є наявність ресурсів для підвищення своєї конкурентоспроможності.

Реорганізація ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану дасть можливість підприємствам ресторанного господарства не тільки вижити але і вийти на нові ринки і охопити більшу цільову аудиторію.

Література:

1. Прасад А. В Україні з початку війни закрилося близько 7000 ресторанів та кафе. Forbes. 06 вересня 2022 року. URL: <https://forbes.ua/news/v-ukraini-z-pochatku-viyini-zakrilosya-blizko-7000-restoraniv-ta-kafe-asotsiatsiya-06092022-8120> (дата звернення: 25.01.2023).
2. Дружок Я. Це українські ресторани, які годують ЗСУ і тероборону. Редакція The Village Україна. 2022. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/food/food-guide/324773-volonerski-kuhni-viyna-2022> (дата звернення: 25.01.2023).
3. Дишкантюк О.В., Марковська А.В. Ресторанний бізнес в умовах пандемії COVID-19: шляхи виходу з кризи. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Вип. 63. С 20-24.