

## СУЧАСНІ ВИКЛИКИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

А.М. Тимейчук, кандидат педагогічних наук

Р.Ю. Харлан, студент

Київський національний університет технологій та дизайну

*Ключові слова:* ресторанний бізнес, розвиток, онлайн-замовлення, HoReCa

Виклики повномасштабної війни не стали на заваді українському ресторанному бізнесу. Попри те, що сфера не була готова до повномасштабної війни, вже зараз значна частина підприємств трансформується та виходить на нові ринки.

На кінець травня 2022 року в Україні закрилися 37% закладів громадського харчування. Сектор втратив до 60% працівників, а прибутки скоротилися вполовину або й більше.

На початку воєнної агресії експерти прогнозували, що за рік в Україні зачиниться майже 50% всіх ресторанів. Але цього не сталося, падіння ринку виявилось не таким катастрофічним. Навпаки, стали відкриватися нові заклади ресторанного обслуговування, що спеціалізуються здебільшого на онлайн-замовленнях [1,2].

Культура доставки їжі і онлайн-замовлення стала розвиватися за останні чотири роки неймовірно швидкими темпами. Особливо це було помітно під час пандемії, коли заклади закривали і дозволяли працювати тільки на винос або на доставку (крім доставки алкоголю і продажу напоїв на винос). В Україні це Glovo, Raketa. Крім доставки зі звичайних закладів, зростає число замовлень з «віртуальних» ресторанів, які не приймають офлайн-гостей і готують виключно для доставки.

HoReCa (готель, ресторан, кейтеринг/кафе) – термін, що позначає сегмент сфери послуг індустрії гостинності (ресторанного та готельного бізнесу) і канал збуту товарів з безпосереднім споживанням продукції в місці продажу. Запорука успішного маркетингу HoReCa – спільна робота точки продажів, постачальників та інформаційних партнерів, що забезпечує максимальну задоволеність відвідувачів HoReCa [3].

Експерти визначили наступні тенденції ринку HoReCa в Україні, які особливо актуалізувалися після початку воєнних дій:

- збереження попиту на домашню їжу, фастфуд напівфабрикати та швидкий відпочинок у закладах ресторанного обслуговування;
- вплив правил воєнного часу: комендантської години та необхідності дотримання норм повітряної тривоги;
- необхідність налагодження швидкої логістики доставки їжі;
- вплив місця розташування ресторанного бізнесу: його наближення до зони бойових дій, розташування внутрішньо переміщених осіб тощо.

Популярною тенденцією стають також «хмарні» сервіси – це зберігання даних закладу не на власному сервері, а в хмарі. Ресторатори хочуть мати повний доступ до операційних даних і аналітики з будь-якої точки світу, а не залежати від одного робочого місця.

Відновлення ресторанних потужностей в Україні можливе не раніше, ніж за 1-2 роки після завершення війни. Нині HoReCa відчуває нестачу кваліфікованих кадрів та необхідність підвищення кваліфікації працівників до роботи у форс-мажорних обставин.

Подальшому відновленню сфери HoReCa в Україні сприятиме підтримка світової спільноти, інвестиції в Україну після завершення війни, застосування інновацій та налагодження продовольчих ланцюгів.

#### Список використаних джерел

- 1.Ресторанний бізнес під час війни: де найбільш інтенсивно відкриваються нові заклади [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://24tv.ua/business/restoranniy-biznes-pid-chas-viyni-vidkrittaya-restoraniv-ukrayini\\_n2151721](https://24tv.ua/business/restoranniy-biznes-pid-chas-viyni-vidkrittaya-restoraniv-ukrayini_n2151721)
- 2.Ресторанний бізнес у воєнний час: яка їжа, приміщення та в яких містах користуються попитом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/uk/business/restorannii-biznes-u-vojennii-cas-yaka-yiza-primishhennya-ta-v-yakix-mistax-koristuyutsya-popitom-398364/>
- 3.Записки маркетолога [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/x/horeca](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/x/horeca)
4. Buntova N. Innovation-related aspects of the development of world hotel services market / Natalia Buntova // Innovative Trends in World Trade Development: the monograph / Edited by Prof. A.P. Rummyantsev - Kyiv: NAU. 2018. – 416 p. – P. 362-384.

УДК 640.4.001.76

## ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

О.О. Шевченко, кандидат економічних наук

В.Ю. Бибик, студент

Київський національний університет технологій та дизайну

*Ключові слова:* підприємства індустрії гостинності, готельно-туристичний бізнес, сервіс, стратегія розвитку бізнесу, сфера послуг.

Рівень розвитку індустрії гостинності є своєрідною візитівкою будь-якої країни у міжнародному туристичному просторі та є показником соціально-економічного і культурного розвитку держави. Саме тому розвиток підприємств індустрії гостинності є важливою складовою процесу інтеграції українського туристичного бізнесу в європейський ринок.

Однак останнє десятиріччя було досить несприятливим для розвитку індустрії гостинності в Україні. Анексія півострову Крим, що був центром морського туризму, окупація частини території і в решті решт повномасштабне вторгнення військ сусідньої держави на територію нашої країни спричинили економічну та політичну кризу, знесення значних територій, руйнування міст та виїзд громадян за кордон. І якщо в цих складних соціально-політичних