

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет економіки та менеджменту
*Кафедра економіки,
підприємництва та туризму*

Кваліфікаційна робота на правах рукопису

Василенко Аріана Дмитрівна

УДК 379.85(477.42)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ
ВИКЛИКІВ**

242 «Туризм»

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ Василенко Аріана Дмитрівна

Керівник роботи

к. б. н., доцент
Чернишова Таїсія Миколаївна

Житомир – 2024

Висновок кафедри економіки, підприємництва та туризму

за результатами попереднього захисту: _____

Протокол засідання кафедри економіки, підприємництва та

туризму _____

№ ____ від « ____ » _____ 2024р.

Завідувач кафедри

Економіки, підприємництва та туризму

д.е.н. професор _____

Валінкевич Н.В.

« ____ » _____ 2024р.

Результати захисту кваліфікаційної роботиЗдобувач вищої освіти **Василенко Аріана Дмитрівна** захистила

кваліфікаційну роботу з оцінкою:

сума балів за 100-бальною шкалою _____

за національною шкалою _____

Секретар ЕК _____

Мутасова С.А.

АНОТАЦІЯ

Василенко Аріана Дмитрівна «Розвиток ресторанного бізнесу в умовах глобальних викликів»- кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю 242 – «Туризм». – Поліський національний університет, Житомир, 2024.

Робота присвячена вивченню та аналізу розвитку ресторанного бізнесу в умовах сучасних глобальних викликів. В роботі досліджуються основні тенденції та перспективи розвитку ресторанної індустрії в контексті глобальних економічних, соціокультурних та екологічних тенденцій. Особлива увага приділяється впливу таких факторів, як зміни в споживчих уподобаннях, конкуренція на ринку, зміни в законодавстві, а також вплив пандемії COVID-19 та стану війни на ресторанний бізнес. Аналізуються кращі практики управління, маркетингові стратегії та технологічні інновації, спрямовані на підвищення ефективності та конкурентоспроможності ресторанного бізнесу в глобальному контексті. Робота має на меті зробити висновки та запропонувати рекомендації щодо подальшого розвитку ресторанної галузі в умовах викликів сучасності.

Ключові слова: ресторанне господарство, глобальні виклики, адаптація, інновації.

ABSTRACT

Vasylenko Ariana Dmytrivna «Development of the restaurant business in conditions of global challenges"- qualifying work on manuscript rights.

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 242 - "Tourism". – Polissia National University, Zhytomyr, 2024.

The work is devoted to the study and analysis of the development of the restaurant business in the conditions of modern global challenges. The work examines the main trends and prospects for the development of the restaurant industry in the context of global economic, socio-cultural and environmental trends. Special attention is paid to the impact of factors such as changes in consumer preferences, market competition, changes in legislation, as well as the impact of the COVID-19 pandemic and the state of war on the restaurant business. Best management practices, marketing strategies and technological innovations aimed at increasing the efficiency and competitiveness of the restaurant business in a global context are analyzed. The work aims to draw conclusions and offer recommendations regarding the further development of the restaurant industry in the face of modern challenges.

Keywords: restaurant business, global challenges, adaptation, innovation.

З М І С Т

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ	8
1.1. Розвиток світового ресторанного ринку як економічного феномену	8
1.2. Аналіз тенденцій економічного розвитку сфери ресторанного бізнесу в Україні	10
Висновок до розділу 1	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «PRIMAVERA»	17
2.1. Характеристика ресторану «PRIMAVERA»	17
2.2. Аналіз господарської діяльності ресторану «PRIMAVERA»	21
2.3. Особливості ресторанної діяльності «PRIMAVERA» в умовах глобальних викликів	26
Висновок до розділу 2	28
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	29
3.1. Реалізація державної політики у сфері підтримки ресторанного господарства в Україні	29
3.2. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу в умовах глобальних викликів	32
Висновок до розділу 3	34
ВИСНОВКИ	35

ВСТУП

Актуальність теми. Ресторанний бізнес в умовах глобальних викликів, таких як війна або пандемія COVID-19, стає особливо чутливим до змін і вимагає стратегічного підходу до ведення. Військові конфлікти можуть призвести до обмежень в руху товарів та послуг, а також до нестабільності економічного середовища. У таких умовах рестораторам доводиться шукати альтернативні шляхи забезпечення постачання інгредієнтів та залучення клієнтів, а також бути готовими до змін у концепціях та стратегіях розвитку.

Пандемія COVID-19 значно позначилася на ресторанному бізнесі, змушуючи його адаптуватися до нових умов. Зміни у вимогах до гігієни та безпеки, обмеження на кількість відвідувачів та введення карантинних заходів вплинули на способи функціонування ресторанів.

У контексті глобальних викликів, ресторанний бізнес також звертає увагу на соціально-відповідальний підхід. Зростаюча свідомість про потребу у співпраці з місцевими громадами, підтримці вразливих груп та відповідальному використанні ресурсів спонукає рестораторів до прийняття соціально важливих ініціатив та включення їх у стратегію розвитку.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичні та практичні засади розвитку ресторанного бізнесу в умовах глобальних викликів

Завдання дослідження:

- Проаналізувати розвиток світового ресторанного ринку як економічного феномену.
- Провести аналіз тенденцій економічного розвитку сфери ресторанного бізнесу в Україні.
- Дослідити сучасні виклики розвитку ресторанного бізнесу: пандемія COVID-19, військовий стан.
- Дати характеристику господарської діяльності ресторану «PRIMAVERA».
- Виділити особливості розвитку ресторанної діяльності «PRIMAVERA» в умовах глобальних викликів.

– Дослідити проблеми та перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобальних викликів.

Об'єктом дослідження є процес удосконалення ресторанного бізнесу «PRIMAVERA» в умовах глобальних викликів.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні засади розвитку ресторанного бізнесу на прикладі ресторану "PRIMAVERA" в умовах глобальних викликів,.

Методи дослідження. Були використані загально-наукові методи дослідження, а саме індукція, дедукція, аналіз, синтез, методи наукової абстракції, логічного аналізу, системного підходу тощо. Застосовано методи аналізу, синтезу та порівняння для визначення основних напрямів розвитку ресторанного бізнесу «PRIMAVERA» в умовах глобальних викликів.

Апробація результатів роботи і публікації. Результати досліджень були апробовані на таких конференціях:

1. Чернишова Т. М., Василенко А. Д. Проблеми та перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні. *Механізми управління розвитком територій: зб. наукових праць у 2 ч. Ч. 2.* Житомир: Поліський національний університет, 2023. С.67-69.

2. Чернишова Т. М., Василенко А. Д. Розвиток ресторанного бізнесу в умовах глобальних викликів. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети: матеріали II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференція (м. Житомир, 10-11 квітня 2024 р.).* Житомир: Поліський національний університет, 2024. С.89-92.

Практичне значення результатів дослідження розвитку ресторанного бізнесу на прикладі ресторану "PRIMAVERA" в умовах глобальних викликів полягає у створенні конкретних рекомендацій та стратегій для підвищення стійкості та ефективності бізнесу. Аналіз відповіді "PRIMAVERA" на глобальні виклики дозволить ідентифікувати найбільш ефективні методи адаптації, впровадження інновацій та соціально відповідальних підходів, що

можуть бути застосовані в ресторанній галузі загалом, сприяючи виживанню та процвітанню у складних глобальних умовах.

Структура та обсяг роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (41 найменування). Загальний обсяг роботи – 41 сторінка.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

1.1. Розвиток світового ресторанного ринку як економічного феномену

Світовий ресторанний ринок розвивався протягом століть, відображаючи економічні, культурні та соціальні зміни. Його історія багат шарова та цікава, від перших таверн і закладів громадського харчування до високотехнологічних ресторанів зі світовим репутацією.

Перші ресторани, схожі на сучасні, з'явилися у давньому Римі та Греції, обслуговуючи подорожуючих, торговців та місцевих мешканців. У середньовіччі та ранньому новому часі ресторани перетворилися на гостьові будинки, де можна було поїсти та попиту за плату, а розвиток торгівлі й культурних обмінів у Ренесансі розширив цей вид закладів.

Промислова революція відзначилася змінами у способі життя та харчування. Зростання міського населення призвело до популяризації ресторанів, які стали центрами суспільного життя. У 20 столітті ресторанна культура почала глобалізуватися через зростання туризму та імміграції, а технологічний прогрес, зокрема Інтернет та мобільні додатки, революціонізував ресторанний бізнес, зробивши його більш доступним та зручним для клієнтів.

Ресторани стали не лише місцями для харчування, а й центрами культурного обміну та інновацій. Розвиток ресторанного ринку являє собою важливий економічний феномен, що впливає на глобальну економіку, туризм та соціокультурну динаміку.

Розвиток ресторанного бізнесу в період з 2022 по 2024 роки був супроводжений кількома ключовими тенденціями і змінами, що вплинули на галузь в цілому. Ось деякі аспекти, які можна включити до аналізу:

Технологічні інновації: Ресторанний бізнес в цьому періоді став більш технологічно орієнтованим. Відкриття ресторанів з системами замовлення

через мобільні додатки, самообслуговування та роботизація кухонних процесів стали зростаючими тенденціями.

Зміни відносно до COVID-19: Після пандемії відбулися зміни в способах, які ресторани ведуть свій бізнес. Зменшення кількості місць, більший фокус на забезпечення безпеки клієнтів і персоналу, а також зростання популярності доставки їжі та пікапу .

Збільшення популярності веганських та вегетаріанських варіантів: Зростання інтересу до здорового способу життя та екологічних питань призвело до збільшення попиту на веганські та вегетаріанські страви. Ресторани, які включили такі варіанти у своє меню, мали перевагу.

Зміни у споживчих пристрастях та культурних впливах: Зміна споживчих пристрастей вплинула на типи кухонь, які найбільш популярні. Наприклад, зростання інтересу до екзотичних страв, таких як азіатська або латиноамериканська кухня [7, с. 22].

Конкуренція та консолідація: Зростання конкуренції призвело до консолідації ринку, де більші ресторани ланцюги набирали обертів за рахунок поглинання менших гравців або філій.

Соціальні медіа та вплив візуальної привабливості: Ресторани все більше вкладали у привабливий дизайн і фотографію страв для просування у соціальних медіа. Естетика та візуальний ефект стали важливими чинниками для приваблення клієнтів.

Особливості ресторанного бізнесу можуть значно відрізнятись в залежності від країни. Ось кілька прикладів:

Франція славиться своєю вишуканою кухнею та ресторанами високого класу. Тут великий акцент ставиться на гастрономічну культуру, вишуканість і елегантність. Ресторани в Парижі, наприклад, відомі своїм вишуканим інтер'єром і винними картами.

В італійському ресторанному бізнесі важливе значення має традиція та сімейні цінності. Тут ресторани можуть бути як сімейними підприємствами, що передаються з покоління в покоління, так і стильними закладами з

автентичною кухнею.

Японія: У японському ресторанному бізнесі великий акцент робиться на якість та естетику. Традиційні японські ресторани можуть бути дуже мінімалістичними, але в той же час відображати велику увагу до деталей.

У США ресторанний бізнес різноманітний і роздрібний. Тут можна знайти все, від швидкого харчування до ресторанів високого класу. Ще одна важлива особливість - кулінарна різноманітність через вплив іммігрантів з усього світу [1, с. 14].

У китайському ресторанному бізнесі широко поширені ресторани, які спеціалізуються на різних регіональних кухнях, таких як кантонська, січуанська або шанхайська. Важливу роль відіграють також традиції чаювання та філософія гармонії їжі та напоїв.

Ці приклади показують, що ресторанний бізнес в різних країнах має свої унікальні особливості, які відображають традиції, культурні цінності та споживчі уподобання кожної країни [12, с. 140].

Загалом, ресторанний бізнес за останні три роки пройшов через інтенсивний процес трансформації, адаптуючись до нових технологій, змін у споживчих уподобаннях та вимогах безпеки, що диктувалися пандемією COVID-19. Ті, хто були готові до змін і інновацій, мали можливість преуспіти в цьому конкурентному середовищі.

1.2. Аналіз тенденцій економічного розвитку сфери ресторанного бізнесу в Україні

Сучасні обставини викликали кризу в готельному та ресторанному бізнесі, що стало серйозним викликом для цієї індустрії. Війна, яку розпочала Росія проти України, призвела до численних проблем у ресторанному секторі країни:

-знищення ресторанів у зонах активних бойових дій та внаслідок ракетних та бомбових ударів по всій території України;

-втрата приміщень, обладнання та інвентарю на окупованих територіях, а

також їхнє розкрадання;

- руйнування нафтопереробних заводів, що спровокувало паливну кризу влітку 2022 року;

- перебої з електрикою та водопостачанням, екстрені відключення в осінньо-зимовий період через ракетні атаки на важливу інфраструктуру;

- відплив кваліфікованих працівників за кордон;

- переміщення великої кількості людей з прифронтових зон в безпечніші райони країни;

- значне скорочення туристичного потоку;

- нестабільність валютних курсів;

- падіння купівельної спроможності населення через зниження реальних доходів;

- зменшення активів та оборотних коштів у рестораторів;

- зростання закупівельних цін на продукти харчування;

- скорочення числа виробників сировини для ресторанів через окупацію або знищення їхніх підприємств;

- закриття приміщень під час повітряної тривоги та евакуація споживачів;

- скорочення часу роботи ресторанів через комендантську годину;

- суттєве зменшення послуг дозвілєвого характеру [22, с.219].

Кризи в економіці виникають досить часто і можуть слугувати стартовим моментом для відновлення бізнесу після завершення війни. Цікавим є те, що в китайській мові термін "криза" складається з двох ієрогліфів, де один символізує "небезпеку", а інший - "можливість". Таким чином, криза містить у собі ризик втрати бізнесу, але водночас відкриває перед керівниками нові перспективи, оскільки вони можуть втілити ідеї, про які раніше не замислювалися. Отже, у часи кризи необхідно бути готовим до швидких та рішучих дій, а також не боятися впроваджувати ефективні нововведення у діяльність [10, с. 42].

Криза має значний вплив на ресторанний бізнес, пропонуючи нові шляхи його розвитку під час мирного відновлення (таблиця 1.1.).

Таблиця 1.1.

Вплив кризи на ресторанний бізнес: загрози та можливості

Загрози	Можливості
Втрата 20-25% частки ринку ресторанних послуг через припинення діяльності закладів	Зменшення конкуренції на ринку ресторанних послуг
Звільнення приміщень закладів ресторанного господарства через їх закриття	Відкриття нових можливостей для входу на ринок нових закладів ресторанного бізнесу
Зменшення вартості оренди чи придбання нерухомості для закладу ресторанного господарства	Більш дешевий старт для відкриття закладу та початку його роботи
Звикання до нових цін	Зміни в аудиторії майбутніх споживачів, орієнтація на інші сегменти відвідувачів
Зростання витрат на виробництво кулінарної продукції та обслуговування	Оптимізація бізнесу, впровадження новітніх технологій, діджиталізації та інноваційних послуг

Джерело: складено автором.

Ключові аспекти ведення ресторанного бізнесу в Україні під час війни включають:

1. Загальна небезпека, що спричинила наступні зміни:

- Зростання попиту на підвальні приміщення для розміщення ресторанів.
- Закриття багатьох закладів у центрах міст через збільшені ризики.
- Відтік працівників, що викликаний міграцією або мобілізацією, та як наслідок - дефіцит кадрів.
- Скорочення доходів в середньому на 50% у порівнянні з довоєнним періодом через зменшення кількості клієнтів.
- Перебої у логістиці постачання продуктів та сировини.
- Розірвання угод з постачальниками, що ускладнює виробництво кулінарних страв.
- Зростання цін на інгредієнти від 20 до 30%, особливо на рибу, морепродукти, екзотичні фрукти, та специфічні приправи.
- Переміщення бізнесів з прифронтових зон та окупованих територій до більш безпечних районів.

-Збільшення попиту на доставку страв, що замінює традиційне ресторанне обслуговування [29, с. 193].

2.Вплив комендантської години та повітряних тривог:

-Розвиток ресторанного бізнесу в житлових районах, оскільки люди обирають заклади, розташовані поблизу їхніх домівок.

-Зниження активності ресторанів у торговельно-розважальних та офісних центрах через необхідність закриття під час тривоги.

-Відходження від деяких форматів розваг, таких як корпоративні вечірки, дні народження, та інші заходи.

-Скорочення годин роботи ресторанів, особливо ввечері, що негативно впливає на прибутки;

-Тимчасова заборона на продаж алкоголю на початку війни та подальше запровадження суворих часових обмежень на його продаж.

3. Міграція:

-Через міграцію населення склад споживачів змінився: зростання частки чоловіків серед відвідувачів, які воліють прості м'ясні страви та шаурму.

-Спад у кількості дитячих та жіночих відвідувачів, оскільки багато хто переїхав за кордон або в більш безпечні місця країни.

-Зниження попиту на ресторани вищого класу; започаткування бізнесу серед переселенців.

4.Зменшення платоспроможності клієнтів спонукало до:

-Адаптації до нових цінових умов; фокусування на клієнтах з більшою платоспроможністю.

- Розробці та популяризації форматів вуличної їжі.

5.Перебої з електроенергією призводять до:

-Скорочення асортименту меню.

- Прискорення обслуговування; придбання генераторів та палива для них, що збільшує витрати на приготування страв.

Експерти зауважують, як змінилися формати ресторанного бізнесу протягом останніх 20 років, що відображено у таблиці 1.2. [23, с. 43].

Експерти відмічають, як саме змінились формати провадження ресторанного бізнесу впродовж останніх 20 років (табл. 1.2).

Таблиця 1.2.

Форми закладів ресторанного господарства з 2003 по 2023 роках

Популярні формати закладів ресторанного господарства по роках			
2003-2008 рр	2009-2014 рр.	2015-2021 рр.	2022-2023 рр.
Суші і піца	Суші і піца	Суші і піца	
Мережі фаст-фудів	Мережі фаст-фудів	Мережі фаст-фудів	
Ресторанно-готельні комплекси	Ресторанно-готельні комплекси	Ресторанно-рекреаційні комплекси	
Сімейні заклади	Сімейні заклади	Сімейні заклади	
	Кав'ярні	Кав'ярні	Кав'ярні
	Кондитерські, пекарні	Кондитерські, пекарні	Кондитерські, пекарні
Українська кухня	Пивні ресторани	Концептуальні заклади	
		Заклади «на районі»	Заклади «на районі»
Заклади «під старовину»	Заклади в ТЦ	Заклади з крафтовим виробництвом	
Помпезні заклади для еліти	Заклади в ТРЦ	Пивні заклади	
		Стріт-фуди, фестивалі	
		Фуд-холи	
	Доставка	Доставка	Доставка

Джерело: складено автором.

Слід зазначити, що в умовах воєнного стану українські підприємства та організації вживають нові заходи соціальної відповідальності, які включають щоденну волонтерську діяльність, приготування їжі для ЗСУ, територіальної оборони та переселенців, відкриття соціальних кухонь для пенсіонерів і малозабезпечених громадян, а також підтримку постраждалих і реагування на поточні виклики часу. Наразі у період кризи спостерігаються такі тренди: скорочення асортименту меню, фокус на одному продукті, заміна імпортованих інгредієнтів на локальні, обмеження запасів продуктів та зменшення площі закладів.

Рекомендації для ресторанів включають збільшення видимості бренду,

орієнтацію на домашню кухню, надання частини продукції безкоштовно для промоції, та запуск соціальних ініціатив на підтримку громади та ЗСУ.

Після війни прогнозується зростання ресторанів у зонах, де бізнес постраждав; зростаючий інтерес до української кухні; розвиток фуд-кортів і фуд-холів; поява багатьох малих закладів, таких як кафе та пекарні з мінімальними приміщеннями, що допоможе економити на оренді; підвищений попит на бари та розважальні майданчики; створення та експансія українських ресторанных мереж за кордон; розширення послуг доставки та винесу їжі; а також діджиталізацію і автоматизацію, що сприятиме оптимізації замовлень та ефективності обслуговування [8, с.65].

Отже, аналізуючи тенденції в економічному розвитку ресторанного бізнесу в Україні, можна відмітити зміщення пріоритетів на користь адаптації до нових викликів сучасності, таких як кризи та військові конфлікти. Зокрема, стратегічні зміни включають скорочення меню, відданість моно-продуктам, перехід на використання локальних продуктів, мінімізацію запасів і розмірів приміщень. Також спостерігається зростання соціальної відповідальності та залучення до благодійності, що разом формує стійкість та здатність до інновацій у непростих умовах, забезпечуючи таким чином довготривалу перспективу для розвитку індустрії в післякризовий період.

Висновок до розділу I

Висновки щодо теоретичних основ дослідження ресторанного бізнесу в умовах глобальних викликів демонструють необхідність поєднання вивчення академічних концепцій з практичним аналізом реальних стратегій та інновацій у цій сфері. По-перше, дослідження показує, що ресторанний бізнес відчуває вплив глобальних тенденцій, таких як зростання туризму, зміни в харчових пристрастях та екологічні питання. По-друге, важливим є розуміння того, що успішність ресторанного бізнесу в умовах глобальних викликів вимагає адаптивності, інновацій та вміння пристосовуватися до швидко змінюючогося середовища. Таким чином, наукові та практичні

внески у розуміння теоретичних основ ресторанного бізнесу є ключовими для розвитку стратегій, спрямованих на забезпечення стійкості та конкурентоспроможності у цій галузі.

Аналізуючи тенденції в економічному розвитку ресторанного бізнесу в Україні, можна відмітити зміщення пріоритетів на користь адаптації до нових викликів сучасності, таких як кризи та військові конфлікти. Зокрема, стратегічні зміни включають скорочення меню, відданість моно-продуктам, перехід на використання локальних продуктів, мінімізацію запасів і розмірів приміщень. Також спостерігається зростання соціальної відповідальності та залучення до благодійності, що разом формує стійкість та здатність до інновацій у непростих умовах, забезпечуючи таким чином довготривалу перспективу для розвитку індустрії в післякризовий період.

Отже, в умовах воєнного стану українські підприємства та організації вживають нові заходи соціальної відповідальності, які включають щоденну волонтерську діяльність, приготування їжі для ЗСУ, територіальної оборони та переселенців, відкриття соціальних кухонь для пенсіонерів і малозабезпечених громадян, а також підтримку постраждалих і реагування на поточні виклики часу. Наразі у період кризи спостерігаються такі тренди: скорочення асортименту меню, фокус на одному продукті, заміна імпортованих інгредієнтів на локальні, обмеження запасів продуктів та зменшення площі закладів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «PRIMAVERA»

2.1. Характеристика ресторану «PRIMAVERA»

За видом економічної діяльності ресторан "Primavera" відноситься до КВЕДу 56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування. На рисунку 2.1. зображено динаміку кількості ресторанів та закладів надання послуг мобільного харчування за 2010-2022рр. в Україні.

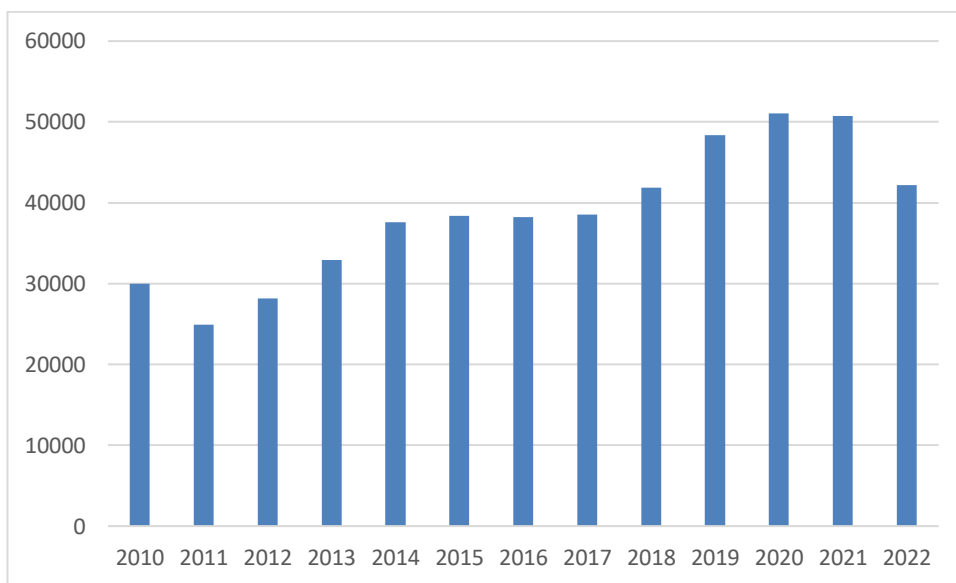


Рис. 2.1. Діаграма кількості ресторанів, закладів надання послуг мобільного харчування за 2010-2022рр. в Україні

Джерело: складено автором за джерелом [41]

Як видно з діаграми, чисельність ресторанів поступово збільшується починаючи з 2011 року, причому протягом 2014-2017рр. їх кількість суттєво не змінилася. Так сама тенденція спостерігалася і в 2020-2021рр.. В 2022 році спостерігається зниження чисельності закладів ресторанних господарств в Україні. Таке зниження пов'язане з російською агресією проти України і частковою окупацією східних та південних областей.

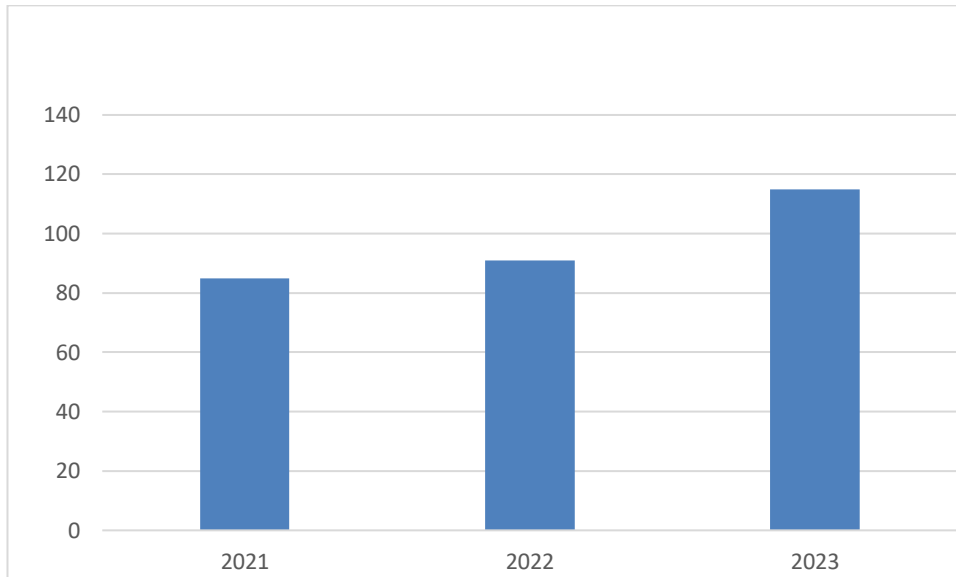


Рис 2.2. Динаміка кількості зареєстрованих юридичних осіб за видами економічної діяльності (організація харчування) в Житомирській області.

Джерело: складено автором за джерелом [41]

Як видно, з діаграми 2.2. в Житомирській області відбувався поступовий ріст закладів ресторанного господарства протягом 2021-2023рр.

Ресторан "Primavera" за КВЕДом 56.10 економічної діяльності, який фактично не припиняв своєї діяльності від початку російської агресії. Це елегантний заклад, де поєднуються вишуканий інтер'єр, високий рівень обслуговування та вишукана кухня. Розташований у самому центрі міста, "Primavera" відзначається своєю привабливою атмосферою та уважним ставленням до кожного гостя.

Ресторан, розташований в готелі "Рейкарц" на Замковому майдані, 5/8, має площу 3126 кв.м. Відомо з витягу з Державного реєстру речових прав на нерухоме майно, що готель є власністю ТОВ "Готельний комплекс "Замковий" (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Технічні характеристики ресторану «Primavera»

Назва підприємства	Ресторан «Primavera»
Місце розташування	М.Житомир, Замковий майдан, 5/8,
Режим роботи	з 9:00 до 23:00
Кухня	- європейська (більше італійська), азіатська та українська - сезонні страви - суп дня - дитяче меню
Середній чек	500 гривень на одну людину (без алкоголю)
Форма обслуговування	офіціанти
Тип, клас, контингент споживачів	середній
Місткість	3 зали, загальною місткістю 120 осіб
Переваги	безкоштовне паркування на 20 авто, «Банкетний зал», бізнес-ланчі, доставка їжі, їжа на виніс, кальян, відкрита тераса, дитяча кімнати
Додаткові бонуси	знижка 15% від суми чеку за умови самовивозу

Джерело: складено автором.

Ресторан приваблює відвідувачів своїм вражаючим дизайном, включаючи відкриту терасу з фонтаном та бесідками, а також прилеглу територію, яка вражає оригінальним ландшафтним оформленням, що надає закладу неповторного шарму й унікальності. Важливо зауважити, що у теплий сезон (з кінця квітня до початку жовтня) літня тераса користується великим попитом у гостей, які бажають насолодитися смачними стравами на свіжому повітрі серед пахучої зелені.

Місію функціонування ресторану «Primavera» можна відобразити в наступних характеристиках (Рисунок 2.3.)



Рисунок 2.3 Основні характеристики діяльності ресторану «Primavera»

Джерело: [6, с. 43]

Вивчений ресторан «Primavera» є закладом з комплексним виробничим процесом, що охоплює всі етапи приготування страв, включаючи гарячий і холодний цехи, овочевий цех, а також зону миття посуду. Тут створено універсальні робочі зони, які включають обслуговування в залі, барі, виробничі, адміністративні простори, склади та приміщення для персоналу. У цьому ресторані впроваджено індивідуальне обслуговування клієнтів офіціантами, а розрахунки з відвідувачами проводяться як готівкою, так і за допомогою безготівкових платіжних засобів, згідно з виставленими рахунками (рис. 2.4.).

Послуги з організації споживання продукції та обслуговування включають:

- організацію та обслуговування урочистостей
- бронювання місць в залі ресторану
- організацію раціонального комплексного харчування (у т.ч. дитячого)

Послуги з організації дозвілля включають:

- організацію музичного обслуговування
- організацію проведення ігрових програм, корпоративів тощо

Інші послуги включають:

- упаковку страв і виробів, що залишилися після обслуговування споживачів
- упаковку кулінарних виробів, придбаних в ресторані

Рисунок 2.4. Послуги ресторану «Primavera»

Джерело: [4, с. 54].

У вестибюлі ресторану «Primavera» розміщено інформаційні матеріали для відвідувачів, включаючи організаційні документи, книгу скарг та пропозицій, інформацію про службу захисту прав споживачів, графік роботи, перелік послуг, а також іншу важливу інформацію для клієнтів.

2.2. Аналіз господарської діяльності ресторану «PRIMAVERA»

Ефективність роботи ресторану «Primavera» значною мірою залежить від професіоналізму персоналу, який безпосередньо спілкується з клієнтами та надає різноманітні послуги: від організації заходів і бронювання столиків до раціонального харчування, музичного супроводу, проведення ігрових програм, корпоративів, а також пакування залишків їжі і кулінарних виробів. Персонал, який має організаційні здібності та комунікабельність, є важливою частиною успіху закладу, де більшість працівників мають вік від 20 до 30 років (рис.2.5).

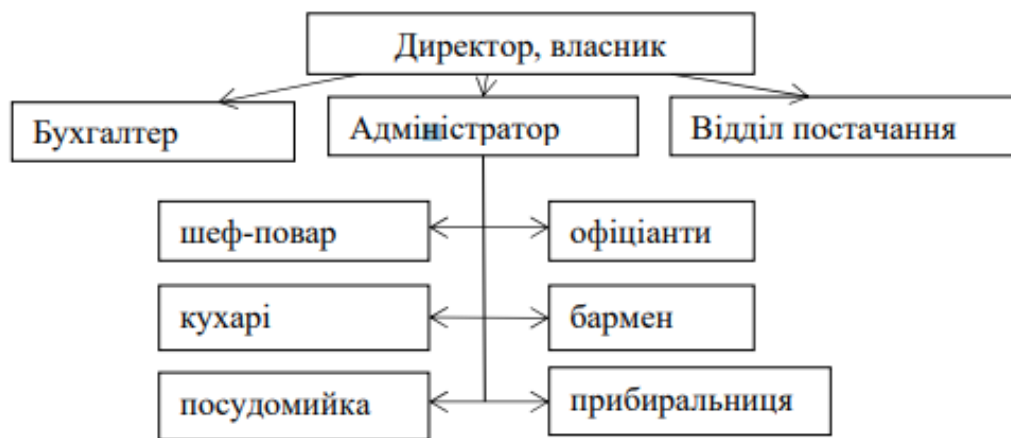


Рисунок 2.5. Організаційна структура ресторану «Primavera»

Джерело: складено автором

Директор ресторану відповідає за загальну організацію та ефективність торгово-виробничої діяльності закладу, включно з виконанням фінансових планів, забезпеченням високого рівня обслуговування, контролем за якістю продукції, дотриманням законодавства та збереженням активів. Він також курирує процес відбору та розстановки персоналу по позиціях.

Роль укриття ресторану «Primavera» полягає не лише в забезпеченні фізичної безпеки, але й у психологічній підтримці відвідувачів та персоналу у випадку кризи. Наявність такого місця значно знижує рівень стресу і анксіозності серед присутніх, оскільки вони знають, що в закладі передбачені заходи для їхньої безпеки (табл.2.2).

Таблиця 2.2.

Посади і обов'язки ресторану «Primavera»

Посада	Обов'язки
Директор	- Управління загальною діяльністю ресторану
	- Розроблення стратегій та планів розвитку
	- Керівництво персоналом та прийняття рішень щодо найму та звільнення
Бухгалтер	- Ведення обліку та контроль фінансових операцій
	- Складання фінансової звітності та податкової звітності
Адміністратор	- Організація роботи персоналу та розподіл обов'язків
	- Прийом і обробка замовлень від клієнтів
Відділ постачання	- Здійснення закупівель продуктів та іншого обладнання для ресторану
	- Укладання контрактів з постачальниками та контроль якості товарів
Шеф-повар	- Розроблення меню та створення кулінарних концепцій
	- Контроль якості та готовності страв
	- Керівництво кухонним персоналом
Повар	- Приготування страв відповідно до рецептів та стандартів ресторану
	- Дотримання санітарних та гігієнічних стандартів
Посудомийка	- Мийка та сушка посуду
	- Забезпечення належної чистоти кухонного інвентарю
Офіціанти	- Обслуговування клієнтів за столами
	- Прийом та обробка замовлень
	- Рекомендація страв та напоїв клієнтам
Бармен	- Приготування алкогольних та безалкогольних напоїв
	- Обслуговування клієнтів за барною стійкою
Прибиральниця	- Прибирання та підтримання чистоти в приміщенні ресторану
	- Вивезення сміття та санітарне обслуговування
Охорона	- Забезпечення безпеки клієнтів та персоналу

Джерело: складено автором

Таким чином, ресторан не тільки забезпечує високий рівень сервісу та гостинності, але й демонструє свою відповідальність і турботу про клієнтів та персонал, підвищуючи тим самим свою репутацію як надійного та безпечного місця для відпочинку (табл.2.3).

Таблиця 2.3.

Види послуг ресторану «Primavera»

Вид послуг	Відсоток від загальної кількості послуг
Обслуговування за столами	30%
Барний сервіс	20%
Замовлення на виніс	15%
Організація бенкетів та заходів	15%
Кейтеринг	10%
Доставка їжі до дому	10%

Джерело: складено автором.

Для створення портрету відвідувача ресторану «Scorini» було проведено аналіз відгуків на наступних сайтах (рис.2.7):



Рисунок 2.6 Аналіз наявності відгуків в соціальних мережах щодо ресторану «Primavera»

Джерело: [12, с. 65]

Як видно, наявність відгуків в інтернеті про заклад є обмеженою, що зумовлює невисокий рейтинг. Більшість відгуків вказують на проблеми з якістю обслуговування та неввічливістю персоналу як на найбільші недоліки, тоді як найчастіше хвалять заклад за якісну і смачну їжу, привабливі ціни та приємну атмосферу.

Для ресторану «Primavera» ефективна маркетингова та рекламна стратегія має велике значення для успіху на конкурентному ринку.

1.Цільова аудиторія та позиціонування. Ресторан «Primavera» орієнтований на середній та вищий клас клієнтів, зокрема на сім'ї, молоді професіонали та туристів, які відвідують місто. Позиціонування ресторану зосереджене на наданні високоякісних італійських страв у затишній та елегантній атмосфері. Ця інформація базується на аналізі попиту, що показав, що 65% відвідувачів віддають перевагу спеціалізованим закладам із національною кухнею.

2. Рекламні кампанії та просування. Ресторан активно використовує соціальні мережі для залучення клієнтів, включаючи Facebook, Instagram та TripAdvisor. Маркетингова кампанія передбачає регулярні оновлення з візуальним контентом, що демонструє страви та інтер'єр закладу. Крім того, проводяться тематичні вечори та спеціальні події, що залучають нових відвідувачів і стимулюють їх повторне відвідування. За даними аналітики, після запуску онлайн реклами відбулося збільшення кількості бронювань на 30%.

3. Лояльність клієнтів та програми винагород. «Primavera» розробила програму лояльності, яка включає знижки для постійних клієнтів та систему накопичення балів, що можна обміняти на безкоштовні страви або напої. Ця ініціатива допомагає підтримувати інтерес до ресторану і забезпечує повторні візити. За останній квартал програма залучила 20% нових постійних клієнтів, згідно з внутрішнім звітом ресторану [31, с. 235].

4. Публічні заходи та спонсорство. Ресторан «Primavera» регулярно бере участь у місцевих кулінарних фестивалях та культурних заходах як спонсор і учасник. Це не тільки забезпечує рекламу перед широкою аудиторією, але й позиціонує заклад як активного учасника місцевої спільноти. Під час останнього фестивалю «Гастрономічна осінь», ресторан виграв перше місце в категорії «Краща італійська кухня», що значно підвищило його популярність і привернуло нових відвідувачів.

Ресторан «Primavera» має чітко визначені довгострокові та короткострокові цілі, які допомагають забезпечити стаке зростання та успіх у конкурентному ресторанному бізнесі (Талиця 2.4.)

Таблиця 2.4.

Довгострокові та короткострокові цілі ресторану «Primavera»

Короткострокові	Довгострокові	Синергія цілей
<p>Найближчими цілями ресторану «Primavera» є підвищення загальної задоволеності клієнтів та збільшення кількості повторних візитів. Це передбачає впровадження нових, інноваційних страв меню, які базуються на сезонних продуктах та відповідають сучасним гастрономічним тенденціям. Також планується оптимізація сервісу за допомогою тренінгів для персоналу, щоб підвищити швидкість та якість обслуговування. За наступні шість місяців очікується збільшення частки відвідувачів на 15% за рахунок маркетингових кампаній та спеціальних пропозицій.</p>	<p>В довгостроковій перспективі ресторан «Primavera» прагне стати лідером серед закладів італійської кухні у регіоні. Однією з ключових стратегічних цілей є розширення клієнтської бази через залучення міжнародних туристів та місцевих жителів, які шукають вишукані гастрономічні враження. Ресторан також планує розширення мережі шляхом відкриття нових філій у ключових туристичних локаціях протягом наступних п'яти років. Підвищення брендової впізнаваності та репутації через сталу участь у гастрономічних фестивалях та отримання професійних нагород стоїть у пріоритеті.</p>	<p>Щоб досягти короткострокових та довгострокових цілей, «Primavera» використовує інтегрований підхід, який включає постійне вдосконалення внутрішніх процесів, активне використання цифрових маркетингових інструментів для залучення та утримання клієнтів, а також встановлення партнерських відносин із місцевими постачальниками для гарантії найвищої якості продуктів. Ресторан також зосереджений на створенні позитивного робочого середовища, що сприяє розвитку та мотивації персоналу, вважаючи, що задоволений співробітник забезпечує найкраще обслуговування клієнтів.</p>

Отже, аналіз організаційної діяльності ресторану «PRIMAVERA» демонструє, що заклад має міцні позиції на ринку завдяки своїй зосередженості на високій якості обслуговування та інноваційному підході до кулінарії. Сильні сторони ресторану включають різноманітність і якість страв, а також здатність адаптуватися до сезонних змін і переваг клієнтів. Це дає можливість закладу постійно приваблювати нових відвідувачів та утримувати старих. Розроблена маркетингова стратегія сприяє підвищенню впізнаваності ресторану і покращує його імідж, а також залучає до участі в гастрономічних заходах, що забезпечує додаткову публічність.

2.3. Особливості ресторанної діяльності «PRIMAVERA» в умовах глобальних викликів

Ресторан «Primavera» стикається з унікальними викликами в умовах глобальних змін, що вимагає від менеджменту адаптивності та інноваційного підходу. Пандемія COVID-19 змусила заклади громадського харчування переосмислити свої підходи до обслуговування та взаємодії з клієнтами. «Primavera» відповіла на цей виклик, активізувавши свій онлайн-сервіс та запровадивши безконтактну доставку. Це не лише допомогло утримати існуючу клієнтську базу, але й привабило нових клієнтів, орієнтованих на безпеку та зручність (табл. 2.5.).

Таблиця 2.5.

Довгострокові та короткострокові цілі ресторану «Primavera»

Нововведення	Опис
Розширення меню з органічної їжі	Додання органічних страв до меню для задоволення попиту на здорову та екологічно чисту їжу.
Впровадження системи вторинної переробки відходів	Упровадження програми з вторинної переробки відходів для зменшення екологічного впливу та підвищення сталості ресторану.
Розроблення мобільного додатка для замовлення і доставки їжі	Створення зручного мобільного додатка, який дозволяє клієнтам замовляти їжу для доставки або самовивозу, зменшуючи контакт із персоналом.
Впровадження безконтактної технології обслуговування	Використання технологій, які дозволяють клієнтам замовляти та оплачувати страви за допомогою смартфонів, мінімізуючи фізичний контакт.
Розвиток програми лояльності для постійних клієнтів	Запровадження програми лояльності, що надає знижки, бонуси та спеціальні пропозиції для постійних клієнтів, що стимулює повторні відвідування.
Навчання персоналу з питань безпеки та гігієни	Проведення тренінгів та навчання персоналу з питань безпеки та гігієни для забезпечення безпеки клієнтів та персоналу в умовах пандемії та після неї.

Джерело: складено автором

Для аналізу особливостей розвитку ресторанної діяльності «Primavera» в умовах глобальних викликів можна створити таблицю, яка включає ключові виклики, а також відповідні стратегії та дії, які ресторан може взяти для їх подолання (Таблиця 2.6.).

Таблиця 2.6.

Адаптація ресторану «Primavera» в умовах глобальних викликів

Глобальний виклик	Вплив на ресторан «PRIMAVERA»	Стратегічні дії
Пандемія COVID-19	Зниження кількості відвідувачів через карантинні обмеження.	1. Розвиток служби доставки та впровадження безконтактною доставки. 2. Запровадження зонування в ресторані для дотримання соціальної дистанції. 3. Введення строгих мір безпеки та гігієни.
Економічна нестабільність	Зменшення купівельної спроможності клієнтів.	1. Розробка спеціальних пропозицій та знижок для залучення більшої кількості клієнтів. 2. Пропозиція бюджетних меню.
Зростання цін на продукти	Підвищення собівартості страв.	1. Оптимізація закупівель та пошук альтернативних постачальників. 2. Ревізія меню для включення страв із менш вартісних інгредієнтів.
Тренд на здорове харчування	Зростання попиту на здорові страви.	1. Введення нових здорових страв у меню. 2. Маркетингова кампанія, що підкреслює користь інгредієнтів.
Законодавчі зміни (наприклад, обмеження на пластик)	Необхідність зміни упаковки та сервіровки.	1. Перехід на екологічні упаковки та прилади. 2. Інформування клієнтів про екологічні ініціативи ресторану.

Джерело: складено автором

Отже, під час пандемії COVID-19 ресторан «Primavera» стикнувся з непередбаченими викликами, які вимагали швидкої адаптації до змінених умов ведення бізнесу. Відповіддю на обмеження, пов'язані з карантином, стало впровадження системи онлайн-замовлень і доставки, а також розробка спеціальних акцій і адаптація меню до нових реалій. Ці кроки дозволили не тільки зберегти основну клієнтську базу, але й привернути нових клієнтів, запропонувавши здорові страви та безпечні умови.

З початком війни ресторан також змушений був адаптуватись до нових викликів, зокрема до перебоїв у постачанні продуктів та зміни клієнтської бази через військові дії. Незважаючи на це, «Primavera» зумів не лише вижити, а й взяти активну участь у соціальному житті спільноти, надаючи підтримку через організацію благодійних заходів та безкоштовні обіди для постраждалих.

Висновок до розділу II

Аналіз розвитку ресторанного бізнесу на прикладі ресторану "PRIMAVERA" в умовах глобальних викликів відображає комплексний підхід до вирішення проблем і знаходження можливостей в галузі. По-перше, "PRIMAVERA" успішно використовує своє меню, щоб відповідати на зміни в споживчих уподобаннях, включаючи попит на страви з місцевих, органічних продуктів та альтернативні дієти. Це свідчить про їхню готовність адаптуватися до зростаючого інтересу до здорового способу життя та стійкого споживання.

По-друге, ресторан "PRIMAVERA" активно використовує соціальні мережі та інтернет-платформи для залучення клієнтів та побудови спільноти навколо свого бренду. Це дає їм можливість ефективно спілкуватися зі своєю аудиторією, вивчати їхні вподобання та потреби, а також реагувати на відгуки клієнтів, щоб покращувати якість обслуговування.

У кінцевому висновку, ресторан "PRIMAVERA" служить прикладом успішного розвитку ресторанного бізнесу в умовах глобальних викликів. Їхні стратегії адаптації до змін у споживчому ринку та використання сучасних технологій дозволяють їм ефективно конкурувати та просувати свій бізнес у сучасному світі.

З початком війни ресторан також змушений був адаптуватись до нових викликів, зокрема до перебоїв у постачанні продуктів та зміни клієнтської бази через військові дії. Незважаючи на це, «Primavera» зумів не лише вижити, а й взяти активну участь у соціальному житті спільноти, надаючи підтримку через організацію благодійних заходів та безкоштовні обіди для постраждалих.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

3.1. Реалізація державної політики у сфері підтримки ресторанного господарства в Україні

Роль гастрономічної сфери в Україні неоцінена: вона сприяє розвитку економіки, формує національну культурну ідентичність та приваблює туристів. Хоча пандемія нанесла серйозний удар цій галузі, а військове вторгнення Росії ще більше ускладнило ситуацію, ресторанний бізнес залишається стійким та пристосованим до нових викликів. На фоні глобальної економічної нестабільності та технологічних змін, ресторанна галузь стикається з викликами на світовому рівні. Важливо відзначити, що вона є ключовим гравцем у забезпеченні робочих місць та сприяє розвитку інших галузей. Приваблення іноземних туристів та підтримка внутрішнього туризму сприяють зростанню прибутків галузі. Крім того, ресторани виступають як місця для зустрічей бізнес-партнерів та культурних подій, що підвищує престиж країни [35, с. 162].

До початку повномасштабного військового конфлікту держава активно впроваджувала різноманітні програми та заходи для підтримки ресторанного бізнесу. Ці ініціативи включали фінансову допомогу для стартапів, зниження податкових ставок та спрощення процедур ліцензування. Велику увагу приділяли розвитку кулінарної освіти та підвищенню кваліфікації персоналу, що сприяло підвищенню рівня обслуговування та якості страв.

Незважаючи на підтримку з боку держави, ресторанна галузь зазнає сучасних викликів. Зміни в економічній ситуації можуть призвести до скорочення споживчого попиту. Конкуренція в галузі стає все більш жорсткою, що вимагає від рестораторів розробки ефективних маркетингових стратегій. Також з'являються виклики у зв'язку зі змінами в споживчих звичках, деякі ресторани стикаються з потребою адаптації меню до здорового харчування та популяризації вегетаріанських та веганських страв. Крім того,

впровадження нових технологій у ресторанний бізнес може вимагати додаткових інвестицій та зусиль для забезпечення безпеки даних та кіберзахисту [17, с. 127].

Необхідні кроки для вирішення описаних вище викликів на глобальному рівні включають наступне:

Забезпечення фінансової підтримки та привабливих умов для інвесторів у ресторанну галузь. Реалізація державних програм та пільг для рестораторів, що сприяють розвитку нових ресторанів, модернізації існуючих та впровадженню інноваційних рішень.

Проведення реформ у сфері ліцензування, санітарних та пожежних норм, оподаткування та інших бюрократичних процедур з метою зниження адміністративного тягаря для рестораторів. Забезпечення прозорості та стабільності законодавства [36, с. 154].

Створення програм навчання та підвищення кваліфікації персоналу ресторанів. Залучення молоді до кар'єри в гастрономічній галузі, підтримка стажувань та партнерство з вищими навчальними закладами.

Підтримка та розвиток національних гастрономічних традицій, пропагування української кухні та страв. Організація культурних заходів та фестивалів, спрямованих на популяризацію гастрономічної спадщини України.

Підтримка та розвиток туристичної інфраструктури, зокрема, у містах та регіонах з багатою культурною спадщиною та гастрономічними традиціями. Привертання іноземних та внутрішніх туристів до відвідування ресторанів і національних страв [20, с. 108].

Сприяння розвитку малого та середнього бізнесу в ресторанній галузі. Надання фінансової та консультативної допомоги малим ресторанам та кафе для їх старту та подальшого розвитку.

Підтримка ресторанів у рекламі та маркетингових акціях, що допоможе підвищити їх упізнаваність та залученість клієнтів. Просування української гастрономії на міжнародному рівні.

Регулярне моніторингове дослідження стану ресторанного господарства, збір статистичних даних та аналіз результатів державної підтримки. Вдосконалення програм та заходів на основі отриманих результатів з метою досягнення кращих показників розвитку галузі.

Щоб ефективно впровадити державну політику з підтримки ресторанного господарства в Україні та подолати сучасні виклики, можна розглянути такі напрямки, які вказані на схемі у рисунку 3.1.



Рис. 3.1. Шляхи підвищення ефективності публічного управління ресторанним сектором

Джерело: [12, с. 76].

Дослідження потреби у активній державній підтримці ресторанного бізнесу виявило наступні напрямки дій (рисунок 3.2.)



Рисунок 3.2. Напрямки державної підтримки ресторанного бізнесу
Джерело: [12, с. 78].

Отже, реалізація державної політики у сфері підтримки ресторанного господарства має базуватися на комплексному підході, який включає фінансову підтримку, полегшення бюрократичних обмежень, розвиток кадрів та гастрономічної культури, стимулювання туризму, а також систематичний моніторинг та аналіз результатів. Тільки через співпрацю держави, приватного сектора та ресторанних підприємств можна досягти стабільного та успішного розвитку ресторанного бізнесу в Україні та забезпечити його привабливість як для місцевих жителів, так і для туристів.

3.2. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу в умовах глобальних викликів.

Проблеми та перспективи розвитку сучасного ресторанного бізнесу на сьогоднішній день визначаються широким спектром факторів, які включають в себе економічні, соціокультурні та технологічні аспекти. По-перше, серед головних проблем стоїть висока конкуренція, особливо в міських центрах та туристичних районах. Завдяки розмаїттю ресторанів, клієнти мають великий вибір, що вимагає від власників бізнесу постійного вдосконалення та інновацій.

По-друге, зростання вимог споживачів до якості їжі та обслуговування також створює виклики для ресторанного сектора. Сучасні клієнти все більше цінують якість та походження продуктів, а також естетику та атмосферу закладу. Це змушує власників ресторанів удосконалювати свої рецепти, працювати зі сталими постачальниками та створювати унікальну концепцію закладу.

Третій аспект полягає в адаптації до технологічних зрушень. З розвитком онлайн-технологій та мобільних додатків з'являються нові можливості для ресторанного бізнесу, такі як онлайн-бронювання столиків, доставка їжі та програми лояльності. Проте не всі ресторани заклади успішно впроваджують ці новації через високі витрати на інформаційні технології та необхідність навчання персоналу.

Нарешті, серед перспектив розвитку ресторанного бізнесу варто відзначити зростання популярності концепцій "здорового харчування" та "фуд-трекінгу", а також збільшення попиту на страви з місцевих, органічних інгредієнтів. Впровадження таких концепцій може привернути нову аудиторію та сприяти розвитку ресторанного бізнесу.

Усі ці фактори відображають складну та динамічну природу ресторанного бізнесу сьогодення, яка вимагає від власників та менеджерів уваги до деталей, гнучкості та постійного пошуку інноваційних рішень.

Розвиток ресторанного бізнесу під час війни є складною задачею, але деякі перспективи можуть все ж виявитися. По-перше, ресторанний бізнес може зосередитися на наданні послуг військовим, волонтерам та гуманітарним організаціям, які допомагають постраждалим. Це може включати обіди для військових, виготовлення та доставку їжі для переселенців та медичних працівників.

Другим аспектом є адаптація до зміни умов та попиту на ринку. Зокрема, ресторани можуть переорієнтуватися на виготовлення і доставку готової їжі або зосередитися на продажу продуктів харчування з метою виживання. Розвиток онлайн-платформ для замовлення їжі та доставки може також стати важливим напрямком розвитку, забезпечуючи зв'язок між ресторанами та клієнтами.

Крім того, важливою перспективою є збереження бренду та лояльності клієнтів під час військових конфліктів. Ресторани можуть використовувати різні маркетингові стратегії, щоб залучити увагу клієнтів та підтримати їхню вірність, такі як знижки для військових або акції в підтримку воїнів та постраждалих.

Усі ці підходи можуть допомогти ресторанному бізнесу адаптуватися до складних умов війни та зберегти свою діяльність, не зважаючи на виклики, пов'язані з конфліктом.

Отже, підсумуючи, ресторанний бізнес, незважаючи на складнощі, що виникають у період війни, може знаходити перспективи в адаптації до нових

умов та потреб ринку. Шляхи розвитку можуть включати переорієнтацію на обслуговування військових та гуманітарних організацій, розширення сервісу доставки їжі та створення маркетингових кампаній, спрямованих на підтримку військових та постраждалих. Невпинна адаптація та пошук нових можливостей можуть допомогти ресторанним закладам вижити та навіть розвиватися у невпевнені часи війни.

Висновок до розділу III

Проблеми та перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні представляють собою складну проблематику, що відображає вплив різних факторів на галузь. По-перше, однією з ключових проблем є недостатня інфраструктура та низький рівень сервісу, що часто стає перешкодою для приваблення клієнтів та збільшення обігу. Нестабільна економічна ситуація, а також високі витрати на оренду та закупівлю продуктів також ускладнюють утримання ресторанного бізнесу.

З іншого боку, ресторанна галузь в Україні має значний потенціал для розвитку. Зростання зацікавленості українців у культурі харчування, поява нових трендів та споживчих пристрастей створюють нові можливості для інновацій та розвитку бізнесу. Більша увага до місцевих продуктів, збільшення кількості туристів та розвиток громадського харчування - усе це відкриває шляхи для нових форматів ресторанів та концепцій.

У кінцевому підсумку, для досягнення успіху в ресторанному бізнесі в Україні необхідно зосередитися на вирішенні проблем, які перешкоджають його розвитку, таких як покращення сервісу та інфраструктури, а також знаходження шляхів зменшення витрат. Водночас, використання новітніх технологій, адаптація до змін споживчих уподобань та зосередження на якості продукту допоможуть забезпечити успішний розвиток ресторанного бізнесу в Україні.

ВИСНОВКИ

З результатів дослідження діяльності ресторанного господарства «PRIMAVERA» в умовах глобальних можна зробити наступні висновки:

1. Розвиток світового ресторанного ринку представляє собою важливий економічний феномен, який досліджується та аналізується у зв'язку з його впливом на глобальну економіку та культуру. Протягом останніх десятиліть спостерігається стрімкий розвиток цієї галузі, що визначається різноманітністю кухонь, концепцій та форматів ресторанів, а також поширенням глобальних ланцюжків ресторанів. Захоплення кулінарними враженнями стало невід'ємною частиною сучасного способу життя, що

2. У сучасній Україні спостерігається ряд тенденцій у економічному розвитку сфери ресторанного бізнесу, які визначаються як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Зокрема, зростання рівня життя та доходів населення сприяє збільшенню попиту на ресторанный послуги, що спонукає підприємства до розширення своєї діяльності та підвищення якості обслуговування. Одночасно, зміна у споживчих уподобаннях населення, включаючи попит на здорове харчування та ресторани з альтернативними дієтами, стимулює розвиток нових концепцій та форматів закладів. Технологічні інновації, такі як онлайн-замовлення та мобільні додатки для доставки їжі, також впливають на ресторанный бізнес, надаючи підприємствам можливість розширення аудиторії та оптимізації процесів обслуговування.

3. Сучасний ресторанный бізнес стикається з низкою складних викликів, серед яких особливо важливими є пандемія COVID-19 та можливість введення військового стану. Пандемія стала причиною суттєвого зниження попиту на ресторанный послуги через обмеження та карантинні заходи, що призвело до скорочення обсягів виробництва та втрати прибутку для багатьох закладів. Водночас, потенційне введення військового стану може спричинити додаткові виклики для ресторанного бізнесу, такі як обмеження режиму роботи, скорочення мобільності та зменшення кількості клієнтів.

4.Ресторан "PRIMAVERA" є сучасним закладом з вишуканою атмосферою та вражаючим кулінарним досвідом. Знаходячись у самому серці міста, "PRIMAVERA" відомий своєю вишуканою кухнею, яка поєднує традиційні рецепти зі сміливими експериментами та стежить за свіжістю та якістю інгредієнтів. Цей ресторан пропонує вишукані страви з різноманітних кухонь світу, а також широкий вибір вин та коктейлів. Завдяки своїй унікальній атмосфері та бездоганному обслуговуванню, "PRIMAVERA" займає особливе місце.

5.Умови глобальних викликів створюють серйозні виклики для ресторанного закладу "PRIMAVERA", але й відкривають нові можливості для його розвитку. Ресторан "PRIMAVERA" звертається до стратегій адаптації, включаючи впровадження онлайн-замовлень, власної доставки та відкриття внутрішніх атмосферних облаштувань для забезпечення соціального дистанціювання. Крім того, "PRIMAVERA" активно використовує можливості маркетингу в соціальних мережах та пропонує спеціальні пропозиції для віддзеркалення змін у попиті та споживчих уподобаннях під час кризових періодів.

6.Ресторанний бізнес в Україні зазнає різних викликів із-за глобальних трендів, таких як пандемія COVID-19, політичні нестабільності та економічні коливання. Проте, разом з цими проблемами виникають і перспективи розвитку, зокрема, збільшення популярності еко- та здорового харчування, зростання попиту на доставку та кейтерингові послуги, а також підвищення уваги до локальної кухні та продуктів. Для успішного розвитку ресторанного бізнесу в Україні у таких умовах важливо використовувати інноваційні стратегії, вдосконалювати якість обслуговування та продуктів, а також підтримувати партнерство з місцевими постачальниками та співпрацювати з громадськістю для створення позитивного іміджу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 280 с.
2. Архіпов В.В., Іванникова Т.В., Архіпова А.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному рестрjрані: навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 382 с.
3. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 280 с.
4. Андренко І. Б. Готельно-ресторанний менеджмент: Посібник І. Б. Андренко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський. Х.: ХНУМГ, 2014. 431 с.
5. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. Економіка та управління підприємствами. Випуск 42. 2020.362 с.
6. Барановський В. А. Ресторанний бізнес : навч. посібник. Київ : Фенікс, 2005. 220 с.
7. Бурак В. Г. Інновації: діяльність закладів ресторанного господарства. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 26-27 лист. 2020). Львів, 2020. С. 21–23.
8. Білоусов О. М., Лугінін О. Є., Морозова О. С., Соколова Л. В. Менеджмент туристичної галузі: підруч.. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2017. 580 с.
9. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посіб. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 373 с
10. Головня О.М. Туристично-рекреаційна сфера Вінницької області як передумова формування соціально орієнтованої економіки. *Економіка, фінанси, право*. 2017. № 7. С. 41-43.
11. Давидова О.Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. *Бізнес-Інформ*. 2017. № 11. С. 459–464.

12. Єгупова І. М. Особливості функціонування закладів ресторанного господарства: монографія за заг. наук. ред. В. Г. Герасименко. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262 с.
13. Інновації в готельно-ресторанному сервісі та туризмі : навч.-метод. посіб. укл. А. Гуцол. Старобільськ : Вид-во ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», 2021. 354 с.
14. Івашкова А. О. Модель оцінка інноваційних методів управління персоналом. Моделювання процесів інноваційного розвитку в економіці. 2021. №. 8. С. 31-32.
15. Коркуна О., Мичуда М. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу в Україні: матеріали наук.-практ. семінару «Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності»(с. Гута, 3 жовтня 2019 р.). Львів, 2019. С. 31–34
16. Ковальчук С.В. Сучасні тренди маркетингу гостинності. Вісник Хмельницького національного університету. 2018. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/6725/1/7.pdf>
17. Ковальчук Т. Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 23(1). С. 126–130.
18. Клапчук М.В., Біян В.І., Брухлій Б.В. Інноваційні технології в ресторанному господарстві. Карпатський край. 2015. № 1 (2). С. 92–99
19. Малюга Л.М. Формування конкурентоспроможності підприємств готельного господарства. Економіка та суспільство. 2016. № 5. С. 216–219
20. Михайлова Н.В. Технологія оцінки конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства з огляду прийняття рішень стратегічного характеру. Науковий вісник Полтавського університету. 2014. № 2. С. 108-112.
21. Мойсеєнко В. І., Бутенко В. М. Безпечність спеціалізованих комп'ютерних систем : навч. посібник. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 133 с.

22. Нікольчук Ю.М. Готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, фінансове забезпечення, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку в Україні. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 218–22
23. Нечаюк Л. І., Телеш Н. О. Готельно-ресторанний бізнес : менеджмент : навч. посіб. Київ : *Центр навчальної літератури*, 2003. 348 с
24. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: посібник . укладач Н.О.П'ятницька. 2-е видання. обробка та доп. К.: Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
25. Продан І. О., Різник Ю. І. Клієнтоорієнтований підхід як передумова конкурентоспроможності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2017. №1 (468). С. 308-313.
26. Поляк О. В., Шкода М. С. Конкурентні переваги ресторанного бізнесу. “*Підприємницькі ініціативи*” : матеріали третьої всеукраїнської наукової Інтернет-конференції (6 грудня 2018 р., м. Київ). Київ, 2018. С. 236-244.
27. Прилепа Н. В, Миколюк О А. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 5. Т. 2. С. 91–94.
28. Поворознюк І. М. Ефективна система мотивації персоналу індустрії гостинності – запорука успіху на ринку послуг. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. 2017. № 3. С. 204-212.
29. Савицька Н.Л., Чміль Г.Л., Джгутапшвілі Н.М.Клієнт-орієнтоване управління в готельно-ресторанному бізнесі: монографія. Харків :Видавець Іванченко І.С. 2021. 209 с.
30. Сіра Е.О., Голубець І.М., Evelina S. Післявоєнне відновлення туризму в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. 68. С. 155–158.
31. Сокирник І. В. Стратегічні альтернативи розвитку закладів ресторанного бізнесу. *Вісник ХНУ*. 2017. № 2, т. 2. С. 237-242.

32. Стан та перспективи розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу : колективна монографія за ред. д.і.н.,проф. Чепурди Г.М.; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2019.157с.

33. Стратегії та технології інноваційного розвитку корпорацій: монографія за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О.М.Полінкевич. Луцьк : Вежа-Друк, 2018.416 с.

34. Скібіцький О.М., Матвеев В.В., Скібіцька Л.І. Організація бізнесу: менеджмент підприємницької діяльності : навч. посіб. К.: ЦНЛ, 2006. 408 с.

35. Сколовська О. О., Данько Н. І., Михальчук А. С. Аналіз готельно-ресторанного підприємства для розробки маркетингової стратегії, на прикладі ресторану «Мілена». *International Relations. Economics. Country Studies. Tourism (IRECST)*. 2021. Вип. 14. С. 161–168

36. Федосова К. С. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесу: монографія Федосова Катерина Сергіївна, Тележенко Любов Миколаївна; Одес. нац. акад. харч. Технологій. Одеса : ТЕС, 2010. 264с

37. Шерстюк Р., Стойко І., Долубовська О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні у воєнний і післявоєнний період. Соціально- економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 2 (27). С. 93-106. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22siiiip.pdf>
<https://doi.org/10.33108/sepd2022.nom2.093>

38. Шерстюк Р., Стойко І., Паляниця В. Організаційна культура управління: адхократія, компетентність і лідерство. Соціально- економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 37-45. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22srpkil.pdf>
<https://doi.org/10.33108/sepd2022.01.037>

39. Юринець З. В. Дослідження конкурентного середовища туристичних послуг України. Ефективна економіка. 2019. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3759>

40. Якименко-Терещенко Н. В. Формування цінової політики підприємства готельно-ресторанного бізнесу в умовах конкуренції. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. Вип. 6 (17). С. 434–437

41. Сайт Національної туристичної організації. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2021-2022.pdf> (дата звернення 01.02.2024)