

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ВИДАВНИЧИЙ ДІМ «ГЕЛЬВЕТІКА»

ISSN (PRINT): 2786-8559

ISSN (ONLINE): 2786-8567

VIA ECONOMICA

Випуск 1, 2022



Видавничий дім
«Гельветика»
2022

УДК 33(051)

Головний редактор: Дейнега Інна Олександрівна, д.е.н., професор, Рівненський державний гуманітарний університет

Заступник головного редактора: Пелех Оксана Богданівна, д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту, Рівненський державний гуманітарний університет

Члени редакційної колегії:

Бочко Олена Юрійвна, д.е.н., професор, Національний університет «Львівська політехніка»

Глинський Назар Юрійович, к.е.н., доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

Гринів Тетяна Теодозіївна, к.е.н., доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

Гринкевич Світлана Степанівна, д.е.н., професор, Національний університет «Львівська політехніка»

Дейнега Олександр Вікторович, д.е.н., професор, Рівненський державний гуманітарний університет

Косар Наталія Степанівна, к.е.н., доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

Крайчук Сергій Олександрович, к.т.н., доцент, Рівненський державний гуманітарний університет

Кратт Олег Адольфович, д.е.н., професор, Київський національний університет театру, кіно і телебачення імені І.К. Карпенка-Карого

Кузьмак Олег Іванович, д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу, Луцький національний технічний університет

Кузьмак Олена Миколаївна, д.е.н., професор, Луцький національний технічний університет

Мальчик Мар'яна Василівна, д.е.н., професор, Національний університет водного господарства та природокористування

Мельник Леонід Васильович, д.е.н., професор, Національний університет водного господарства та природокористування

Осадча Ольга Олексіївна, д.е.н., професор, Національний університет водного господарства та природокористування

Партин Галина Остапівна, к.е.н., професор, Національний університет «Львівська політехніка»

Полінкевич Оксана Миколаївна, д.е.н., професор, Луцький національний технічний університет

Поліщук Олена Юрійвна, к.е.н., Рівненський державний гуманітарний університет

Попко Олена Володимирівна, д.е.н., доцент, Національний університет водного господарства та природокористування

Савченко Ольга Ростиславівна, к.е.н., доцент, Рівненський державний гуманітарний університет

Тринчук Віктор Вікторович, к.е.н., доцент, Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

Хома Ірина Борисівна, професор, Національний університет «Львівська політехніка»

Юськів Богдан Миколайович, д.пол.н., к.е.н., професор, Рівненський державний гуманітарний університет

Jacek Piotr Binda, Asc Prof. eng., Rector, Bielsko-Biała School of Finance and Law (Poland)

Aleksander Sapiński, Department of Law and Social Science, Institute of Management and Information Technology in Bielsko-Biała (Poland)

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації серія КВ № 25316-15256Р, видане Міністерством юстиції України 07.11.2022 р.

Затверджено до друку та поширення через мережу інтернет відповідно до рішення Вченої ради Рівненського державного гуманітарного університету (протокол від 29.12.2022 р. № 12)

Відповідно до Закону про авторські права, при використанні наукових ідей та матеріалів цього випуску посилання на авторів і видання є обов'язковим. Передрук і переклади дозволяються лише зі згоди автора та редакції.

Матеріали друкуються мовою оригіналу. Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. Редакція не завжди поділяє точку зору авторів публікацій.

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

ЗМІСТ**ЕКОНОМІКА***Оксана Pelekh, Bohdan Yuskiv*FACTORS OF ECONOMIC DEVELOPMENT:
THEORETICAL APPROACHES.....5*Пляшко О. С.*КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....11**ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ***Поляк К. Ю.*УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ
ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ
У СФЕРІ НЕПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ.....17**ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА,
СТРАХУВАННЯ ТА ФОНДОВИЙ РИНОК***Мельник Л. В.*

ВАЛЮТНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ.....26

МЕНЕДЖМЕНТ*Волошин В. С., Стрільчук Р. М.*ІНФОРМАЦІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ВИРОБНИЦТВОМ ПІДПРИЄМСТВА32**МАРКЕТИНГ***Крикавський Є. В., Калинець К. С.*

ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНД: РОЗВИВАТИ ЧИ НІ?.....37

*Попко О. В.*СТРАТЕГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ВІТЧИЗНЯНИХ ОПЕРАТОРІВ ПЕРСПЕКТИВНИХ СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ
НА СВІТОВИХ ТОВАРНИХ РИНКАХ.....42**ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ***Дейнега І. О., Дейнега О. В., Трофімчук О. Р.*РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ
В УМОВАХ ЗОВНІШНІХ ВИКЛИКІВ.....49

CONTENTS

ECONOMICS

Oksana Pelekh, Bohdan Yuskiv

FACTORS OF ECONOMIC DEVELOPMENT:
THEORETICAL APPROACHES.....5

Olha Pliashko

CONCEPTUAL PRINCIPLES FOR ENSURING
THE COMPETITIVENESS OF HUMAN RESOURCES
IN THE NATIONAL ECONOMY.....11

ACCOUNTING AND TAXATION

Kateryna Poliak

MANAGEMENT DECISIONS TO IMPROVE
THE EFFICIENCY OF TAX POLICY OF ENTERPRISES
IN THE FIELD OF INDIRECT TAXATION.....17

FINANCE, BANKING, INSURANCE AND STOCK MARKET

Leonid Melnyk

UKRAINE'S CURRENCY SECURITY.....26

MANAGEMENT

Volodymyr Voloshyn, Ruslan Strilchuk

INFORMATION IN THE ENTERPRISE
PRODUCTION MANAGEMENT SYSTEM.....32

MARKETING

Yevhen Krykavskyy, Kateryna Kalynets

PERSONAL BRAND: TO DEVELOP OR NOT?.....37

Olena Popko

STRATEGIC IMPERATIVES OF PROVIDING MARKETING ACTIVITIES
OF NATIONAL OPERATORS OF PERSPECTIVE SECTORS
OF THE ECONOMY IN THE WORLD MARKETPLACES.....42

ENTREPRENEURSHIP AND TRADE

Inna Deineha, Oleksandr Deineha, Oleksandr Trofimchuk

DEVELOPMENT OF THE ENTREPRENEURIAL ENVIRONMENT
OF THE RESTAURANT BUSINESS IN CONDITIONS OF EXTERNAL CHALLENGES.....49

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ

DOI 10.32782/2786-8559/2022-1-8
УДК 338.242

Дейнега Інна Олександрівна

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки та управління бізнесом,
Рівненський державний гуманітарний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5006-190X>

Дейнега Олександр Вікторович

доктор економічних наук, професор,
проректор з наукової роботи,
Рівненський державний гуманітарний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4642-9748>

Трофімчук Олександр Романович

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та управління бізнесом
Рівненський державний гуманітарний університет

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЗОВНІШНІХ ВИКЛИКІВ

У статті розглянуто сучасний стан підприємницького середовища ресторанного бізнесу. Встановлено, що у цілому тенденції його розвитку тісно пов'язані із рівнем соціально-економічного розвитку держави, характером динаміки доходів та структури витрат населення. Початок глобальної пандемії детермінував погіршення основних показників соціально-економічного розвитку України. Чинниками підсилення падіння попиту на послуги підприємств ресторанного бізнесу стали об'єктивно доцільні обмежувальні заходи Уряду та зміна звичного способу життя людей. Загальним трендом періоду коронавірусу стало зростання онлайн складової всіх видів підприємницької діяльності, зокрема і ресторанного бізнесу. У 2020 році підприємницька ситуація стабілізувалася, а вже у 2021 році, попри запровадження значних організаційно-економічних обмежень в Україні, заробітні плати працівників відновили зростання, що позитивно вплинуло на зростання платоспроможного попиту, в тому числі попиту на послуги підприємств ресторанного бізнесу. Після повномасштабного вторгнення росії в Україну скоротилися реальні зарплати громадян. Закрилося близько 7 тисяч закладів ресторанного господарства, що були розташовані на окупованих територіях або у зонах обстрілів. Основні проблеми, що постали перед всіма учасниками ресторанного бізнес-середовища на сьогодні, можна умовно поділити на фінансові та організаційні: зростання вартості ключових інгредієнтів, комунальних послуг, оренди, міграція працівників, погіршення психологічного стану персоналу тощо. Значимими трендами в діяльності таких підприємств стали простіші підходи до організації бізнесу, а також заходи, що максимально враховують специфіку їх діяльності під час війни (запуск мангальних позицій, короткотермінове планування, щоденне коригування меню, гібридний формат роботи, психологічна підтримка персоналу, продовження довготривалих проєктів, участь у волонтерських і соціальних проєктах, участь власників в операційних проєктах тощо). Для популяризації своєї діяльності та збільшення цільової аудиторії підприємства ресторанного бізнесу повинні активно використовувати можливості Інтернет.

Ключові слова: підприємницьке середовище, підприємства ресторанного бізнесу, глобальна пандемія, економічна діяльність під час війни, купівельна спроможність населення, онлайн складова бізнесу.

Inna Deineha, Oleksandr Deineha, Oleksandr Trofimchuk
Rivne State University of the Humanities

DEVELOPMENT OF THE ENTREPRENEURIAL ENVIRONMENT OF THE RESTAURANT BUSINESS IN CONDITIONS OF EXTERNAL CHALLENGES

The article examines the current state of the entrepreneurial environment of the restaurant business. It was established that, in general, the trends of its development are closely related to the level of socio-economic development of the state, the nature of the dynamics of incomes and the structure of population expenditures. The beginning of the global pandemic determined the deterioration of the main indicators of the socio-economic development of Ukraine. Objectively appropriate restrictive measures of the Government and a change in people's usual way of life became the factors that increased the fall in demand for the services of restaurant business enterprises. The general trend of the coronavirus period was the growth of the online component of all types of business activities, including the restaurant business. In 2020, the business situation stabilized, and already in 2021, despite the introduction of significant organizational and economic restrictions in Ukraine, the wages of employees resumed growth, which had a positive effect on the growth of solvent demand, including the demand for services of restaurant business enterprises. After the full-scale invasion of Russia into Ukraine, the real salaries of citizens decreased. Close to 7,000 restaurants that were located in the occupied territories or in shelling zones were closed. The main problems faced by all participants of the restaurant business environment today can be conditionally divided into financial and organizational: the increase in the cost of key ingredients, utilities, rent, employee migration, deterioration of the psychological state of the staff, etc. Significant trends in the activities of such enterprises have become simpler approaches to business organization, as well as measures that take into account the specifics of their activities during the war as much as possible (launch of barbecue positions, short-term planning, daily menu adjustments, hybrid work format, psychological support of personnel, continuation of long-term projects, participation in volunteer and social projects, participation of owners in operational processes, etc.). To popularize their activities and increase the target audience, restaurant business enterprises should actively use the Internet.

Keywords: *business environment, restaurant business enterprises, global pandemic, economic activity during the war, purchasing power of the population, online component of business.*

Вступ. Складна макроекономічна ситуація в Україні, спричинена пандемією COVID-19 та, особливо, повномасштабним вторгненням росії в Україну, негативно впливає на діяльність всіх без винятку підприємств нашої держави. Підприємства ресторанного господарства відчули негатив ситуації більшої мірою, оскільки їх діяльність не відноситься до такої, що задовольняє першочергові потреби. Відповідно, зниження реальних доходів громадян, спричинене підвищенням рівня безробіття, інфляцією, необхідністю релокації підприємств із зони бойових дій тощо, максимально негативно позначилось на результатах їх діяльності. Негатив посилюється за рахунок руйнування росією енергетичної інфраструктури України, що призвело до необхідності здійснення додаткових витрат на придбання альтернативного обладнання, зміни асортименту політики, перегляду в цілому філософії бізнесу таких підприємств. Відповідно є потреба у дослідженні основних тенденцій факторів впливу на розвиток підприємств ресторанного господарства, виокремлення основних проблем та формування напрямків їх нейтралізації.

Матеріали та методи. Дослідження діяльності підприємств ресторанного господарства займалися такі вітчизняні науковці як Ю.М. Ніколь-

чук [7], Г. Гапоненко, О. Євтушенко, І. Шамара, В. Холодок [2], Н.І. Дуляба, С.М. Ільчишин [4] та інші. Дослідження авторів стосувались дослідження та формування рекомендацій щодо реалізації стратегій розвитку ресторанного бізнесу та туризму в умовах пандемії, проте не враховують специфіку їх діяльності в умовах повномасштабного вторгнення росії в Україну. В даній публікації будуть розглянуто сучасний стан сфери ресторанного господарства, її основні проблеми відповідно до доступних статистичних даних та думок експертів галузі, а також сформовані відповідні рекомендації щодо його покращення.

Результати. Ресторан – це підприємство, яке готує та подає їжу та напої клієнтам. Їжу зазвичай подають і їдять у закладі, але багато ресторанів також пропонують послуги доставки їжі на винос. Ресторани дуже відрізняються за зовнішнім виглядом і пропозиціями, включаючи широкий вибір кухонь і моделей обслуговування, починаючи від недорогих ресторанів швидкого харчування та кафетеріїв до сімейних ресторанів середньої цінової категорії та закінчуючи дорогими розкішними закладами [13].

Тенденції на ринку підприємств ресторанного господарства тісно пов'язані із рівнем соціально-економічного розвитку держави, характером дина-

міки доходів та структури витрат населення. Найбільша кількість закладів громадського харчування зосереджена в м. Київ – понад 1600 точок продажів без врахування пересувних кав'ярень і дрібних лотків. Загальне ж число кафе і ресторанів в Україні в останні роки було досить стабільним [9].

Позитивна динаміка споживчого ринку України втратила свої позиції з приходом у 2019 році пандемії COVID-19. Кризові процеси позначилися на розвитку основних соціально-економічних показників країни (табл. 1).

У 2021 р. попри значні економічні ускладнення і запровадження значимих обмежень, в Україні заробітні плати працівників відновили зростання (у номінальному, доларовому та реальному вимірах) і демонстрували досить стійку позитивну динаміку [10, с. 93]. Після 24 лютого 2022 р. ситуація однозначно погіршилася, що негативно відобразилося на діяльності підприємств ресторанного бізнесу. За десять місяців 2022 року номінальні зарплати зросли на 5%, проте в реальному вираженні зарплати скоротилися на 11% у січні-жовтні, пройшовши через глибокий провал на 21% рік до року в другому кварталі 2022 року [1].

Негативний вплив Ковід-пандемії на діяльність підприємств ресторанного господарства був об'єктивно обумовлений введенням Урядом країни додаткових обмежень на проведення підприємницької діяльності, зокрема це стосувалося і діяльності готельно-ресторанного бізнесу, де діяли обмеження на скупчення людей, певний час допускалося лише приготування їжі й доставка замовнику, пізніше відвідування дозволялось лише за наявності COVID-сертифікату чи ПЛР-

тесту, запроваджувались штрафні санкції за порушення встановлених правил [12].

Чинниками падіння попиту на послуги ресторанів під час пандемії стали не лише обмежувальні заходи Уряду. Результати дослідження, проведеного Центром Разумкова у 2021 р., підтвердили і тезу про зміну звичного способу життя людей, що проявилось не лише в посиленні засобах санітарної гігієни, але й в обмеженні безпосередньої соціальної взаємодії. 17% респондентів відповіли, що в період активної фази карантинних обмежень скасовували заплановані раніше заходи з сім'єю та друзями, 26,1% уникали громадських місць, таких, як бари, ресторани тощо [10, с. 189].

Трендом періоду коронавірусу стало зростання онлайн складової всіх видів підприємницької діяльності, зокрема і ресторанного бізнесу. У 2021 році кількість онлайн-замовлень і доставки значно зросла. Ресторатори, які придбали необхідне обладнання та програмне забезпечення для підтримки онлайн-замовлень і доставки, безконтактного меню та інших заходів безпеки змогли стабілізувати фінансові потоки та посилити власні конкурентні позиції на ринку.

Ресторанний бізнес – один із видів економічної діяльності, в якій з самого початку економічних реформ повною мірою проявилися ринкові відносини. Це динамічний і високодохідний, а отже, перспективний для інвестицій і привабливий для підприємців сегмент вітчизняного ринку послуг. Проте, розвиток сучасного ресторанного бізнесу залежить від загальних тенденцій динаміки економіки держави, кон'юнктури споживчого ринку, змін структури попиту та пропозиції тощо (табл. 2).

Таблиця 1 – Основні показники соціально-економічного розвитку України

Показники	Фактично за 2020	Темпи зростання (зниження), %			
		грудень 2020 до		2020 до 2019	2019 до 2018
		листопад 2020	грудень 2019		
Середньомісячна заробітна плата одного працівника					
номінальна, грн	11591	118,3	115,6	110,4	118,4
реальна, %	x	117,2	110,1	107,4	109,8
Заборгованість із виплати заробітної плати – усього, млн грн	3136,7	78,2	103,4	x	x
Індекс споживчих цін	x	100,9	105,0	102,7	107,9
Індекс цін виробників промислової продукції	x	101,8	114,5	98,4	104,1
Індекс промислової продукції	x	102,8	104,8	94,8	99,5
Індекс с/г продукції	x	37,2	126,0	88,5	101,4
Індекс будівельної продукції	x	149,6	109,9	104,0	123,6
Експорт товарів, млн дол. США	44346,5	102,3	109,2	96,5	106,3
Імпорт товарів, млн дол. США	48243,8	100,7	97,9	87,1	106,3
Сальдо (+, -) млн дол. США	- 3897,3	x	x	x	x
Оборот роздрібною торгівлю, млн грн	1210750,3	120,0	113,4	108,4	110,3
Вантажообіг, млн т км	290342,6	100,1	94,9	85,7	102,1
Пасажирообіг, млн пас. км	49379,8	94,9	45,8	46,1	102,6

Джерело: [3]

Таблиця 2 – Кількість суб'єктів господарювання у сфері діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування, 2010...2019 рр.

Роки	Усього, одиниць	Фізичні особи-підприємці	
		одиниць	% до загального показника суб'єктів господарювання
2010	29950	23857	79,7
2011	24933	18774	75,3
2012	28142	22441	79,7
2013	32957	26896	81,6
2014	37557	32727	87,1
2015	38345	33633	87,7
2016	38199	34207	89,5
2017	38545	34102	88,5
2018	41860	37283	89,1
2019	48398	43572	90,0

Джерело: [3]

Дані, представлені у табл. 2 засвідчують стрімке зростання кількості ресторанів та суб'єктів господарювання, що надавали послуги мобільного харчування у 2010...2019 рр. У 2019 році, порівняно із 2010, кількість таких підприємств зросла майже в 1,39 рази або на 40 %, що підтверджує перспективність та дохідність такого бізнесу.

На початку пандемії прогнозували, що за рік в Україні зачиниться майже 50% всіх ресторанів. Втрати бізнесу були насправді величезні. За майже рік з початку пандемії з ринку зникли не менше 25% всіх закладів (табл. 3). Ресторани та кафе першими закривали, останніми відкривали, штрафували, зобов'язували дотримуватися дистанції навіть у туалет, застосовували обмеження в роботі. Майже весь персонал підприємці відправили у відпустку, тому в країні відразу виявилось безліч безробітних ресторанних працівників. Ресторатори скоротили свої витрати до мінімуму, і змогли пережити найжорсткіший весняний локдаун та наступні обмеження [5].

Суттєві зміни відбулися за 2020 рік і основний вплив на ринок мала саме пандемія і обмежувальні у зв'язку з нею заходи. Якщо в Україні на початку 2020 року – до пандемії коронавірусу – працювало 18,6 тисячі ресторанів, кафе та барів, то, то вже на початку 2021 – лише 14,7 тисячі закладів. Об'єм ресторанного ринку скоротився за 2020 рік майже на 30% і склав за 2020 рік 14,1 мільярда гривень, тобто у 2020 році ресторанний ринок втратив майже 6 мільярдів гривень [6].

У I кварталі 2021р. індикатор ділової впевненості у сфері послуг знизився порівняно з IV кварталом 2020 р. на 5,5 в.п. і становив мінус 23,8% [3].

З початком повномасштабного вторгнення росії в Україну ситуація у ресторанному бізнесі стала ще більш критичною. За оцінками експертів галузі за рік війни закрилось близько 7 тисяч таких закладів, що були розташовані на окупованих територіях, у зонах обстрілів. Ринок зменшився приблизно на 25% порівняно з лютим 2022 року. У деяких областях падіння ринку становило понад 50% (Харківська, Миколаївська, Запорізька, Луганська області), У Київській, Одеській, Дніпропетровській областях – падіння до 30%. Одночасно відзначається і позитивна динаміка в областях, де наразі відносно спокійно, зокрема у західних областях – у Львові та області кількість ресторанів та кафе зросла приблизно на 30%, у Закарпатській, Чернівецькій, Івано-Франківській областях спостерігається зростання приблизно на 20% [11].

Рівненська область не є лідером на ринку ресторанного бізнесу України, суттєво поступаючись таким «грандам», як Київська, Закарпатська, Хмельницька, Полтавська, Сумська, Львівська області тощо та за даними довоєнного періоду займала лише 14 місце в рейтингу забезпеченості населення закладами ресторанного господарства (12,09 од. на 10 тис. осіб) та 17 по їх кількості (рис. 1).

За таких умов пріоритетними є послуги закладів харчування «обслуговування на винос» та / або «з доставкою», коли споживання страв відбувається не безпосередньо в закладі харчування, а за його межами. Тенденцію зміни вподобань споживачів відзначають вітчизняні науковці, зокрема

Таблиця 3 – Очікування сфери послуг у 2020 році

Очікування	Результат
Зменшення попиту на послуги (обсягу реалізації послуг) підприємств сфери послуг	У II кварталі 2020 р. обсяг послуг, реалізованих підприємствами сфери нефінансових послуг споживачам, становив 183,9 млрд грн, що на 11,2% менше, ніж у I кварталі 2020 р. (207,1 млрд грн)
Зменшення кількості працівників на підприємствах сфери послуг	Середньооблікова кількість штатних працівників підприємств сфери послуг у II кварталі 2020р. становила 1573,4 тис. осіб проти 1616,2 тис. осіб у I кварталі 2020 р.
Зростання цін на послуги підприємств сфери послуг	Індекс споживчих цін (до попереднього місяця) становив: ↑ 100,8% – у квітні 2020 р. ↑ 100,3% – у травні 2020 р. ↑ 100,2% – у червні 2020 р.

Джерело: [3]

в [7, с. 220] зазначено, що «сьогодні перше місце в розвитку належить закладам швидкого харчування. Найбільш популярними сьогодні є заклади середнього цінового сегмента, де чек сягає 200 грн. на особу, тому за 2018 р. їхня частка становить понад 50%, у той час, як частка закладів дешевого сегмента – лише близько 30%».

На сьогодні попит на послуги ресторанного господарства є низьким, що викликано зниженням реальної купівельної спроможності населення та переорієнтацією ринку на більш низькі цінові сегменти. На нашу думку, одним з чинників такої динаміки розвитку ресторанного господарства є зміна структури споживчих витрат населення України – якщо у 2019 році частка витрат на ресторани та готелі у сукупних витрат домогосподарств в Україні становила 3,4%, то у 2020 р. – 2,1% [3].

Основні проблеми, що постали перед всіма підприємствами ресторанного бізнесу на сьогодні, можна умовно поділити на фінансові та організаційні. Умовність поділу полягає в тому, що організаційні теж мають прямий \ непрямої вплив на фінансові результати таких підприємств (табл. 4).

Як бачимо, тенденції на ринку підприємств ресторанного господарства тісно пов'язані із рівнем соціально-економічного розвитку держави, характером динаміки доходів та структури витрат населення. Зростання вартості ключових інгредієнтів, а також комунальних послуг, оренди є проблемою, з якою стикається ресторанна індустрія. Окрім того, ресторанна галузь, як складова сфери послуг, є залежною від ринку праці. Міграція працівників, мобілізація чоловіків призовного віку, погіршення психологічного стану персоналу –

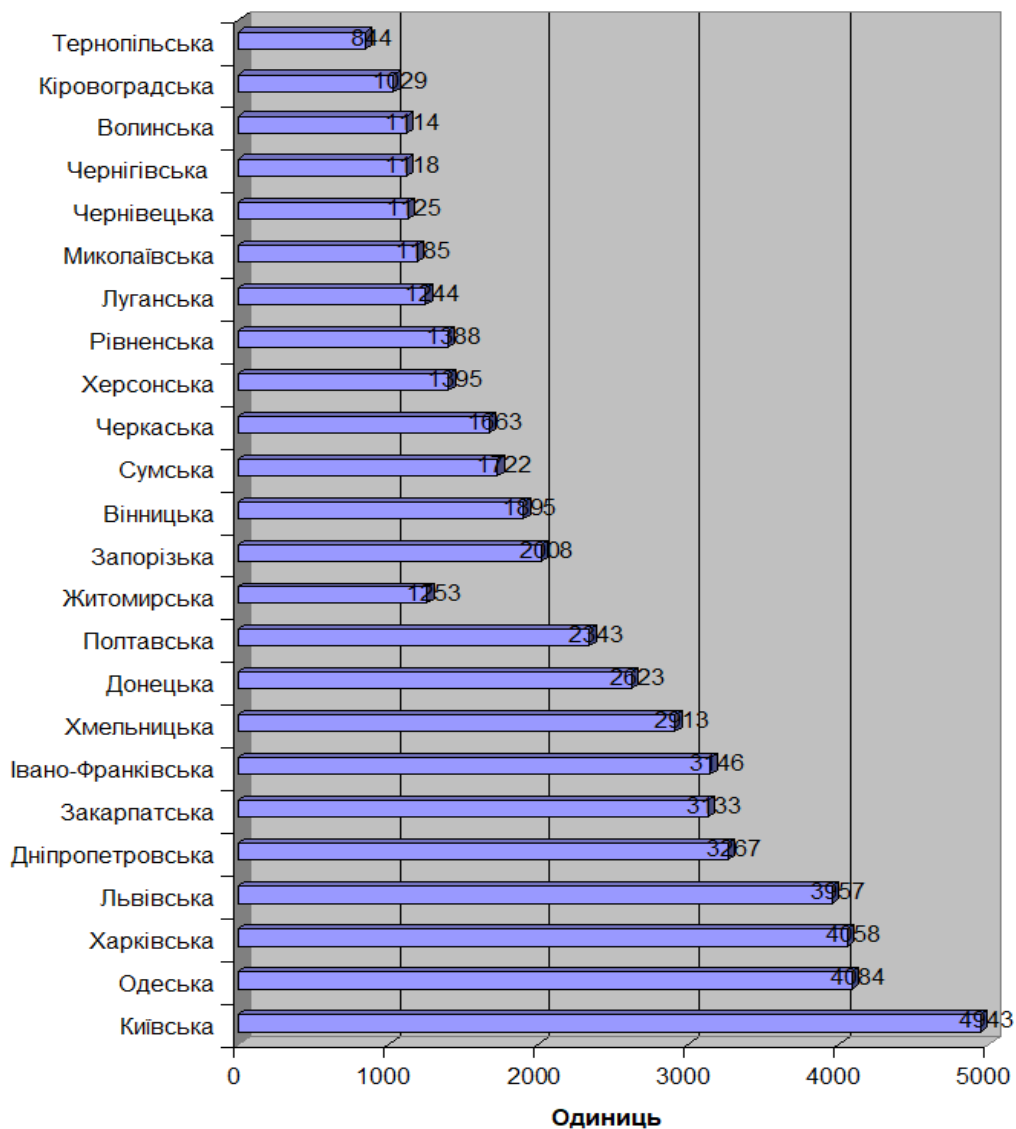


Рисунок 1 – Кількість підприємств ресторанного господарства в областях України (на 01.01.2020 р.)

Джерело: напрацювання власне на підставі [3]

Таблиця 4 – Актуальні проблеми підприємств ресторанного бізнесу під час війни

Організаційні	Фінансові
Перебої у постачанні електроенергії – проблеми використання обладнання для приготування страв та проведення розрахунків із клієнтами.	Зростання вартості комунальних платежів.
Необхідність забезпечення безпеки персоналу та гостей – власник бере на себе моральну і кримінальну відповідальність за життя людей, якщо ресторан працює протягом тривоги.	Підвищення вартості продуктів, які використовують у ресторанному бізнесі для приготування страв і напоїв.
Законодавчі перепони – заборона кальянів, комендантська година.	Зростання орендної плати.
Перебої постачання продуктів.	Зниження реальних доходів клієнтів.
Погіршення психологічного стану, нерозуміння вимог часу, еміграція персоналу.	Втрата частини ринку за рахунок відкриття нових закладів (західна Україна).

Джерело: власне напрацювання на підставі [8]

негативно позначається як на якості обслуговування клієнтів, так і на діяльності підприємств ресторанного господарства в цілому.

Загальна тенденція до скорочення мережі об'єктів ресторанного господарства та місць у них є характерною для всіх підприємств ресторанного господарства незалежно від форми власності й місця розташування. Це обумовлено цілим рядом причин, основними з яких, на нашу думку, стала негативна соціально-політична ситуація в державі, внаслідок чого скоротилась місткість споживчого ринку, реальні доходи населення.

За сучасних економічних умов підприємствам ресторанного господарства доводиться кардинально перебудовувати свою роботу, переглядати стратегії та плани розвитку. На думку науковців для подолання кризи впевнену позицію на ринку займатимуть ті ресторани, що «змінити свій формат після карантину, та зробили велику ставку на новизну, намагаючись максимально дистанціюватися від усіляких кліше, від того, до чого звик відвідувач» [2, с. 141], тобто основним фактором подолання кризи в діяльності пропонується формування унікальної пропозиції. Проте такий підхід зазвичай сприяє збільшенню вартості ринкової пропозиції ресторану, що в умовах війни є недоречним. На сьогодні професіонали галузі стверджують, що основним трендами в діяльності таких підприємств у сучасній ситуації навпаки стали простіші підходи до організації бізнесу, а також заходи, що максимально враховують специфіку сучасної ситуації, зокрема: запуск мангальних позицій (пов'язаний з відсутністю електроенергії), короткотермінове планування (максимум на тиждень), практично щоденне коригування меню, гібридний формат роботи (коворкінг, мага-

зин, кафе), запуск old-school акцій, психологічна підтримка персоналу, продовження довготривалих проєктів, «заморозка» «хайпових», незрозумілих і нових форматів, пошук варіантів виходу на міжнародний ринок або продаж франшиз, участь у волонтерських і соціальних проєктах, участь власників в операційних процесах [8]. Для популяризації підприємства ресторанного господарства та збільшення його цільової аудиторії господарюючі суб'єкти повинні активно використовувати можливості Інтернет шляхом створення веб-сайтів та розміщення їх у ділових, інформаційних, комерційних та туристичних пошукових системах. Все це уможливить стабілізацію ресторанного господарства в Україні в умовах соціально-політичної нестабільності.

Висновки. Отже, проведений аналіз стану та тенденцій розвитку ресторанного господарства в Україні дає можливість зробити висновок про наявність складних проблем, які негативно впливають на темпи розвитку сфери ресторанного господарства. Але, не зважаючи на це, ресторанний бізнес залишається привабливим для капіталовкладень, що пов'язано зі специфікою цієї галузі. За сучасних економічних умов підприємствам ресторанного господарства доводиться кардинально перебудовувати свою роботу, переглядати стратегії та плани розвитку. Загальне зниження реальних доходів населення негативно вплинуло на купівельну спроможність, що відобразилось на кінцевих фінансових результатах таких підприємств. Для подолання негативних факторів впливу менеджмент ресторанних підприємств повинен вживати заходи, які дозволять стабілізувати їх роботу, в першу чергу зберегти робочі місця та прихильність цільових клієнтів.

Література:

1. Блінов О. Динаміка зарплат і втрати робочих місць під час війни. Наскільки скоротилися реальні зарплати в Україні за період війни? URL: <http://surl.li/exvsj>
2. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Холодок В.Д. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства України в сучасних умовах. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм.* 2021. Вип. 14. С. 132–141.

3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Дуляба Н.І., Ільчишин С.М. Проблеми та перспективи розвитку ресторанного господарства в індустрії туризму. *Ефективна економіка*. 2021. № 11. URL: <http://surl.li/exvsk>
5. Насонова О. Ресторанний бізнес в кризу. URL: <http://surl.li/exvsl>
6. Не витримали карантину: скільки українських ресторанів закрилися у 2020 році. URL: <http://surl.li/exvsi>
7. Нікольчук Ю.М. Готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, фінансове забезпечення, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку в Україні. *Бізнес інформ*. 2020. № 5. С. 218–226.
8. Ресторани під час війни: перспективи та глобальні тенденції. URL: <http://surl.li/exvsg>
9. Ринок готельно-ресторанного бізнесу в Україні: тут будь-які гості в радість. URL: <http://surl.li/exvse>
10. Соціально-економічні наслідки коронавірусу. Центр Разумкова. Київ : видавництво «Заповіт», 2021. 237 с. URL: <http://surl.li/exvsd>
11. Супрун М. З початку війни в Україні закрилося близько 7000 ресторанів та кафе. URL: <http://surl.li/exvsn>
12. Хроніки кризи бізнесу: кого в Україні більше всего накроет штормом коронавірусу. URL: <http://surl.li/exvso>
13. Restaurant. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Restaurant>

References:

1. Blinov, O. Dynamika zarplat i vtraty robochykh mist pid chas viyny. Naskilky skorotylysy realni zarplaty v Ukrayini za period viyny? [Dynamics of salaries and job losses during the war. How much did real wages in Ukraine decrease during the war?]. Available at: <http://surl.li/exvsj> (in Ukrainian)
2. Haponenko, H.I., Yevtushenko, O.V., Shamara, I.M., & Kholodok, V.D. (2021). Osnovni tendentsiyi rozvytku restorannoho hospodarstva Ukrayiny v suchasnykh umovakh [The main trends in the development of the restaurant industry in Ukraine in modern conditions]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina. Seriya: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krayinoznavstvo. Turyzm*, vol. 14, pp. 132–141. (in Ukrainian)
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian)
4. Dulyaba, N.I., & Ilchyshyn, S.M. (2021). Problemy ta perspektyvy rozvytku restorannoho hospodarstva v industriyi turizmu [Problems and prospects for the development of the restaurant industry in the tourism industry]. *Efektivna ekonomika*, no. 11. Available at: <http://surl.li/exvsk> (in Ukrainian)
5. Nasonova, O. Restoranny biznes v kryzu [Restaurant business in crisis]. Available at: <http://surl.li/exvsl> (in Ukrainian)
6. Ne vytrymaly karantynu: skilky ukrayinskykh restoraniv zakrylysy u 2020 rotsi [Couldnt withstand the quarantine: how many Ukrainian restaurants closed in 2020]. Available at: <http://surl.li/exvsi> (in Ukrainian)
7. Nikolchuk, Yu.M. (2020). Hotelno-restoranny biznes: suchasnyy stan, finansove zabezpechennya, investytsiyna pryvablyvist ta perspektyvy podalshoho rozvytku v Ukrayini [Hotel and restaurant business: current state, financial support, investment attractiveness and prospects for further development in Ukraine]. *Biznes inform*, no. 5, pp. 218–226. (in Ukrainian)
8. Restorany pid chas viyny: perspektyvy ta hlobalni tendentsiyi [Restaurants during the war: perspectives and global trends]. Available at: <http://surl.li/exvsg> (in Ukrainian)
9. Rynok hotelno-restorannoho biznesu v Ukrayini: tut bud-yaki hosti v radist [Market of hotel and restaurant business in Ukraine: any guests are welcome here]. Available at: <http://surl.li/exvse> (in Ukrainian)
10. Sotsialno-ekonomichni naslidky koronavirusu (2021). Tsentrazumkova. Kyiv: vydavnytstvo "Zapovit". Available at: <http://surl.li/exvsd> (in Ukrainian)
11. Suprun, M.Z. pochatku viyny v Ukrayini zakrylosya blyzko 7000 restoraniv ta kafe [Since the beginning of the war, about 7,000 restaurants and cafes have closed in Ukraine]. Available at: <http://surl.li/exvsn> (in Ukrainian)
12. Khroniki krizisa biznesa: kogo v Ukraine bolshe vsego nakroyet shtormom koronavirusa [Chronicles of the business crisis: who in Ukraine will be hit the most by the coronavirus storm]. Available at: <http://surl.li/exvso> (in Russian)
13. Restaurant. Available at: <https://en.wikipedia.org/wiki/Restaurant> (in Ukrainian)

Стаття надійшла до редакції 02.12.2022 р.

Наукове видання

Via Economica

Випуск 1, 2022

Засновано у 2022 році

Засновники:

Рівненський державний гуманітарний університет;
Видавничий дім «Гельветика»

Періодичність видання: 6 разів на рік

Українською та англійською мовами

Коректура • В. О. Бабич

Комп'ютерна верстка • В. О. Удовиченко

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 6,51.
Підписано до друку 30.12.2022.
Зам. № 0623/390. Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1
Телефони: +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.