

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ В СФЕРІ РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

**Вершинін Микита Петрович,
здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»
Миколаївський національний аграрний університет
Науковий керівник: Крайній Володимир Олексійович,
кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економічної
кібернетики, комп'ютерних наук та інформаційних технологій
Миколаївський національний аграрний університет**

Воєнний стан завжди приносить серйозні виклики та зміни в різні сфери суспільного життя, включаючи ресторанний бізнес. Він супроводжується обмеженнями, загрозами для безпеки та економічною нестабільністю, що впливає на роботу ресторанів та гастрономічних закладів.

Ресторанний бізнес є одним з найпопулярніших та масових в Україні, а також одним з найприбутковіших як для підприємців, так і для держави [1].

Основні проблеми, що вплинули на трансформацію діяльності ресторанних підприємств, включають економічну нестабільність як в країні, так і в регіоні, питання безпеки, яке залишається невирішеним навіть у 2024 році, обмеження в обслуговуванні, логістичні труднощі та проблеми електропостачання [2].

Ресторанний бізнес, як і багато інших галузей, був змушений адаптуватися до нових реалій та умов праці. Ресторани реорганізували свою діяльність, розширили асортимент, змінили постачальників та логістичні ланцюги. Вони почали надавати послуги доставки їжі переважно на дім, пропонувати готові страви для виїзду та навіть обслуговувати великі заходи, дотримуючись умов безпеки для своїх працівників. Не менш важливою виступає електроенергетична незалежність більшості закладів, тобто плановий перехід до альтернативних джерел електроенергії, серед яких здебільшого генератори та сонячні панелі [3].

Для адаптації та подолання нових труднощів ресторани заклади намагалися не тільки адаптуватися до змін, а й управляти ними з метою встановлення нових трендів та стандартів. Серед основних змін якими довелось керувати можна виділити наступні:

- антикризова політика менеджменту та маркетингу: фахівці ресторанного бізнесу застосовують методи управління в кризових ситуаціях та маркетингові інновації для подолання труднощів. Це включає підтримку інновацій та відповідність світовим трендам у сфері ресторанних послуг.

Управління кризовими ситуаціями - процес, що охоплює виявлення можливих ризиків, розробку стратегій для їх подолання та реалізацію цих стратегій. Він передбачає швидку діагностику фінансового стану підприємства для виявлення кризових ситуацій та визначення їх особливостей.

Маркетинг у кризових умовах передбачає оперативну зміну маркетингової стратегії компанії та всіх її складових (асортимент продукції, ціноутворення, канали дистрибуції та методи стимулювання продажів) відповідно до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі;

- інноваційність та тренди: досвідчені ресторатори повинні стежити за інноваціями та глобальними трендами на ринку ресторанних послуг. Це може включати нові технології, методи приготування їжі та формати обслуговування;

- діджиталізація закладу: споживчі вподобання змушують рестораторів активно інвестувати в розвиток закладу у віртуальному просторі. Основні способи підвищення рівня діджиталізації в ресторанній сфері включають наявність активних сторінок у соціальних мережах, власного сайту, ботів у месенджерах, власного застосунку для iOS та Android, а також співпрацю з сервісами доставки (наприклад, Glovo).

- зміна постачальників: через події воєнного стану багато постачальників з південних та східних регіонів не можуть задовольнити попит рестораторів через зменшення та руйнування об'єктів виробництва. У відповідь ресторанний бізнес почав активніше співпрацювати з локальними супермаркетами та мегамаркетами, що спрощує процедуру трансферу та зменшує витрати на неї [3].

Отже загальна схема щодо заходів управління змінами для підвищення результативності діяльності підприємств ресторанного бізнесу, може виглядати наступним чином:

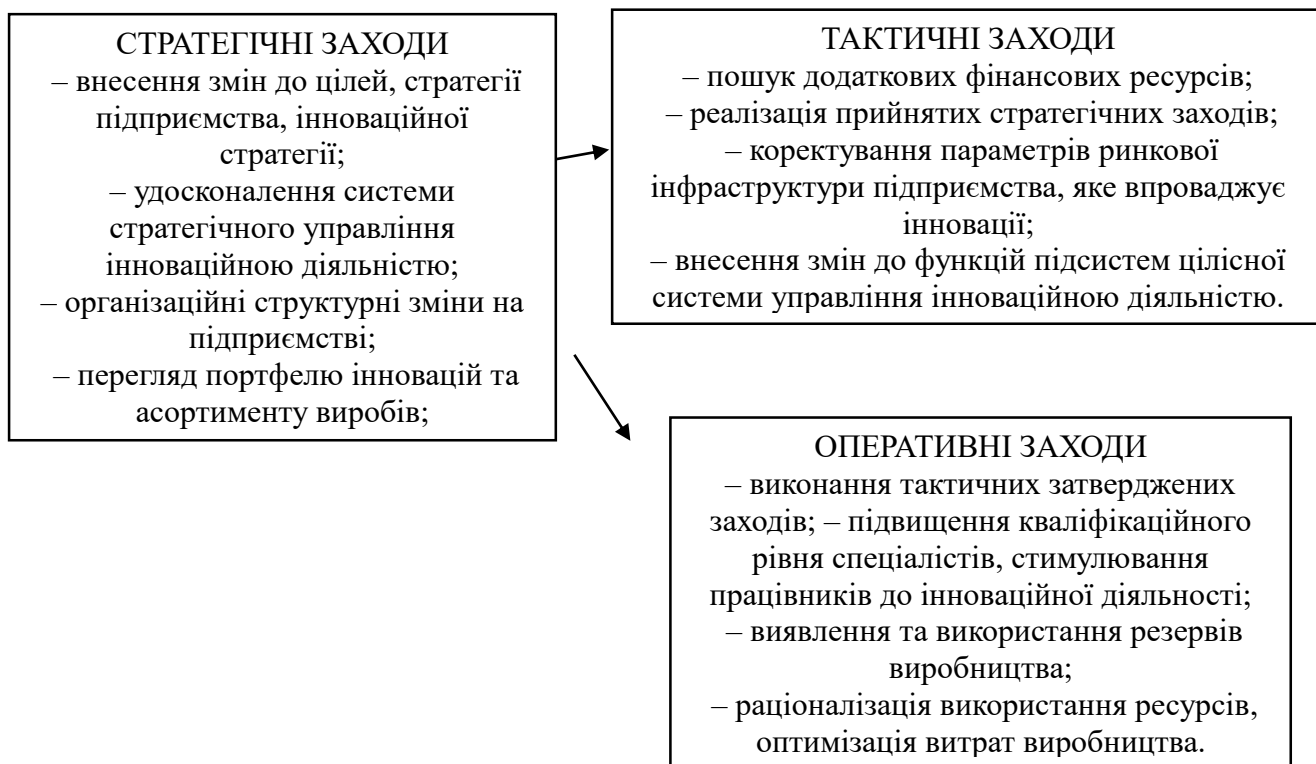


Рисунок 1.1 Схема виходу з кризових ситуацій та управління змінами ресторанних закладів

Побудовано автором на основі [2-3]

Список використаних джерел

1. Антонова В.А. Ресторанный бизнес в економічному розвитку України. В.А. Антонова Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. - 2019. - Вип. 1 (11). - С. 595 - 601.
2. Кукліна Т.С., Гурова Д.Д., Цвілій С.М., Журавльова С.М., Михайлик Д.П. Організація громадського харчування в сучасних умовах. Science and Innovation of Modern World: Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference. London: Cognum Publishing House, 2022. pp.447-453.
3. Полотай Б.Я. Ресторанный бизнес під час війни. / III Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності» м. Львів, 6 жовтня 2022 р. - URL: <https://sportscience.ldufk.edu.ua/index.php/trends/article/view/1339>