

Бергун Антоніна Миколаївна

*кандидат економічних наук, декан
факультет культурних і креативних індустрій
Київський національний університет технологій та дизайну*

Бергун Антонина Николаевна

*кандидат экономических наук, декан
факультет культурных и креативных индустрий
Киевский национальный университет технологий и дизайна*

Verhun Antonina

*PhD in Economics, Dean
Faculty of Cultural and Creative Industries
Kyiv National University of Technologies and Design
ORCID: 0000-0002-2825-9511*

Яворська Оксана Григорівна

*доктор економічних наук, професор
кафедра туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну*

Яворская Оксана Григорьевна

*доктор экономических наук, профессор
кафедра туризма и готельно-ресторанного бизнеса
Киевский национальный университет технологий и дизайна*

Yavorska Oksana

*Doctor of economics, professor
Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
Kyiv National University of Technologies and Design
ORCID: 0000-0002-4499-6853*

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-1-7843

**КОРПОРАТИВНІ АКТИВИ ПІДПРИЄМСТВ
РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ ТА ЗАКЛАДІВ ХАРЧУВАННЯ
В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

**КОРПОРАТИВНЫЕ АКТИВЫ ПРЕДПРИЯТИЙ
РЕСТОРАННОЙ ИНДУСТРИИ И ЗАВЕДЕНИЙ ПИТАНИЯ
В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ**

**CORPORATE ASSETS OF RESTAURANT INDUSTRY
AND CATERING ENTERPRISES DURING THE PANDEMIC**

Анотація. У статті розглянуто специфіку стану ресторанної індустрії та закладів харчування в Україні за умов пандемії Covid-19 та можливостей, у відповідності до наявних корпоративних активів, реалізації нового вектору трансформації вітчизняного підприємництва – цифровізації, що має як довгострокові наслідки, так і постає трендом подальшого розвитку підприємництва ресторанного господарства. Метою дослідження стало проведення аналітичного огляду стану та перспектив розвитку ресторанної галузі в країні та розробка рекомендацій щодо використання внутрішньокорпоративних ресурсів та активів підприємств ресторанної індустрії в умовах пандемії Covid-19. Встановлено, що після глибокої кризи

II кварталу 2020 року, спостерігається поступове збільшення обсягу наданих послуг населенню закладами харчування, особливо у II та III кварталах 2021 року; відповідно динаміка приросту загальної кількості закладів у 2021 році становила 6%. Пропонується на початковому етапі відновлення ресторанної індустрії, яка постає доволі привабливою для інвесторів сферою сучасного економічного простору України та прибутковим бізнесом для підприємців, акцентувати увагу на примноженні внутрішньокорпоративних ресурсів закладів харчування. Результати нашого дослідження доводять той факт, що у період переформатування бізнес-стратегій підприємств ресторанного бізнесу та підвищення рівня адаптивності закладів харчування в період пандемії, а також у майбутньому, саме людські ресурси та інтелектуальні активи формуватимуть домінуючу підприємницьку успіху та здатні будувати пришвидшити процес капіталізації нематеріальних активів підприємств ресторанної індустрії, що знаходить втілення в сучасному стратегічному менеджменті, розширенні креативних просторів ресторанів та глибокого пізнання цінностей та уподобань клієнтів та гостей закладів.

Ключові слова: ресторанный бизнес, корпоративні активи, пандемія.

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы специфики состояния ресторанной индустрии в Украине в условиях пандемии Covid-19, а также возможности, в соответствии с имеющимися корпоративными активами, реализации нового вектора трансформации отечественного предпринимательства – цифровизации, которая имеет долгосрочные последствия и является трендом дальнейшего развития предпринимательства в ресторанном бизнесе. Целью исследования стало проведение аналитического обзора состояния и перспектив развития ресторанной отрасли в стране и разработка рекомендаций использования внутрикорпоративных ресурсов и активов предприятий в условиях пандемии Covid-19. Установлено, что после глубокого кризиса II квартала 2020 года наблюдается постепенное увеличение объема предоставляемых услуг населению, особенно во II и III кварталах 2021 года; соответственно, динамика прироста общего количества заведений в 2021 году составляла 6%.

Предлагается на начальном этапе восстановления ресторанной индустрии, которая становится довольно привлекательной для инвесторов сферой современного экономического пространства Украины и прибыльным бизнесом для предпринимателей, акцентировать внимание на приумножении внутрикорпоративных ресурсов предприятий. Результаты нашего исследования доказывают тот факт, что в период переформатирования бизнес-стратегий предприятий ресторанного бизнеса и повышения уровня адаптивности предприятий в период пандемии, а также в будущем, именно человеческие ресурсы и интеллектуальные активы будут формировать доминанту предпринимательского успеха и способны ускорить процесс капитализации нематериальных активов предприятий ресторанной индустрии, реализуясь в современном стратегическом менеджменте, расширении креативных просторов ресторанов и более глубокого познания ценностей и предпочтений клиентов и гостей заведений питания.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, корпоративные активы, пандемия.

Summary. The article considers the specifics of the restaurant industry and food delivery service in Ukraine in the Covid-19 pandemic and opportunities, in accordance with existing corporate assets, the implementation of a new vector of transformation of domestic entrepreneurship – digitalization, which has long-term consequences and one is a trend of the further restaurant business. The aim of the study was to conduct an analytical review of the state and prospects of the restaurant industry and food delivery service in the country and develop recommendations for the use of internal corporate resources and assets of the restaurant sector in the Covid-19 pandemic. It is established that after the deep crisis of the second quarter of 2020, there is a gradual increase in the volume of services provided to the population by catering establishments, especially in the second and third quarters of 2021; accordingly, the dynamics of growth of the total number of institutions in 2021 was 6%. It is proposed at the initial stage of recovery of the restaurant industry, which is quite attractive to investors in the modern economic space of Ukraine and a profitable business for entrepreneurs, to emphasize the importance of increasing intra-corporate resources of food establishments. The results of our study prove the fact that in the period of reformatting the business strategies of restaurants and increasing the adaptability of food establishments during the pandemic, as well as in the future, human resources and intellectual assets will form the dominant entrepreneurial success and accelerate the capitalization of intangible assets enterprises of the restaurant industry, which is embodied in modern strategic management, expanding the creative space of restaurants and a deep knowledge of the values and preferences of customers and guests of institutions.

Key words: restaurant business, corporate assets, pandemic.

Постановка проблеми. За пандемії Covid-19 ресторанна індустрія України та світу зазнала величезного руйнівного впливу. Між тим, новий

виклик обумовив активний пошук шляхів виходу з кризового стану, зокрема, і вектор трансформації вітчизняного підприємництва — цифровізацію,

що має довгострокові наслідки і постає трендом подальшого розвитку підприємництва ресторанного господарства, а відтак, постає необхідність дослідження можливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку сучасного ресторанного господарства України, зокрема маркетингу та брендингу присвячені праці І. М. Єгупової, А. А. Пулатова, Т. М. Носирбекова, Е. В. Юрчак, Є. В. Ромат, Г. В. Кіш, Г. С. Гаврилюк, О. А. Ніколайчук та інших; аспекти впровадження інновацій у досліджуваній сфері знайшли висвітлення в публікаціях М. С. Загірової, О. В. Борисової, Ю. В. Ковтуненко, Д. О. Ольшевської та інших [8–11]. Сьогодні цінними постають напрацювання вітчизняних економістів та практиків з досліджуваної проблеми в умовах пандемії: Н. Ю. Балацької — пропонує задля ефективного перепрофілювання звичного режиму роботи закладів ресторанного бізнесу на формат адресної доставки замовлень концептуальний базис соціального медіа-маркетингу для підприємств ресторанного бізнесу, який інтегрує ключові акценти утримання цінності в умовах пандемії [4]. В умовах карантину Г. М. Гребенюк, Л. В. Марценюк та інші пропонують підприємствам громадського харчування працювати лише на умовах адресної доставки або перепрофілюватися у магазин продажу продуктів (у тому числі і готових страв) вроздріб [6]. Н. В. Гончаренко вважає, що у подальшому ресторанному бізнесу слід зосередитися на сучасних стратегіях розвитку закладів в напрямках роботи з персоналом, маркетингу та покращенні санітарних та безпекових умов, зокрема: переорієнтації процесів рекрутингу та адаптації персоналу в формат онлайн; посиленні комунікації з персоналом; запуску програми лояльності та ефективній роботі із CRM-системою [5]. Між тим, не було рекомендовано дієвих практик щодо використання корпоративних активів для формування стратегії розвитку підприємства ресторанної індустрії в умовах пандемії,

рівно як і не розглядалося питання ролі інтелектуальних ресурсів ресторанів на шляху виходу з кризи.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є проведення аналітичного огляду стану ресторанних послуг в Україні та розробка рекомендацій щодо використання внутрішньокорпоративних ресурсів та активів підприємств ресторанної індустрії в умовах пандемії Covid-19.

Виклад основного матеріалу. Ресурсна теорія підприємства акцентує увагу на важливості саме корпоративного креативного ресурсу та нематеріальних активів фірм та компаній для виживання та економічного успіху в перманентно нестійкому економічному середовищі [3; 15]. Найважливішими активами підприємств постають фінансові, а також людський та інтелектуальний капітал [3]. Згідно аналітичних оглядів вищого керівництва зарубіжних асоціацій рестораторів національного рівня, незважаючи на певну тенденцію до збільшення робочих місць у даній галузі за I півріччя 2021 року, ресторанний сектор все ще має найвищий рівень незаповнених вакансій, які до певної міри обумовлені швидким розширенням кількості закладів харчування, які пропонують свої послуги у поєднанні з доставкою їжі до клієнта [1]. Вищезначене узгоджується і з показниками обсягу реалізованих послуг підприємствами сфери послуг в Україні у 2020–2021 роках (табл. 1) [7].

Згідно аналізу статистичних даних встановлено, що після глибокої кризи II кварталу 2020 року, спостерігається поступове збільшення наданих послуг населенню закладами харчування, особливо у II та III кварталах 2021 року.

Член правління *Національної ресторанної асоціації України* Жорж Піонов наголошує, що традиційно ресторанными «столицями» України є Київ, Львів та Одеса, проте заклади розвиваються і в інших містах [14]. За даними *СІД-Консалтинг груп*, що спеціалізується на ресторанному консалтингу та управлінні проектами, у 2020 р. майже

Таблиця 1

Обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери послуг¹
у 2020–2021 роках в Україні, тис. грн

	2020 рік; квартали				2021 рік; квартали		
	I	II	III	IV	I	II	III
Діяльність із забезпечення стравами і напоями, з них:	3651213	1826922	3571684	3761365	4044806	4934889	5874902
постачання готових страв	941979	335526	685521	1008699	1338577	1620513	1598139

Примітка: ¹ Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Джерело: складено автором за [7]

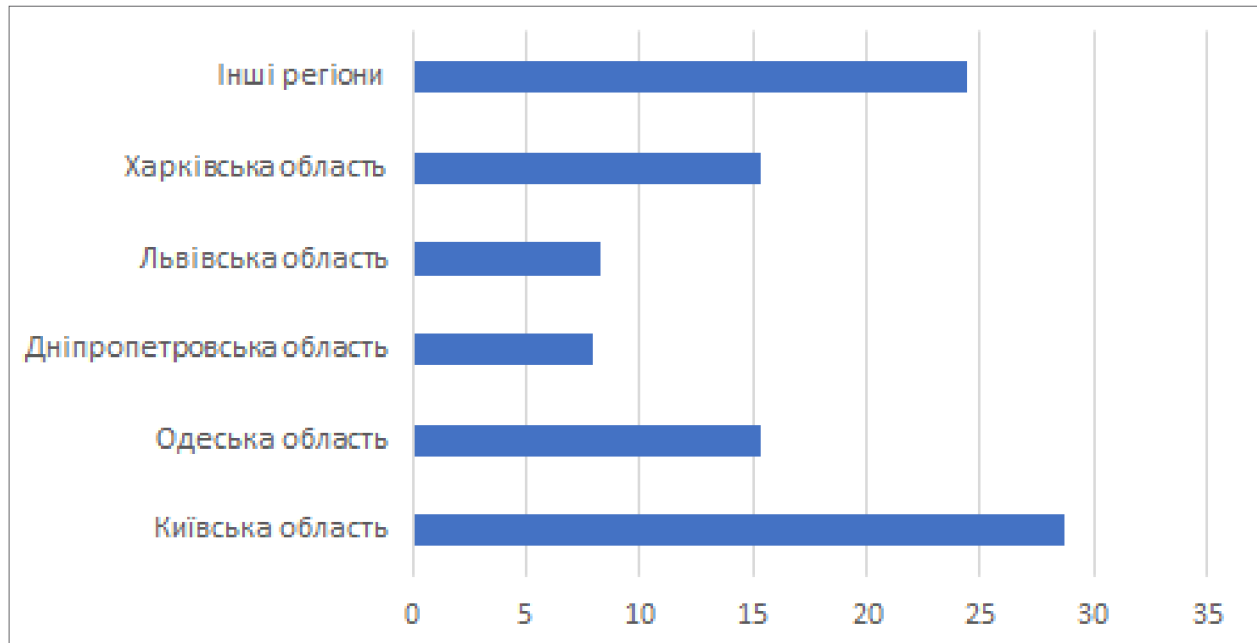
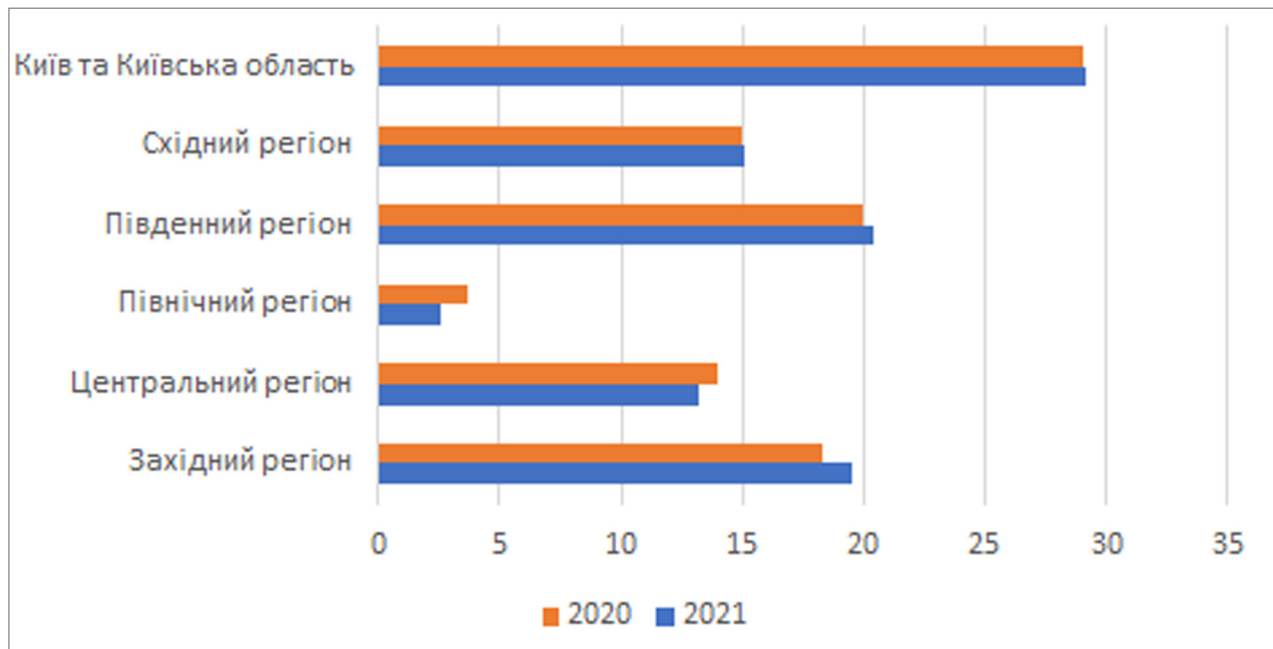


Рис. 1. Структура розподілу закладів харчування у Львівській, Одеській, Київській, Дніпропетровській та Харківській областях у 2020 році, у %

Джерело: систематизовано автором за [12]

половина усіх українських закладів громадського харчування (44%) були сконцентровані у 2-х областях України — Київській (28,7%) та Одеській (15,3%), а 75,6% — у п'яти областях країни: Київській, Дніпропетровській, Львівській, Одеській та Харківській (рис. 1).



Примітка: До складу зазначених регіонів входять області: *Західний регіон*: Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька та Чернівецька; *Центральний регіон*: Вінницьку, Дніпропетровську, Кіровоградську, Полтавську та Черкаську; *Північний регіон*: Житомирська, Сумська та Чернігівська; *Південний регіон*: Запорізька, Миколаївська, Одеська та Херсонська; *Східний регіон*: Харківська; відсутня інформація по Луганській, Донецькій областях та Криму.

Рис. 2. Представлення ресторанів та закладів харчування у основних регіонах України в період пандемії (2020–2021 рр., у %)

Джерело: систематизовано автором за [12; 13]

Лідером за кількістю закладів громадського харчування є Київщина, за нею «рівних» йдуть Одеська та Харківська області [12]. У 2021 році столиця та область, залишилася основною локацією та концентрацією найбільшої кількості закладів харчування в Україні, при цьому питома вага регіону зросла на 0,5% і становить 29,2% (проти 28,7% у 2020 році); найвищий приріст у питомій вазі кількості закладів показали Західний регіон (біля 0,6%) та Київ з Київською областю (біля 0,5%) [12; 13]. Загальна динаміка приросту закладів порівняно з 2020 р. склала біля 6% (28 тисяч нових закладів) (рис. 2).

Таким чином, стан ресторанного бізнесу в Україні як і у світі не досягнув показників докоронавірусного періоду (кількісно українських закладів харчування станом на кінець 2021 року істотно менше ніж у 2019 році), що засвідчує загальною негативну динаміку, оскільки скоротилися показники кількості діючих закладів харчування; але ринок поступово відновлюється і відкриваються або перезапускаються кафе, бари та ресторани, які адаптувалися до реалій економічного середовища та здатні запропонувати нові формати роботи та організації бізнес-процесів.

В умовах кризового стану, ресторанного бізнесу постає простором креативності та оновлення, що проявляється у міксуванні форматів, кухонь та культур закладами харчування — поєднання китайської та японської, української та середземноморської кухонь; презентації себе і як магазину (гастробари); переорієнтація на клієнтів за межа-

ми мегаполісу: поселення та субурбанозону як потенційно вагомий клієнтський сектор в умовах коронакризи. На початковому етапі відновлення ресторанної індустрії, яка постає доволі привабливою для інвесторів сферою сучасного економічного простору України та прибутковим бізнесом для підприємців, варто акцентувати увагу саме на примноженні креативноорієнтованих внутрішньокорпоративних активів підприємств ресторанної індустрії та закладів харчування [16].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Згідно аналітичного огляду стану ресторанних послуг в Україні варто вказати на початок етапу відновлення даної сфери, яка може стати доволі цікавою для інвесторів та прибутковою для підприємців за умови акцентуалізації на креативні та інтелектуальні внутрішньокорпоративні ресурси в умовах пандемії Covid-19. У період перерформатування бізнес-стратегій підприємств ресторанного бізнесу основним стратегічним завданням постає підвищення рівня адаптаційності закладів харчування, що можливе за рахунок як фінансових, так і нематеріальних активів підприємств, оскільки саме ці активи здатні сформувати домінуючу підприємницького успіху. Успіх прийде до тих рестораторів, які виявляться спроможними реалізуватися у креативному просторі гостинності, а відтак, задовольнити ціннісні уподобання клієнтів та гостей закладів харчування; а також здатні будуть створити умови щодо примноження потенціалу інтелектуальних активів підприємства.

Література

1. National Restaurant Association Releases 2021. URL: <https://restaurant.org/national-restaurant-association-releases-2021-mid-year-state-of-the-restaurant-industry-update/> (дата звернення 12.12.2021).
2. Tarasenko I., Verhun A. Sustainable development as a concept in the rapidly globalizing world economy // *Economics, Finance and Management Review*. 2021. № 3. Р. 25–34.
3. Verhun F., Bondarchuk J. Creative industries and their role in ukraine's economic system // *Economics, Finance and Management Review*. 2021. № 3. Р. 33–38.
4. Балацька Н. Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу // *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 42. С. 117–122.
5. Гончаренко Н. В. Реорганізація ресторанного бізнесу в умовах пандемії коронавірусу COVID-19 // *Держава та регіони*. 2021. № 3. С. 40–46.
6. Гребенюк Г. М., Марценюк Л. В., Задоя В. О., Пікуліна О. В. Трансформація та розвиток підприємств ресторанного бізнесу України в умовах пандемії // *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 7. С. 14–19.
7. Держстат України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/posl/arh_dpdp21.html (дата звернення 23.12.2021).
8. Єгупова І. М. Особливості функціонування закладів ресторанного господарства: монографія. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262 с.

9. Загірова М. С. Сучасні форми підприємств ресторанного господарства. Молодий вчений. 2020. № 16 (306). С. 237–239.
10. Ніколайчук О. А. Тренди розвитку вітчизняної індустрії гостинності в умовах COVID-19 // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2021. 13. С. 108–114.
11. Пулатов А. А., Носирбеков Т. М. Аналіз сучасних форматів підприємств індустрії харчування. Інтернаука. 2020. № 10–2. С. 33–37.
12. Структура розподілу ринку HoReCa в Україні за 2020 рік. URL: <https://horeca-ukraine.com/struktura-raspredelenija-rynka-horeca-v-ukraine-za-2020-god/> (дата звернення 24.12.2021).
13. Структура розподілу ресторанного ринку в Україні за 2021 рік. URL: <https://horeca-ukraine.com/struktura-raspredelenija-restorannogo-rynka-v-ukraine-za-2021-god/> (дата звернення 24.12.2021).
14. Чим відрізняється український ресторанний бізнес від світового. URL: <https://suspilne.media/132941-cim-vidriznaetsa-ukrainskij-restorannij-biznes-vid-svitovogo-poasnie-ekspert/> (дата звернення 22.12.2021).
15. Яворська О. Г. Інтелектуальний капітал в епоху становлення та розвитку цифрової економіки // Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2020. № 1 (13). С. 129–134.
16. Яворська О. Г. Проблема оцінювання інтелектуального капіталу: причини та підходи до вирішення // Галицький економічний вісник. 2020. Т. 64. № 3. С. 68–77.

References

1. National Restaurant Association Releases 2021. Available at: <https://restaurant.org/national-restaurant-association-releases-2021-mid-year-state-of-the-restaurant-industry-update/> (accessed 12.12.2021).
2. Tarasenko I., Verhun A. (2021) Sustainable development as a concept in the rapidly globalizing world economy. *Economics, Finance and Management Review*, 3, 25–34.
3. Verhun F., Bondarchuk J. (2021) Creative industries and their role in ukraine's economic system. *Economics, Finance and Management Review*, 3, 33–38.
4. Balatska N. Y. (2020) Restaurant business in the context of the coronavirus pandemic. *Market infrastructure*, 42, 117–122.
5. Goncharenko N. V. (2021) Reorganization of the restaurant business in the context of the COVID-19 pandemic. *State and Regions*, 3, 40–46.
6. Grebenyuk G. M., Martsenyuk L. V., Zadoya V. O., Pikulina O. V. (2021) Transformation and development of restaurant business enterprises in Ukraine in a pandemic. *Investment: practice and experience*, 7, 14–19.
7. State Statistics Service of Ukraine. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/posl/arh_dpdp21.html (accessed 23.12.2021).
8. Yehupova I. M. Osoblyvosti funktsionuvannia zakladiv restorannoho hospodarstva: monohrafiia [Features of the functioning of restaurants]. Odessa: ONEU, 2016. 262 с.
9. Zagirova M. S. (2020) Modern forms of restaurant business. *Young scientist*, 16 (306), 237–239.
10. Nikolaychuk O. A. (2021) Trends in the development of the domestic hospitality industry in the conditions. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University*, 13, 108–114.
11. Pulatov A. A., Nosirbekov T. M. (2020) Analysis of modern formats of enterprises in the food industry. *Inter-science*, 10–2, 33–37.
12. The structure of the distribution of the restaurant market HoReCa in Ukraine in 2020. Available at: <https://horeca-ukraine.com/struktura-raspredelenija-rynka-horeca-v-ukraine-za-2020-god/> (accessed 24.12.2021).
13. The structure of the distribution of the restaurant market in Ukraine in 2021. Available at: <https://horeca-ukraine.com/struktura-raspredelenija-restorannogo-rynka-v-ukraine-za-2021-god/> (accessed 24.12.2021).
14. The Ukrainian restaurant business differ from the world one. Available at: <https://suspilne.media/132941-cim-vidriznaetsa-ukrainskij-restorannij-biznes-vid-svitovogo-poasnie-ekspert/> (accessed 22.12.2021).
15. Yavorska O. G. (2020) Intellectual capital in the era of formation and development of the digital economy. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University*, 1 (13), 129–134.
16. Yavorska O. G. (2020) The problem of intellectual capital assessment: reasons and approaches to solving. *Galician Economic Bulletin*, 64, 68–77.