

УДК 338.46

Кутько В.В.
студент гр. ГР-22мг
Українська інженерно-педагогічна академія
м. Харків, Україна
наук. кер. – старший викладач Липовий Д.В.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сьогодення – історичний період, у якому відбувається забагато протистоянь. Повномасштабне вторгнення російської федерації на територію України 24-го лютого 2022 року вплинуло на всі сфери життя кожного, хто знаходився на території нашої держави. І хоча перша половина 2022 року була дуже важкою - бізнеси закривались через масовані атаки та знищення інфраструктури міст, згодом люди почали вертатися та знову створювати звичний порядок речей для збереження власного ментального здоров'я.

Слід зазначити, що зараз великий пласт проєктів, які створюються в сфері обслуговування, так чи інакше пов'язаний з волонтерською діяльністю - віддача частини прибутків на потреби захисників або організація зборів та залучення громадян до відновлення своїх міст через численні атаки. Також є доволі поширеною кооперація різних закладів для швидшого досягнення цілей - чи то збори на техніку та обладнання на фронт, чи то заохочення людей до донорства крові. Зараз найкращий спосіб висловити свою позицію, окрім донатів у перевірені фонди та на реальні збори, ще підтримка локального малого і середнього бізнесу.

Типовим прикладом є такий заклад, як BUNKER-бар, який почав свою діяльність 2 серпня 2022 року, а вже 1 березня 2023 року набув статусу Пункту незламності: тут тепло, електрика та живлення для девайсів, інтернет, мобільний зв'язок. Також особливістю цього закладу є їх співпраця з українськими брендами, такими як броварня «Мова» (Дніпро), тютюнові вироби для кальяну українського виробника «BLACKSMOK», пивоварня «АНДЕРСОН-Хольгер Датчанин» (Київ), пивоварня «ШО» (Миколаїв), пивоварня «ReBrew» (Київ), крафт-сидерія «YSLA» (Київ). Також вони запровадили такі дисконтні програми:

- для «Однокровців» - тих, хто здав кров у банк крові волонтерського руху «Одна кров», - протягом 5 днів діє знижка - 15% на весь чек;
- для бійців підрозділу «Kraken» та членів родини загиблих Героїв -

15% на все меню.

Окрім цього, вони дарують шот «ЗСУ» за відмітку в сторіс, а також наголошують, що весь прибуток з коктейлів «ЗСУ» та «УПА» перераховуються на благодійні фонди в підтримку ЗСУ [1].

Попри все, що відбувається, можна сміливо стверджувати, що сфера обслуговування в Україні живе, працює та набирає обертів. Не дивлячись ні на що, підприємці продовжують створювати унікальний бізнес та збільшувати коло споживачів їхнього продукту. Так, у Харкові відкрився стихійний ресторан з українським присмаком «Трипіччя», як вони самі себе позиціонують «Трипіччя то є необи́стро – суміш культури бі́стро та гастроно́мії. Ми досліджуємо забу́ті рецепти та за допомогою технології усучаснюємо їх» [2].

Вітчизняні ресторатори запозичують досвід кращих європейських закладів з вдосконалення інструментів маркетингу та менеджменту. Діалог - чи не найулюбленіший і найважливіший спосіб налагодження зв'язку підприємець-споживач у західному просторі, тому зараз особливу увагу звертають саме на покращення візуального маркетингу, створення різноманітних заходів для того, щоб сформувавши правильне уявлення щодо потреб споживачів, а також на безконтактне спілкування шляхом створення мобільних додатків і чат ботів.

Література:

1. Бар «BUNKER». URL:https://bunker-bar.com.ua/pro_bar
2. Ресторан «Трипіччя». URL:<https://www.instagram.com/p/Cg80P9ej9LY/>