

УДК 640-43

**Полотай Б. Я.***bogdanapolotaj85@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1600-2724**Researcher ID F-8676-2019**ст. викл. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,  
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів***Жмур-Клименко Б. В.***bogdana.zmurklymenko@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2863-1448**Researcher ID HNM-5349-2022**ст. викл. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,  
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

## РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС ПІД ЧАС ВІЙНИ

**Анотація.** В статті розкриті питання сучасного стану діяльності підприємств ресторанного господарства. Визначені основні критичні зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємств гостинності. Визначені наслідки впливу війни на ресторанний бізнес. Досліджено роботи наукової спільноти, щодо питань діяльності підприємств ресторанного господарства. Саме це стало підставами визначення мети та завдання наукового дослідження. В статті надається оцінювання наукового бачення «виживання» підприємств ресторанного господарства. Визначені передумови застосування кожної гіпотези та встановлено, що в сучасних кризових умовах підприємства ресторанного господарства знаходяться на першому місці. Уже до травня, за попередніми оцінками, у країні відкрилося більше половини від довоєнної кількості ресторанів та кафе. Процес відновлення нерівномірний: він меншою мірою помітний у занадто постраждалих Чернігові та Харкові, а також у Київській області, тоді як столиця активно намагається надолужити втрачене. У найбільш виграшному становищі опинилися кав'ярні, невеликі пекарні і, як не дивно, відносно стійкі ресторани люкс-сегменту, оскільки їм для самоокупності від самого початку потрібен менший потік відвідувачів. Проаналізована статистика кількості працюючих підприємств індустрії гостинності на початку війни. Наведено приклади ресторанів, що відкрилися на початку війни на Заході нашої країни, зокрема у Львові. Можна сказати, що Львів став ресторанною столицею індустрії гостинності, адже тільки на весні відкрилося біля 500 закладів харчування. Деякі заклади переїхали зі Сходу країни разом зі своїм персоналом, інші – відкривалися, щоб якось вижити під час війни і не збанкрутувати. Також наведено приклади закладів харчування, що перетворили свої заклади на центр волонтерської допомоги. Проаналізовано чинники, що впливають негативно на ресторани, зокрема це брак кадрів, зменшення виручки через скорочення кількості гостей, скорочення часу роботи ресторанів через комендантську годину, подорожчання або недоступність деяких продуктів та відповідно – скорочення позицій у меню.

**Ключові слова:** ресторанний бізнес, підприємства, період воєнного стану, розвиток, зміни.

**Polotaj Bohdana***bogdanapolotaj85@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1600-2724**Researcher ID F-8676-2019**Senior Lecturer at the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business,  
Lviv University of Trade and Economics, Lviv***Gmur-Klumenko Bohdana***bogdana.zmurklymenko@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2863-1448**Researcher ID HNM-5349-2022**Senior Lecturer at the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business,  
Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

## RESTAURANT BUSINESS DURING THE WAR

**Abstract.** *The article discusses the current state of the restaurant industry. The main critical changes in the external and internal environment of hospitality enterprises are identified. The effects of the war on the restaurant business are determined. The work of the scientific community on issues related to the activities of enterprises in the restaurant industry was studied. This was the basis for determining the goal and task of scientific research. The article provides an assessment of the scientific vision of "survival" of restaurant enterprises. The prerequisites for the application of each hypothesis have been defined and it has been established that in the modern crisis conditions, restaurant enterprises are in the first place. Already by May, according to preliminary estimates, more than half of the pre-war number of restaurants and cafes opened in the country. The recovery process is uneven: it is less visible in the hard-hit Chernihiv and Kharkiv regions, as well as in the Kyiv region, while the capital is actively trying to make up for lost ground. Coffee shops, small bakeries and, surprisingly, relatively stable restaurants of the luxury segment were in the most advantageous position, since they need a smaller flow of visitors to be self-sustaining from the very beginning. Analyzed statistics of the number of working enterprises of the hospitality industry at the beginning of the war. Examples of restaurants that opened at the beginning of the war in the West of our country, in particular in Lviv, are given. It can be said that Lviv has become the restaurant capital of the hospitality industry, because only in the spring about 500 food establishments opened. Some institutions moved from the East of the country together with their staff, others opened in order to somehow survive during the war and not go bankrupt. There are also examples of catering establishments that have turned their establishments into centers for volunteer assistance. Factors that have a negative impact on restaurants were analyzed, including a lack of personnel, a decrease in revenue due to a decrease in the number of guests, a decrease in the hours of operation of restaurants due to a curfew, an increase in the price or unavailability of some products and, accordingly, a decrease in menu items.*

**Key words:** restaurant business, enterprises, period of martial law, development, changes.

**JEL Classification:** L89

**DOI:** <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-7-5>

**Постановка проблеми.** Війна дуже сильно вдарила по індустрії гостинності, оскільки викликала повний хаос на фінансових, енергетичних і продовольчих ринках, а також нестримну інфляцію по всьому світу. Ресторанний бізнес частково або повністю зупинився у Центральній, Східній та Південній Україні. Адже задоволення соціально-культурних потреб є неможливим через порушення потреби у безпеці, люди лишилися без житла і грошей. Сфера гостинності не зазнала збитків лише у Західній Україні.

Якщо під час карантину люди не могли і не хотіли відвідувати заклади через ризик підхопити COVID-19, то з початком повномасштабної війни в Україні відвідування ресторанів зовсім зникло з порядку денного сотень тисяч українців. Постійні обстріли, відтік населення, падіння зарплат, відсутність роботи – це все те, що на сьогодні заважає українцям повернутися до колишнього життя та звичок, у тому числі ходити до закладів. З цих причин рестораторам складно заробляти і відкривати нові заклади.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

На сьогоднішній день дуже мало є наукових досліджень ресторанного бізнесу в умовах війни, але все ж таки є декілька вітчизняних вчених, що досліджували дану проблематику: Бугас В.В., Анатолій Вдовічен, Ольга Вдовічена, Василь Кифяк, Георгій Скляр.

**Постановка завдання.** Стаття має на меті наукове обґрунтування сьогоденних реалій ресторанного бізнесу під час війни, наведення прикладів відкриття нових ресторанів, аналіз працюючих закладів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Серед основних проблем, з якими зіткнувся ресторанний бізнес під час війни це: паніка, відтік кадрів, логістика, розірвання договорів на поставку товарів, комунікаційна підтримка в усіх точках Після перших тижнів шоку ресторанний бізнес переорієнтувався на приготування простих і найпопулярніших страв. Такою була випічка, хліб та хлібобулочні вироби.

Наразі відбувся чіткий поділ розвитку ресторанного бізнесу залежно від регіону (рис. 1).

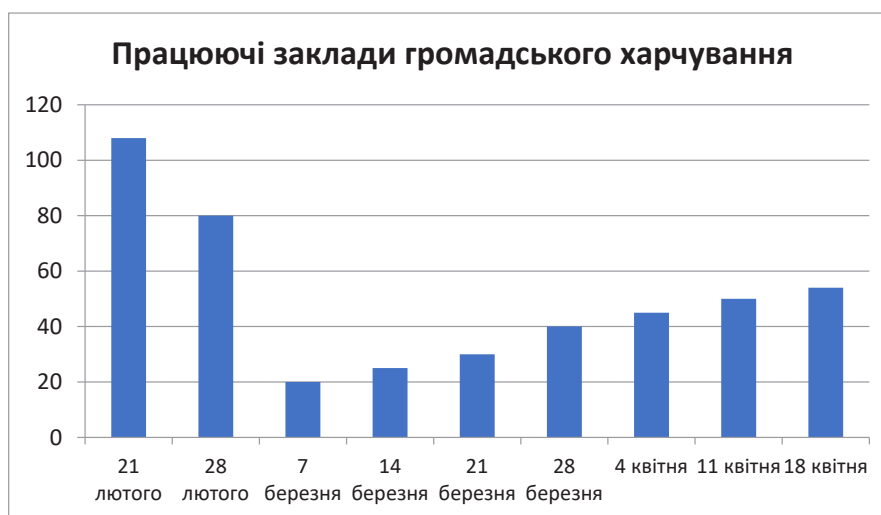


Рис. 1. Працюючі заклади громадського харчування

Заклади, які знаходяться в окупації, про них поки що не йдеться, оскільки більшість із них закрилася, а якась частина ще намагаються якось працювати. Є міста, які сильно постраждали, наприклад, Харків, яке вважається ресторанним містом. Але там зараз практично зупинилася вся ресторанна діяльність.

У Києві з початку повномасштабної війни третина ресторанів закрита – багато киян так і не повернулися до міста, незважаючи на розгром і відступ російської армії з-під столиці.

Однак, незважаючи на це, масового перетікання ресторанного бізнесу на Західну Україну не сталося. Це пов'язано з тим, що, наприклад, ті самі одесити та харків'яни хочуть відновити бізнес у своїх містах [3].

Разом з тим, у західних областях спостерігається позитивна динаміка. У Львові та області кількість ресторанів та кафе зросла приблизно на 30%, у Закарпатській, Черні-

вецькій, Івано-Франківській областях відмічено зростання приблизно на 20%.

Найбільш інтенсивно розвивався ресторанний ринок у Львові – понад 500 нових закладів області з початку війни. З усіх міст на Західній Україні Львів виявився найкосмополітичнішим і найбільш заповненим. У дослідженні за травень – найкращі показники виручки у закладів Закарпатської області (рис. 2). За тиждень 16-22 травня вона загалом досягла 152% проти тижня 14-20 лютого. Найнижчі показники – на сході та півдні України, які знаходяться в епіцентрі бойових дій [4].

Негативним чином на ефективність функціонування ресторанного господарства впливають наступні чинники:

- пошкодження та руйнування майна, будівель, товарних запасів;
- розкрадання майна на тимчасово окупованих територіях країни;

Рис. 2. Показники виручки ресторанів за травень 2022 року  
Джерело: розроблено за джерелом [3]

- перебої з поставками сировини, матеріалів, товарів з-за кордону;
- зростання курсу валют і девальвація гривні;
- вимушене переселення громадян;
- скорочення доходів українців і, як наслідок, зменшення купівельної спроможності.

Окремої уваги заслуговують ресторани заклади та мережі ресторанів, які вирішили стати волонтерами: вони готують для бійців зі Збройних сил України, територіальної оборони, переселенців та всіх, хто цього потребує. Серед таких закладів: мережа Kyiv Food Market, «Люди Купера», «Goodwine», «Сім'я ресторанів Дмитра Борисова», «Холдинг емоцій !FEST», ресторанна компанія «First Line Group», ресторанна мережа «Mafia», «Штаб Созановського», ресторанна мережа «Tarantino Family» та багато інших [1]. Багато ресторанних закладів переобладналися під військово-польові кухні.

Ресторани, які зуміли відкритися та ведуть профільну діяльність, усі без винятку зіштовхнулися з ідентичними проблемами:

- дефіцит персоналу через міграцію або мобілізацію;
- зменшення виручки через скорочення кількості гостей – у середньому на 50% від довоєнної;
- подорожчання або недоступність деяких продуктів та відповідно – скорочення позицій у меню. Залежно від категорії, інгредієнти зросли в ціні на 20–30%. Найбільш уразливі позиції – це дорогі в закупівлі риба, морепродукти, екзотичні фрукти, а також специфічні приправи, зокрема для азійських кухонь, логістика яких суттєво ускладнена;
- неактуальність низки форматів – корпоративних вечірок, днів народження, дитячих свят, дівич-вечорів; обвал попиту на послуги кейтерингу;
- скорочення часу роботи ресторанів через комендантську годину, що вдарило по найприбутковішій складовій ресторанного бізнесу – вечерам;
- донедавна – заборона на продаж алкоголю, а згодом суворі часові обмеження. Це не дозволило відкритися закладам, які заробляли здебільшого на барі.

Але, щоб стабілізувати хоча б частину економіки та приносити прибуток державі за рахунок податків, деякі ресторатори уже на початку війни почали відкривати свої заклади на заході країни.

Зокрема, у перший місяць війни у Львові Євген Клопотенко відкрив ресторан «Інші».

У даному закладі є два меню: основне і безкоштовне меню № 2: «Його можуть попросити всі, хто не має змоги заплатити. До нього входить основна страва, салат та горнятко кави». Також трішки пізніше було відкрито в Івано-Франківську фаст-фуд світової вуличної їжі. І на майбутнє у планах ресторатора продавати франшизу нової мережі, щоб поширити українські смаки через їжу у світі індустрії гостинності.

Мережа «Biblioteca» була відкрита влітку, бренд-шефом є Вадим Бжезинский, який є переможцем кулінарного шоу «Мастер-шеф» та випускник французької кулінарної школи Le Cordon Bleu. Це сучасне демократичне кафе італійської та європейської кухні з якісним обслуговуванням та цінами, доступними для людей із середнім рівнем достатку. Меню кафе поєднує в собі дві найпопулярніші в Україні кулінарні традиції – європейську й італійську. Особливої уваги вартий інтер'єр кафе із великою кількістю книжок, фірмовим дизайном стін. Варто зазначити, що у перший день відкриття, заклад був заповнений на 100%.

Ну і звичайно не можна не згадати про ресторан UTATI, який також відкрився під час війни. Напрямо даного закладу визначають як «авангардна азійська кухня». «Utati не про відтворення автентичності азійських рецептів, а про створення авторських страв з азійськими смаками», – описують концепцію власники. Кухню в закладі зробили відкритою, щоб кожен відвідувач зміг побачити усі секрети приготування страв. Даний заклад за місяць роботи став популярний завдяки двом видам рамену на рибному та м'ясному бульйоні, додатки до нього, закуски з риби, м'яса та овочів.

Також значну лепту у ресторанний бізнес під час війни внесли переселенці, які щоб вижити і надати роботу іншим відкривали різні міні кафе, бістро і ресторани. Прикладом таких є переселенці з Ірпеня та Бородянки, що відкрили у Львові “віконце” з кавою та пирогами. Завдяки соцмережам точка, в якій готують каву, галети та пироги, миттєво стала популярною і отримала назву «Кіт».

Також необхідно зазначити, що під час війни сильно постраждали ресторани, профіль яких морепродукти та суши. Адже вартість імпорту продуктів дуже виросла. Тому однією з основних тенденцій буде зниження кількості іноземних інгредієнтів та переорієнтування на більш звичну кухню.

На сьогоднішній день рестораторам потрібно ловити момент і не втрачати часу, бути гнуч-

кими і адаптованими до воєнних умов. Адже війна вимагає рішучих дій і рішень. Тому власникам ресторанного бізнесу необхідно хоча б один раз на тиждень переглядати концепції, намагатися залучити нову аудиторію, оптимізувати меню, переглядати складники страв, прибирати дорогі позиції або ті, які потребують особливих продуктів. Знайти їх зараз непросто, доставити теж складно.

Ну і звичайно не потрібно забувати, що для ресторанів головний ресурс – люди. Багато співробітників ідуть на фронт, дехто проходить навчання і також збирається захищати нашу країну. Оскільки у команді маркетингу тільки жінки, більшість із них виїхала до інших країн. Доводиться змінювати формат роботи, налаштувати зв'язок одне з одним, щоб мати можливість працювати.

За даними журналу *Forbs*, світ об'єднався у підтримці України. Загальний обсяг фінансової та гуманітарної допомоги від дружніх країн, міжнародних фондів та приватних осіб склав більше \$16 млрд (основні донори США – \$5,5 млрд, ЄБРР – \$2,2 млрд, МВФ – \$1,4 млрд, ЄС – \$1,3 млрд). Лідери фандрейзингу серед українських інституцій – Національний банк, на спецрахунок якого надійшло пів мільярда доларів, та Мінцифри, яке залучило на свої криптогаманці понад \$71 млн [1].

Експерти також визначили тенденції ринку *NoReCa*, які актуалізувалися після початку воєнних дій:

- збереження попиту на домашню їжу, фастфуд напівфабрикати та швидкий відпочинок у закладах громадського харчування;

- вплив правил воєнного часу: комендантської години та необхідності дотримання норм повітряної тривоги;

- необхідність налагодження швидкої логістики доставки їжі;

- вплив місця розташування ресторанного бізнесу: його наближення до зони бойових дій, розташування внутрішньо переміщених осіб.

Отже, зважаючи на проведені дослідження, варто зазначити, що сьогодні у зв'язку з воєнним станом та повномасштабною військовою агресією РФ проти України українські підприємства, організації, установи запровадили нові підходи до соціальної відповідальності як інструменту управління підприємств сфери гостинності. Ці підходи виражалися у щоденній волонтерській роботі, відкритті соціальних кухонь, постійній підтримці постраждалих та реагуванні на виклики часу.

Ресторатори нашої країни на даний час доводять свою потужність, значущість, професіоналізм, великий потенціал та здатність витримати несподівані важкі умови. Будемо надіятися, що в найближчому майбутньому, вони будуть досягати світових вершин у ресторанній індустрії.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Отже, основою для розвитку ресторанного бізнесу в Україні є, передусім, рівень доходів населення, який упав у зв'язку з фінансово-економічною ситуацією останніх років. Водночас ємність цього ринку ще досить велика. У ресторанному бізнесі існують виразні перспективи зростання.

Для досягнення якісного нового рівня управління в обслуговуванні населення необхідно об'єднати зусилля всіх підприємців, які працюють у сфері гостинності, шляхом створення певного кластеру, що покликаний об'єднати сфери туризму та готельно-ресторанного бізнесу: виробників та постачальників обладнання, фірми, що займаються поставками продуктів харчування, дизайнерські та меблеві центри, будівельні й охоронні компанії, майстерні професійного одягу і, звичайно, підприємства готельно-ресторанного господарства. Членство в такому кластері буде забезпечувати високий рівень обслуговування підприємств ресторанного господарства, оптимальну організацію технологічного процесу і гарантувати відмінну якість продукції.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Воєнний номер журналу *Форбс*. URL: <https://forbes.ua/company/bogifandreyzingu-khtozaluchiv-naybilshe-groshey-dlya-ukraintsiv-ta-armii-pid-chas-viynirensking-vid-forbes-07042022-5327>

2. Друзюк Я. Це українські ресторани, які годують ЗСУ і тероборону. Розповідаємо, як їх підтримати. *The Village Україна*. URL: <https://www.thevillage.com.ua/village/food/food-guide/324773-volonerski-kuhni-viyna-2022>

3. Насонова О. Ресторанний бізнес в кризу. Економічна правда. 17.02.2021. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/02/17/671122/>

4. Полотай Б.Я. III Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності» м. Львів, 6 жовтня 2022 р. Ресторанний бізнес під час війни.

5. Україна втрачає заклади загального харчування : веб-сайт. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2014/09/03/6202345.shtml>

## REFERENCES

1. Voiennyi nomer zhurnalu Forbs [Military issue of Forbes magazine] , available at: <https://forbes.ua/company/bogifandreyzingu-khto-zaluchiv-naybilshegroshey-dlya-ukraintsiv-ta-armii-pid-chas-viynirenk-vid-forbes-07042022-5327>
2. Druzyuk Ya. Tse ukrainski restorany, yaki hoduiut ZSU i teroboronu. Rozpovidaємо, yak yikh pidtrymaty [These are Ukrainian restaurants that feed the Armed Forces and Teroboron. We tell you how to support them]. The Village Ukraina, available at: <https://www.thevillage.com.ua/village/food/food-guide/324773-volonerski-kuhni-viyna-2022>
3. Nasonova O. (2021) Restorannyi biznes v kryzu [Restaurant business in crisis]. *Ekonomichna pravda*, available at: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/02/17/671122/>
4. Polotai B.Ya. (2022) Restorannyi biznes pid chas viiny [Restaurant business during the war] Proceedings of the *Modern trends in the development of the hospitality industry" (October 6, 2022)*. Lviv.
5. Ukraina vtrachaє zaklady zahalnoho kharchuvannia [Ukraine is losing public catering establishments: website], available at: <https://www.gazeta.ru/business/2014/09/03/6202345.shtml>

Стаття надійшла до редакції  
30 листопада 2022 р.