

УДК 338.124.4

**Горпинич А.О., аспірант спеціальності 051 Економіка**

(Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро, Україна)

**ІМПАКТ-БІЗНЕС ЯК ІДЕОЛОГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ  
ЗАКЛАДІВ СФЕРИ HORECA**

Ресторанне господарство є особливою складовою сфери гостинності (сфера HORECA), що забезпечує задоволення життєвих потреб населення у послугах з організації харчування, відпочинку та дозвілля; надає значну кількість робочих місць, допомагаючи вирішувати соціальні проблеми. Заклади ресторанного типу користуються популярністю серед широких верств пересічних громадян, що вимагає постійного вдосконалення діяльності малих підприємств сфери HORECA. Під час війни росії проти України, вітчизняний бізнес зазнає величезних втрат – матеріальних, моральних, і головне – людських. Одним із найбільш постраждалих секторів економіки є індустрія гостинності, яка не встигла оговтатися від пандемічних наслідків, як отримала потужного удару по своїй діяльності з початком відкритої агресії росії. Але, не можна не погодитись, що сфера ресторанного бізнесу, як один із суттєвих напрямів розвитку та відбудови національної економіки повинна працювати та відновлюватися, навіть в умовах воєнного часу [1]. Загалом по Україні у 2022 р. закрилось близько семи тисяч різних закладів ресторанного господарства. Це суб'єкти господарювання, які не працювали під час окупації чи на самому початку вторгнення. На кінець травня 2022 року в Україні закрилися 37% закладів громадського харчування. Сектор втратив до 60% працівників, а прибутки скоротилися вполовину або й більше [2, 3].

Після двох складних місяців війни, частково українці повернулися у свої рідні міста, внутрішньо переміщені особи змінили свої місця проживання, що привело до суттєвої їх концентрації у великих містах, а відповідно, зріс попит – зросла і пропозиція, змінилися уподобання гостей у закладах гостинності. Вже у травні 2022 року, відкрилася більша частина від довоєнної кількості ресторанів та кафе [4]. А у 2023-му році ще більше ресторанів та кав'ярень відновили свою роботу. Ресторанний бізнес – це жива субстанція, тому якісь точні цифри відкритих/закритих ресторанів постійно змінюється [2]. Але загальна тенденція свідчить про стабілізацію сфери HORECA (досягнуто довоєнний рівень продажу послуг), а в західних регіонах країни відбувається зростання кількості закладів громадського харчування. Світовий та вітчизняний досвід, особливо в кризових умовах війни, свідчить, що в ресторанному бізнесі успішно працюють тільки ті малі підприємства, які вносять зміни в планування, організацію та менеджмент своєї діяльності, впроваджують продуктові та технолого-організаційні інновації, ведуть боротьбу за залучення нових і утримання постійних споживачів, оптимізують фінансово-економічну складову господарської діяльності, залучають інвестиції для подальшого розвитку, здійснюють соціалізацію бізнесу.

Серед головних причин, що гальмують в Україні розвиток малих підприємств ресторанного бізнесу виокремлюють такі: війна, яка визначає загальний економічний спад у країні, впливає на зниження попиту на ресторани послуги, погіршує показники фінансової стійкості та операційної діяльності суб'єкта господарювання; високий рівень фінансового ризику, що не сприяє залученню інвестицій; зменшення чисельності контингенту споживачів унаслідок змін у чисельності, структури населення країни, його платоспроможності; недостатній рівень інноваційності у напрямках господарської діяльності; відсутність практичного досвіду антикризового управління поточного та стратегічного рівня у власників та менеджерів малих підприємств, що призводить до

зменшення кількості фінансово спроможних підприємств, які вдаються до реалізації стратегії скорочення або ліквідації діяльності взагалі; високі ставки орендної плати за приміщення; зростання цін постачальників продуктів, затримки платежів і збільшення кредиторської заборгованості. Відповідно до дослідження за програмою USAID, у якому взяли участь 30 експертів-практиків зі сфери HORECA – 39% підприємців вважає, що відновлення ресторанних потужностей можливе не раніше, ніж за 1-2 роки після завершення війни, 64% респондентів продовжують поєднувати благодійну діяльність із комерційною [3].

І під час війни, і під час якісно нового відновлення сфери гостинності пропонується усвідомлювати об'єктивну необхідність і значущість досягнення як комерційних, так і соціально-екологічних завдань, тобто, генерування не тільки грошових потоків, а й розв'язання ресторанними закладами суспільних, соціальних та економічних проблем. На вирішення цих завдань безпосередньо спрямована діяльність імпаکت-бізнесу – нового підходу до ведення господарської діяльності, який переосмислює генерування максимально можливого прибутку як єдиної мети підприємництва, натомість, визначаючи не менш важливим досягнення суспільно значущого ефекту.

Імпаکت-бізнес за своєю сутністю базується на системі управління, яка концентрує комплексний характер впливу, притаманний функціонуючому бізнесу за критерієм потрібного результату. Їх можна окреслити як ключові стратегічні перспективи: економічна, екологічна, соціальна. Основні якісні параметри впливу можна виокремити такі: релевантність, масштабність, можливості вимірювання. Окрім того, управлінський вектор, з урахуванням імпактних принципів, має бути спрямований на забезпечення сталого розвитку, екологічної та соціальної безпеки, а також функціонування бізнесу з прогнозованою нормою прибутковості [5]. Отже, складні поточні виклики війни, велика невизначеність стану зовнішнього та внутрішнього середовища сфери гостинності при повоєнній відбудові економіки не стали на заваді адаптації, розвитку і в подальшому трансформації ресторанному бізнесу України. В майбутньому, крім чинників забезпечення таких розвитку та трансформації, наприклад ефективна інвестиційна діяльність, активна маркетингова та комунікаційна політика, обов'язковим напрямом удосконалення функціонування сфери HORECA є застосування інновацій, що базуються на ідеології імпакт-бізнесу.

#### Перелік посилань

1. Гузар У.Є, Левчук А.В. Аналіз діяльності закладів ресторанного бізнесу в Україні під час війни. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-9-12-01/2023-9-12-01>
2. Шмарова О. «Заклади зараз – єдине місце, куди українці можуть витратити гроші»: як розвивається ресторанний бізнес під час повномасштабної війни. URL: <https://nashkiev.ua/eat/zakladi-zaraz-edine-mistse-kudi-ukraintsi-mozhut-vitrachati-groshi-yak-rozvivaetsya-restorannii-biznes-pid-chas-povnomasshtabnoi-viini>
3. Як український ресторанний бізнес адаптується до викликів війни: дослідження. URL: <https://business.rayon.in.ua/news/547964-yak-ukrainskiy-restoranniy-biznes-adaptuetsya-do-viklikiv-viyni-doslidzhennya>
4. Апетит до життя: як війна змінює ресторанну індустрію. І де знайти межу між волонтерством і бізнесом. URL: <https://mind.ua/publications/20243413-apetit-do-zhittya-yak-vijna-zminyue-restorannu-industriyu>
5. Швиданенко Г., Швиданенко О. Імпакт-бізнес: реалії та перспективи розвитку в Україні. Економіка та суспільство. 2023. Випуск №53. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-50>