

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

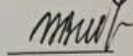
Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка
Кафедра готельно-ресторанної справи

«До захисту в ЕК»

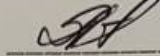
«До захисту допущено»

Декан факультету

Завідувач кафедри


(підпис)

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА
(ім'я і прізвище)


(підпис)

Лариса ШАРАН
(ім'я і прізвище)

«14» червня 2024 р.

«17» червня 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

(код та назва спеціальності)

освітньо професійної програми «Готельно - ресторанна справа»

на тему: «Удосконалення виїзного ресторанного обслуговування в спеціалізованому закладі ресторанного господарства»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ГС-4-7

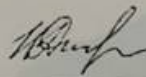
Таран Владислав Денисович

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)


(підпис)

Керівник

Ірина ДІТРИХ
(ім'я і прізвище)


(підпис)

Рецензент

Ірина СИЛКА
(ім'я і прізвище)


(підпис)

Я, як здобувач Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав і не одержував недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач


(підпис)

Київ – 2024 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф.

Доценка

Кафедра готельно-ресторанної справи

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»


(шифр і назва)

Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ГРС

 Лариса ШАРАН

“ 08 ” травня 2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Тарана Владислава Денисовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Удосконалення виїзного ресторанный обслуговування в спеціалізованому закладі ресторанный господарства»

керівник роботи Дітріх Ірина Вікторівна,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затвержені наказом вищого навчального закладу від “08” травня 2024 року
№ 339-КС

2. Термін подання здобувачем роботи 6 червня 2024 року

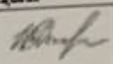
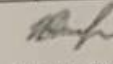
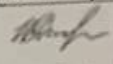
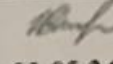
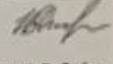
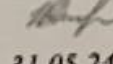
3. Вихідні дані до роботи «Удосконалення виїзного ресторанный обслуговування в спеціалізованому закладі ресторанный господарства», «Фігаро-кейтеринг», м.Київ

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ; Розділ 1 Стан та перспективи розвитку підприємств ресторанный галузі м. Київ; Розділ 2 Аналіз організації виїзного ресторанный обслуговування «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»; Розділ 3 Напрямки удосконалення виїзного ресторанный обслуговування в спеціалізованому закладі ресторанный господарства «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»; Висновки та пропозиції; Список використаної літератури та інтернет-ресурсів;

Додатки

5. Перелік графічного матеріалу _____

6. Консультанти розділів роботи

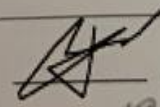
Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Дітріх І.В., доцент	 08.05.24 р.	 14.05.24 р.
Розділ 2	Дітріх І.В., доцент	 15.05.24 р.	 22.05.24 р.
Розділ 3	Дітріх І.В., доцент	 23.05.24 р.	 31.05.24 р.

7. Дата видачі завдання 8 травня 2024 року

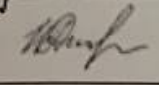
КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	ВСТУП РОЗДІЛ 1 СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ М. КИЇВ	08.05-14.05.2024р.	Виконано
2	РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИЇЗНОГО РЕСТОРАННОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»	15.05.2024-22.05.2024р.	Виконано
3	РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИЇЗНОГО РЕСТОРАННОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В СПЕЦІАЛІЗОВАНОМУ ЗАКЛАДІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»	23.05-31.05.2024р.	Виконано
4	ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ. ДОДАТКИ	01.06-03.06.2024р.	Виконано
5	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	06.06.2024р.	Виконано

Здобувач

 Владислав ТАРАН

Керівник роботи

 Ірина ДІТРИХ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Здобувача: Тарана Владислава Денисовича

факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
імені проф. В.Ф. Доценка

денна форма здобуття освіти, спеціальність 241 «Готельно-ресторанна
справа», освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

Тема роботи: *«Удосконалення виїзного ресторанного обслуговування в спеціалізованому закладі ресторанного господарства»*

Керівник роботи: Дітріх Ірина Вікторівна, к.х.н., доцент

Дата захисту “.....” червня 2024 р.

Робота захищена з оцінкою _____

АНОТАЦІЯ

Робота присвячена визначенню теоретичних засад та розробці практичних рекомендацій вдосконалення виїзного ресторанного обслуговування в спеціалізованому закладі ресторанного господарства. Визначено проблеми та виклики надання кейтерингових послуг в умовах воєнного стану. Окреслено процес управління організації виїзного ресторанного обслуговування. Проведено аналіз особливостей здійснення виїзного ресторанного обслуговування «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ». Визначено ефективність запропонованих заходів для підприємства гостинності. Запропоновано напрямки удосконалення роботи закладу ресторанного господарства на основі сучасних тенденцій розвитку сфери виїзного ресторанного обслуговування. Визначено напрями розширення спектру послуг та меню для організації виїзного ресторанного обслуговування «Фігаро-кейтеринг». Обґрунтовано можливості застосування сучасних методів оцінювання якості обслуговування виїзних заходів.

Ключові слова: виїзне ресторанне обслуговування, кейтеринг, ресторанне господарство, інноваційні кейтерингові послуги, ефективність.

ABSTRACT

The work is devoted to defining the theoretical foundations and developing practical recommendations for improving catering services in a specialized restaurant business. The problems and challenges of providing catering services under martial law are identified. The process of managing the organization of catering services is outlined. An analysis of the features of the implementation of the catering service “FIGARO-Catering” is carried out. The efficiency of the proposed measures for the hospitality enterprise is determined. Directions for improving the work of the restaurant business establishment on the basis of current trends in the development of the field of catering services are proposed. Directions for expanding the range of services and menus for the organization of catering services “Figaro-catering” are determined. The possibilities of applying modern methods of assessing the quality of service of off-site events are substantiated.

Keywords: catering, catering, restaurant business, innovative catering services, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	
РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ М. КИЇВ	10
1.1. Особливості надання кейтерингових послуг	10
1.2. Аналіз ринку кейтерингових послуг м. Києва	14
1.3. Основні фактори розвитку ресторанної сфери	18
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИЇЗНОГО РЕСТОРАННОГО	
ОБСЛУГОВУВАННЯ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»	23
2.1. Загальна характеристика діяльності підприємства	23
2.1.1. Аналіз сервісно-виробничого процесу	25
2.1.2. Характеристика послуг	28
2.2. Аналіз організації виїзного ресторанного обслуговування	34
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИЇЗНОГО РЕСТОРАННОГО	
ОБСЛУГОВУВАННЯ В СПЕЦІАЛІЗОВАНОМУ ЗАКЛАДІ	
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»	42
3.1. Удосконалення роботи закладу ресторанного господарства на основі сучасних тенденцій розвитку сфери виїзного ресторанного обслуговування	42
3.2. Напрями розширення спектру послуг та меню для організації виїзного ресторанного обслуговування «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»	45
3.3. Можливості застосування сучасних методів оцінювання якості обслуговування виїзних заходів «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»	46
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ	57
ДОДАТКИ	61

ВСТУП

Актуальність теми. Останнім часом в розвитку ресторанної галузі України намітилась чітка тенденція динамічного розвитку кейтерингу – нового напрямку ресторанного бізнесу. Кейтеринг передбачає не тільки доставку і приготування їжі, але також обслуговування гостей, сервіровку столу, оформлення залу і багато інших послуг. Поява нових гравців та посилення конкуренції на ринку великого і дрібного кейтерингу зумовлюють актуальність пошуку ефективних заходів маркетингової діяльності [38].

За кейтерингом більшість рестораторів визнають велике майбутнє. Вже зараз у світовій комп'ютерній мережі Інтернет є понад 150 тис. сайтів підприємств індустрії харчування, які займаються цим видом обслуговування клієнтів. Але в Україні у зв'язку з відносною новизною цієї послуги ринок пропозицій зайнятий на сьогодні не так щільно, як у Заході. Водночас останніми роками спостерігається збільшення попиту на виїзне обслуговування. Адже коло можливостей кейтерингу досить широке: саме за допомогою ресторану виїзного обслуговування можна організувати як грандіозний офіційний прийом для VIP-персон, так і невелику приватну вечірку, барбекю на природі чи дитяче свято. Звідси випливає необхідність більш пильного вивчення світового досвіду та накопичення власного з боку підприємств громадського харчування, які передбачають зайняти міцне місце у цьому секторі.

Окремі питання організації надання кейтерингових послуг та їх розвиток як особливої форми ресторанного обслуговування досліджувались зарубіжними та вітчизняними науковцями, зокрема Л.Гірняк та В. Глагола [7], В.Архиповим [3; 4], О. Радіоною [29], А. Усіною та І.Сегедою [40], І.Смирновим [32], Н. П'ятницькою [19; 20], Н. Прилепою та О. Миколоком [26], О.Пахомською [21] та багатьма іншими. При цьому варто відзначити недостатність уваги саме до технологічних особливостей кейтерингу в організації виїзного ресторанного обслуговування. З огляду на це, а також на

впровадження нових послуг в ресторанному обслуговуванні особливу увагу варто зосередити на проблематиці пошуку напрямків удосконалення роботи закладу ресторанного господарства на основі сучасних тенденцій розвитку сфери виїзного ресторанного обслуговування.

Об'єктом дослідження є особливості реклами кейтерингової компанії «ФІГАРО-кейтеринг» та напрямки її удосконалення

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та практичні аспекти організації виїзного ресторанного обслуговування в спеціалізованому закладі ресторанного господарства.

Метою роботи є дослідження особливостей організації виїзного ресторанного обслуговування в спеціалізованому закладі ресторанного господарства та розробка пропозицій щодо його удосконалення.

Виходячи з поставленої мети в роботі вирішуються наступні **завдання**:

- дослідити особливості надання кейтерингових послуг;
- проаналізувати ринок кейтерингових послуг м. Києва;
- визначити основні фактори розвитку ресторанної сфери;
- навести загальну характеристику діяльності підприємства;
- провести аналіз організації виїзного ресторанного обслуговування;
- запропонувати напрямки удосконалення роботи закладу ресторанного господарства на основі сучасних тенденцій розвитку сфери виїзного ресторанного обслуговування;
- визначити напрями розширення спектру послуг та меню для організації виїзного ресторанного обслуговування «Фігаро-кейтеринг»;
- обґрунтувати можливості застосування сучасних методів оцінювання якості обслуговування виїзних заходів «Фігаро-кейтеринг».

Методи дослідження: індукції і дедукції – щодо узагальнення основних результатів дослідження особливостей організації виїзного ресторанного обслуговування в спеціалізованому закладі ресторанного господарства та формулювання висновків; причинно-наслідкових зв'язків – під час

дослідження впливу особливостей сервісно-виробничої діяльності на результативність діяльності ресторанного господарства, моделювання і порівняння – під час аналізу основних технологій та розробки заходів удосконалення; комплексного аналізу – для удосконалення підходів щодо організації виїзного ресторанного обслуговування в спеціалізованому закладі ресторанного господарства. Інформаційну базу дослідження становлять: монографії та аналітичні статті вітчизняних і зарубіжних авторів; інформаційні матеріали, опубліковані в періодичних виданнях; а також новітня інформація, отримана з офіційних сайтів мережі INTERNET.

РОЗДІЛ 1

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ М. КИЇВ

1.1. Особливості надання кейтерингових послуг

Ресторанний бізнес в Україні є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. У всьому цивілізованому світі ресторанний бізнес є одним із найбільш поширених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Усі заклади та підприємства повинні мати високий рівень конкурентоспроможності.

Заклад ресторанного господарства – організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, що здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє та (або) доготовляє, продає та організовує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів [5]. Сучасний ресторанний бізнес пропонує споживачам широку номенклатуру послуг ресторанного господарства.

Слово «кейтеринг» походить від англійського дієслова «cater», що в перекладі означає «поставляти провізію», «обслуговувати споживачів», та словосполучень «publice catering» – ресторанне господарство, а також «catering trade» - ресторанний бізнес [23].

Виїзне ресторанне обслуговування для проведення фуршетів, банкетів, корпоративних заходів, неофіційних ділових зустрічей, VIP-вечірок, весільних урочистостей та інших свят завойовує все більшу популярність. Організація кейтерингу – процес складний і багатогранний, що включає в себе загальну концепцію майбутнього заходу [27].

Дослідження показали, що трактування кейтерингу як одного із пріоритетних напрямів у розвитку ресторанного бізнесу, стало

розповсюдженим. Так, І. Смирнов дає таке формулювання: кейтеринг – це мобільне надання послуг, організація виїзних банкетів, оперативна доставка потрібного інвентарю для проведення заходу [34].

Сучасне формулювання сутності кейтерингу пропонує Н. П'ятницька: суть кейтерингового обслуговування полягає в тому, що ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) забезпечує замовнику приготування і доставку готової продукції ресторанного господарства в зазначене місце (додому, в офіс, на робоче місце, у місце відпочинку тощо), а також ресторанне обслуговування святкового заходу з наданням різних сервісних послуг [21].

Гірняк Л. та Глагола В. вважають, що кейтеринг – це виїзне ресторанне обслуговування, яке включає в себе вміння не тільки смачно приготувати, красиво оформити, але й ефектно подати страви та напої в будь-який час і в будь-якому місці, яке вкаже клієнт [7].

Нормативно – законодавча база України у сфері ресторанного обслуговування, в т.ч. виїзного не містить визначення поняття «кейтеринг» або «виїзний банкет». В основному документі, що регулює здійснення діяльності у ресторанному бізнесі, Правилах № 219 [28] йдеться лише про обслуговування клієнтів безпосередньо у закладі ресторанного господарства.

Підсумовуючи вище викладене, можна узагальнити поняття кейтерингу (on-premise catering) як одного з видів виїзного обслуговування, що має багато спільного з традиційним ресторанним обслуговуванням. При цьому відмітною особливістю є те, що крім організації столу, клієнтові пропонується відповідним чином обладнане приміщення, яке може бути використане для проведення різних заходів. Зазвичай зали розраховані на прийом від двохсот до декількох тисяч осіб. Приміщення для такого виду кейтерингу називаються банкетними залами, а одна з його переваг – усе необхідне обладнання розміщено в будівлі, де проходять прийоми. Інша перевага - наявність приміщень для зберігання напоїв, посуду і столових приладів, скатертин та елементів оформлення [26].

Класифікація видів кейтерингу, надана на рис. 1.1.

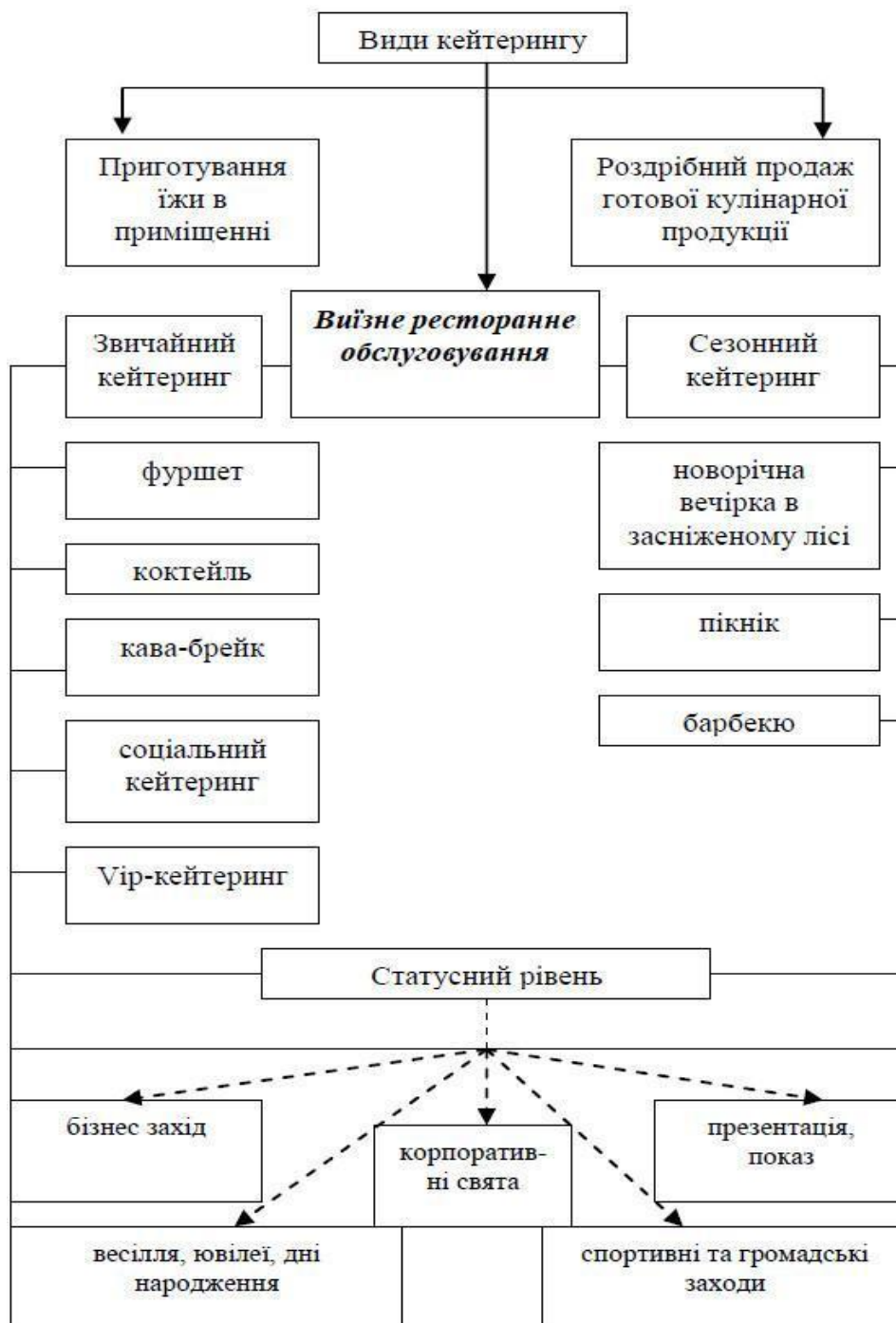


Рис. 1.1 – Різновиди кейтерингових послуг

Джерело: [26]

В Європі кейтеринг випереджає навіть широко поширені фаст-фуди, на частку яких припадає 31% від обсягу ринку послуг «харчування поза домом», частка ресторанів становить лише 9%. З погляду відкриття нового бізнесу ринок кейтерингу привабливий, насамперед, відносно невеликим обсягом

стартових інвестицій: щоб відкрити невелику їдальню в офісному центрі або на підприємстві, досить 100 тис. дол. США. [9]

Організація доставки готових обідів вимагає ще менших первинних інвестицій. Через виражену конкуренцію в останні роки спостерігається тенденція до зниження рентабельності кейтерингових підприємств.

На українському ринку кейтерингу виділяються два пріоритетних сегменти:

- Виїзне ресторанне обслуговування (у тому числі проведення банкетів і фуршетів);
- Стаціонарне обслуговування – забезпечення щоденного харчування співробітників товариств і підприємств [10].

Найбільш прибутковим є формат виїзного ресторану: тут рентабельність сягає 28...30%.

Оператори ринку кейтерингових послуг, найпопулярнішими з яких є «Confetti events&catering», «Гетьман фуршет», «Знак якості», «Фігаро кейтерінг», «Best EVENT Catering», «Оріон-кейтерінг», «LF Catering», «Magic fountain» та багато інших, докладають зусиль для залучення клієнтів. Зокрема, реагуючи на тенденцію прагнення все більшого числа людей до здорового харчування, дотримання різних постів, особлива увага приділяється складу компонентів у кожній страві пропонованого клієнтам меню щодо кількості калорій, вмісту лактози, цукру і навіть солі [39].

Аналізуючи види кейтерингу, які визначені та подані нами на рисунку слід відмітити, що виділений нами сезонний кейтеринг у складі виїзного ресторанного обслуговування має вагоме значення для сегмента організації виїзних заходів (банкетів, фуршетів тощо) [37].

Протягом року попит на формати заходів, що проводяться кейтеринговими компаніями, істотно змінюється: у січні та лютому найбільш популярні вечері та приватні заходи; з лютого по липень зростає затребуваність корпоративних заходів, презентацій та коктейлів; літо – час так званих garden party та урочистих вечерь для весіль; з вересня по жовтень

найбільш популярні заходи формату «тім-білд». Гарячий сезон для кейтерингових компаній настає в період новорічних свят, а пік попиту припадає на другу половину грудня [38].

Отже, можна зробити висновок, що конкуренція на ринку кейтерингових послуг розгортається не в сфері виробництва, а в області доставки інформації споживачам. Але для вибору найефективнішого каналу просування своїх послуг кейтеринговим фірмам слід враховувати наступні моменти:

- 1) фінансові можливості щодо вибору тих або інших засобів комунікації;
- 2) відповідність типу закладу та можливість гармонійного поєднання обраних інструментів комунікації;
- 3) оцінка ефективності та результативності обраного каналу просування послуг [22].

Проте вирішувати окреслені проблеми просування послуг кейтеринговим компаніям доводиться в умовах недостатньої наукової бази на нестачі практичного досвіду, що обумовлює актуальність подальшого дослідження напрямків маркетингової діяльності в сучасних умовах.

1.2. Аналіз ринку кейтерингових послуг м. Києва

В перший воєнний 2022 рік сфера гостинності зазнала суттєвих втрат і скоротилася більше ніж на 65%-70% у грошовому доларовому еквіваленті та біля на 55%-60% в кількості працюючих закладів. З другої половини 2022 року, а певніше з вересня-жовтня, ситуація почала стабілізуватися та у декотрих регіонах України, відображує позитивну динаміку, майже у двічі кращу ніж у попередній період року.

Аналогічна ситуація, «відносної стабілізації» спостерігається і протягом 2023 року, а Київ, Львів, Західна та Центральна Україна мають позитивну динаміку надходжень та зростання ринку у кількості «балансу» відкритих та зачинених закладів.

Оціночна кількість діючих ресторанних закладів в Україні, на грудень 2023 року, приблизно складає біля 21,5-23 тисяч, з яких від 10% до 15% в залежності від регіону країни, почали працювати протягом цього року. В Києві динаміка кількості ресторанних закладів відповідає тенденціями загалом по Україні (рис. 1.2)



Рис. 1.2 – Динаміка кількості ресторанних закладів в м. Києві

Джерело: побудовано автором за даними [7]

Так, період ковідної епідемії кількість закладів знизилась на 17,8%. Після відновлення у 2021 р. ріст склав +20,4%. Проте початок бойових дій в Україні у 2022 р. став причиною закриття 27,2% закладів. Станом на 2023 р. ринок поступово відновився, показавши зростання на 20,4%.

Активне зростання та нові відкриття відбувались у Києві, де протягом року для своїх гостей почали працювати трохи більше 300 нових закладів. Також достатньо висока динаміка нових проектів у Львові з біля 100 новими проектами у місті. Також, протягом 2023 року, нові проекти достатньо активно відкривали в Одесі – більш ніж 35 закладів, в Черкасах – 24 заклади, в Івано-Франківську та Вінниці – більше 10 проектів в кожному місті, в Дніпро та Харкові – більше 25 кафе та ресторанів у кожному з міст, а також, Запоріжжя, Чернівці, Суми, Тернопіль, Полтава, Ужгород, Кропивницький, Кременчук, Чернігів, Луцьк, Житомир та інші українські міста, де були відкриті від 5 нових ресторанних закладів. Тенденція «закриття» закладів складає, у

середньому, приблизно третину від нових проектів, що на цей час, і забезпечує позитивну динаміку зростання.

Щодо форматів нових проектів – це достатньо великий спектр гастрономічних напрямків та концептів, але послідовним трендом крайніх років залишається «зрозуміла» смачна їжа та демократичний формат закладів (рис. 1.3).

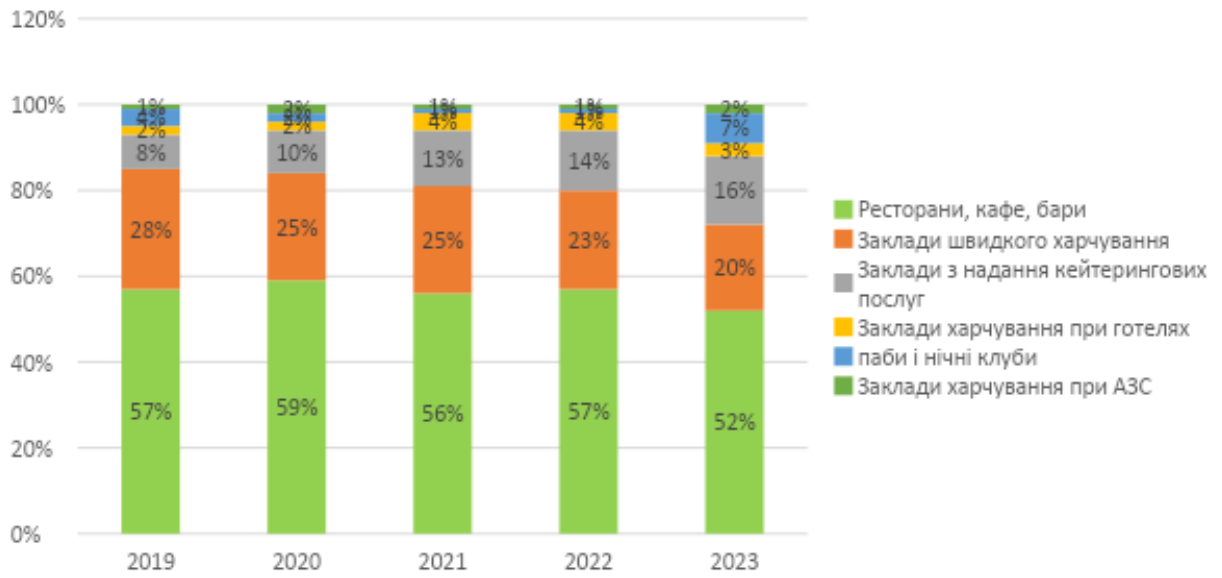


Рис. 1.3 – Структура ринку ресторанних послуг м. Києва

Джерело: побудовано автором за даними [7]

Як видно з рис. 1.3, в структурі ринку ресторанних послуг м. Києва протягом останніх п'яти років поступово зростає частка кейтерингових послуг (з 38% у 2019 р. до 16% у 2023 р.)

Лідерами українського ринку кейтерингу в даний час є «Confetti events&catering», «Гетьман фуршет», «Знак якості», «Фігарокейтерінг», «Best EVENT Catering», «Оріон-кейтерінг», «LF Catering», «Magic fountain». Також серед лідерів слід зазначити кейтерингові компанії: «Еврокейтерінг», «Диліжанс», «Джем кейтеринг», «VIP кейтеринг».

Київський ринок кейтерингу станом на кінець 2023 р. поділений таким чином (рис. 1.4).

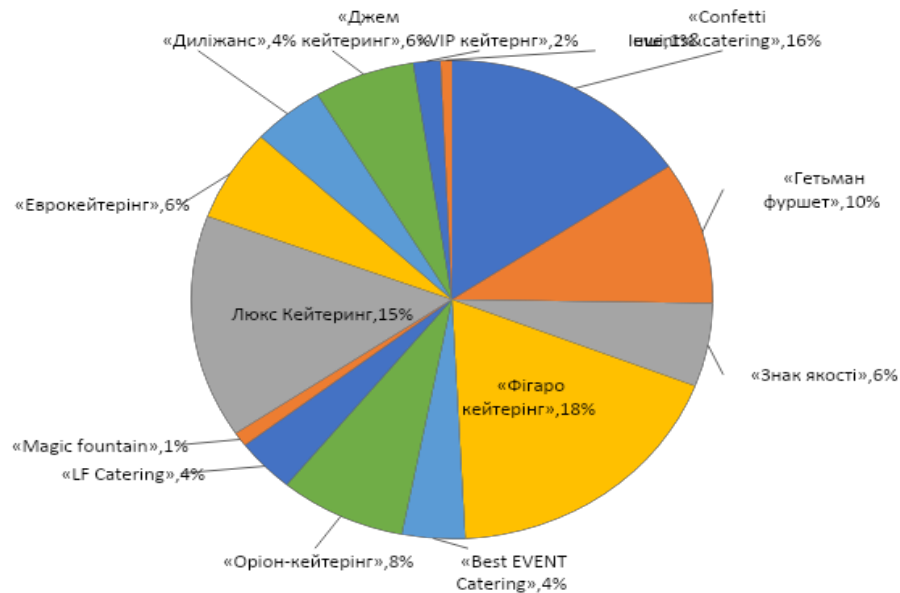


Рис. 1.4 – Частка ринку кейтерингових компаній станом на кінець 2023 р.

Джерело: побудовано автором за даними [39]

Ситуація на ринку є дуже сприйнятливою, адже наявний попит, великий потенціал щодо збільшення реалізації продукції, висока якість та помірна ціна розкривають додаткові можливості пошуку споживачів на ринку.

Все більша кількість споживачів обирають послуги кейтерингу при організації як стаціонарного, так і виїзного обслуговування, при цьому клієнти, в першу чергу, звертають увагу на досвід і рівень організації попередніх заходів. У системі послуг, що надає кейтеринг, важливими є усі три складові: сервіс, продукт і логістика. Саме поєднання цих трьох складових дозволяє кейтеринговим компаніям впевнено збільшувати кількість проведених заходів та залучати нових клієнтів.

Найбільш гостро на ринку вітчизняних кейтерингових послуг виражені проблеми пов'язані з: недостатньо високими темпами зростання бізнесу; якістю послуг, що надаються; недоброросовісною конкуренцією; відсутністю кваліфікованого персоналу; неправильною структурною організацією компаній. Проте ринок кейтерингових послуг України продовжує розвиватися, з певних позицій він може бути розглянутий як ефективний.

Серед основних тенденцій його подальшого розвитку можна виділити зростання кількості спеціалізованих закладів; розвиток нових кейтерингових форматів організації харчування, як, наприклад, екокейтерингу; підвищення мобільності кейтерингових послуг.

1.3. Основні фактори розвитку ресторанної сфери

Незважаючи на усі складності та загальну напруженість, сфера гостинності продовжує працювати та розвиватися. Звичайно, ситуація більш позитивна та динамічна в «спокійних» регіонах України – Львів, Західна та Центральна Україна, і звичайно Київ, є головними локаціями подальшого розвитку ресторанного ринку.

Перерозподіл не тільки людських ресурсів з окупованих або «гарячих» регіонів країни й відповідних фінансових активів, став однією з значних передумов активного розвитку та відкриття нових проектів.

Ресторанний бізнес – один із тих сегментів, який одним із перших відчув на собі вплив негативних економічних факторів, що спричинених широкомасштабним вторгненням РФ в Україну та початком бойових дій у 2022 році. Також небезпеку для цього виду бізнесу становить неконтрольоване та суттєве зростання курсу валют, адже ціла низка процесів «зав'язана» на валютній складовій – імпорتنі продукти харчування, алкоголь та напої, орендна плата, для деяких закладів – франшизні відрахування, ін.

Другий і не менш важливий фактор для ресторанного бізнесу – падіння купівельної спроможності населення, що тягне за собою зниження відвідуваності та, якщо у керуючою командою не буде знайдено відповідного рішення, закриття багатьох закладів харчування. Зокрема, у 2022 році у столиці закрилося понад 200 закладів громадського харчування, при цьому на 2023 рік припадає 85 таких закриттів [36].

На думку аналітиків, насамперед були змушені закритися ті заклади, які вже мали проблеми на момент настання кризи. На противагу цьому, найбільш стійкими були мережеві проекти, які мають можливість компенсувати збитки

менш успішних ресторанів. Таким чином, на думку експертів, криза призвела до «професійного чищення» ресторанного сегменту Києва, і сьогодні грамотно і правильно побудований бізнес має добрі шанси зайняти лідируючі позиції на ринку.

По-друге, суттєво постраждали оператори, які працюють за схемою франчайзингу. Внаслідок прив'язки оплати роялті до іноземної валюти та суворих вимог до меню з великою імпортною складовою з боку франчайзерів, низка компаній послабила позиції на ринку або згорнула діяльність. Це дозволяє вітчизняним рестораторам, яким раніше було вкрай складно конкурувати з міжнародними мережами, зайняти стійке становище на ринку[37].

Незважаючи на складнощі, гравці ресторанного ринку Києва зазначають, що результати 2023 року були позитивнішими порівняно з 2022. Минулий рік продемонстрував відносну стабілізацію ситуації у сегменті. По-перше, до ресторанів повернулися постійні відвідувачі. Після відтоку майже третини гостей 2022 року, 2023 року спостерігалася зворотна тенденція збільшення відвідуваності на 30%.

По-друге, незважаючи на зменшення кількості ресторанів, столичний обсяг ринку громадського харчування торік зріс на 20% і досяг показника 4,2 мільярда гривень. Втім, збільшення виручки закладів громадського харчування в національній валюті складно назвати позитивним показником, адже у доларовому еквіваленті ринок значно просів. Зростання доходів ресторанів не говорить про збільшення маржинальності, а лише є наслідком інфляції (страви та напої в ресторанах за рік у середньому подорожчали на 30%, через це середній чек зріс на 15-20%).

Більш сильним гравцям ресторанного ринку вдалося адаптуватися до нових реалій та внести необхідні зміни до бізнес-діяльності. В результаті, таким компаніям вдалося як мінімум зберегти позиції на ринку. Втім, навіть ті компанії, які були змушені закрити низку ресторанів, відзначають позитивну динаміку наприкінці 2023 року. Наприклад, незважаючи на те, що компанія

«Сушія» минулого року закрила три київські ресторани, загалом оператор вважає минулий рік досить успішним за рахунок відкриття нових об'єктів у Києві та Львові.

Найбільше наслідки різкого стрибка курсу валют відчули ресторани, орієнтовані використання у стравах імпортованих компонентів. Як результат, багато ресторанів оперативного вносили зміни у цінову та асортиментну політику, переглядали структуру закупівель, оптимізували меню та витрати, ін. Найбільш складно довелося ресторанам, які працюють за міжнародними стандартами. Жорсткі умови до формату та меню франчайзі міжнародних брендів накладають свій відбиток. Наразі складно розвиватися ресторанам, пов'язаним умовами франшизи. Найчастіше від них вимагають не лише використання імпортованих продуктів, а й збереження стандартів дизайну, меблювання, які також купуються за грошові кошти. Це призводить до зниження популярності західних франшиз [42].

З метою контролювати зростання цін у меню, пов'язаному із присутністю в ньому імпортованих інгредієнтів, ресторатори почали шукати заміну таким складовим на вітчизняному ринку. Проте, локальний фермерський продукт, який переходять деякі ресторани, має кілька мінусів. Найчастіше це нестабільні поставки, відсутність відповідних документів, якість та вартість. Насправді розкручені локальні торгові марки пропонують досить якісні продукти, але за вартістю вони іноді можна порівняти з імпортованими аналогами.

Ще одним вагомим ризиком для рестораторів є орендні платежі. Минулого року відбулося коригування вартості оренди. У той же час лише половина власників приміщень пішли на поступки ресторанам. Ті, хто залишив непосильні ставки оренди, втратили орендарів.

Ринок кейтерингу в Україні має значний потенціал для розвитку. З точки зору відкриття нового бізнесу ринок кейтерингу привабливий, насамперед, відносно невеликим обсягом стартових інвестицій: щоб відкрити невелику

їдальню в офісному центрі чи на підприємстві, досить 100 тис. дол. США. Термін окупності вкладень становить 1...1,5 року, іноді й менше [31].

Організація доставки готових обідів вимагає ще менших первинних інвестицій. Як відзначають експерти, деякі оператори кейтерингу взагалі починають з приготування обідів у власних квартирах. Незважаючи на привабливість працювати на ринку кейтерингу в Україні сьогодні складно через виражену конкуренцію. В останні роки спостерігається тенденція до зниження рентабельності кейтерингових підприємств.

Крім фактора конкуренції діяльність спеціалізованих кейтерингових компаній ускладнює активний розвиток кейтерингового напрямку ресторанами традиційного обслуговування.

З метою забезпечення власного виживання на ринку нові фірми вдаються до демпінгу і нерідко самі стають жертвами своєї цінової політики, оскільки кейтеринговий бізнес вигідний при рентабельності в 10...15%.

Важливим для успішної діяльності кейтерингових компаній є підтримання гнучкості та мобільності. Так, провідні гравці ринку здатні і готові проводити як заходи на тисячі осіб, так і невеликі сімейні вечірки (навіть банкет для двох осіб) [31].

Безумовною перевагою кейтерингу є відсутність ряду витрат, які є невід'ємними для роботи стаціонарного ресторану. Без урахування оренди залу ціни кейтерингових компаній приблизно на 30% нижче, ніж у звичайного ресторану. Обмеження кейтерингу пов'язано із загальним меню, яке готується для всіх запрошених на захід, тоді як у традиційному ресторані кожен може зробити індивідуальне замовлення [24].

Попит на кейтерингові послуги характеризується сезонністю. Переважно фактор сезонності значущий для сегмента організації виїзних заходів (банкетів, фуршетів та ін.). Протягом року попит на формати заходів, що проводяться кейтеринговими компаніями, істотно змінюється: у січні та лютому найбільш популярні вечірки та приватні заходи; з лютого до липня зростає затребуваність корпоративних заходів, презентацій та коктейлів; літо

– час так званих garden party та урочистих вечерь для весіль; з вересня по жовтень найбільш популярні заходи формату «тім-білдінг». Гарячий сезон для кейтерингових компаній настає у період новорічних свят, а пік попиту припадає на другу половину грудня [11].

У таблиці 1.1 наведено SWOT-аналіз ринку виїзного ресторанного обслуговування.

Таблиця 1.1 – SWOT-аналіз ринку виїзного ресторанного обслуговування

Сильні сторони (Strength)	Слабкі сторони (Weakness)
1.Позитивний імідж гравців ринку у населення, високий рейтинг. 2.Високий професійний рівень співробітників. 3. Високий рівень якості продукції та послуг 4.Розвинута матеріально-технічна база 5. Індивідуальні підхід до клієнтів	1.Зростання орендної плати 2.Вплив сезонності 3 Залежність від зарубіжних постачальників 4. Відсутність чіткої стратегії розвитку
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
1.Розвиток новітніх технологій ресторанної індустрії. 2. Наявність зростаючого попиту 3. Широкі можливості просування через мережу інтернет 4.Розвиток ринку	1. Високі вимоги щодо якості і безпечності продукції та послуг 2.Падіння купівельної спроможності населення 3. Ризики франчайзингу. Внаслідок прив'язки оплати роялті до іноземної валюти та суворих вимог до меню з великою імпортовою складовою з боку франчайзерів, низка компаній послабила позиції на ринку або згорнула діяльність 4. Високий рівень конкуренції

Таким чином, можна зробити наступні висновки: з розвитком новітніх технологій в індустрії гостинності кейтерингове обслуговування поступово набуває масштабності в організації та проведенні святкових заходів, бенкетів, під час яких приготування страв та обслуговування поєднуються з послугами інших сфер обслуговування (прокат весільного одягу та аксесуарів, автомобілів, організація розважальних та концертних програм, стилізований дизайн приміщень та оформлення столів тощо).

Урахування особливостей кейтерингу під час співробітництва між кейтеринговою компанією і керівництвом підприємства – це правильний і, що важливо, фінансово вигідний крок на шляху до розвитку обох сторін.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИЌЗНОГО РЕСТОРАННОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»

2.1. Загальна характеристика діяльності підприємства

Підприємство ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ», код ЄДРПОУ 33061505, було зареєстровано 12.08.2004. Розмір статутного капіталу організації складає 20 500,00 грн.. Засновником та керівником компанії є Котолуп Олександр Іванович.

Підприємство ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» зареєстроване за юридичною адресою Україна, м. Київ, вул. Зодчих, буд. 32-Б, офіс 96 [34].

Організаційно-правова форма підприємства ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» - ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ. Основний вид діяльності (КВЕД) – 56.21 Постачання готових страв для подій.

Таблиця 2.1 – Види діяльності ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»

КВЕД	Вид діяльності
<i>Основний:</i>	
56.21	Постачання готових страв для подій
<i>Інші:</i>	
78.20	Діяльність агентств тимчасового працевлаштування
78.30	Інша діяльність із забезпечення трудовими ресурсами
82.30	Організування конгресів і торговельних виставок
56.10	Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування

Джерело: побудовано автором на основі [34]

Місія ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ – сформувати культуру подієвого кейтерінгу в Україні, надаючи можливість кожній компанії нашої країни і її ключовим співробітникам якісно поліпшити організацію, проведення та гостинність визначних подій у своєму житті [19].

Схематично організаційна структура ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» наведена на рис. 2.1.



Рис. 2.1 – Організаційна структура ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Відповідно до цього штатного розпису передбачений такий функціональний розподіл обов'язків серед персоналу.

1. Директор відповідальний за загальну схему організації роботи «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ», дотримання персоналом трудової та технологічної дисципліни, техніки безпеки. Веде фінансовий і управлінський облік діяльності підприємства. Активно взаємодіє з постачальниками овочів, фруктів, харчових інгредієнтів, витратних матеріалів, іншими контрагентами, державними і муніципальними наглядовими органами. Також керуючий безпосередньо працює з рекламним бюджетом, організовує поширення реклами. Керуючий повинен мати досвід роботи на керівних посадах в сфері ресторанного харчування та обслуговування.

2. Шеф-кухар технолог відповідальний за виробничу і технологічну частину роботи ресторану. Він забезпечує дотримання технічних і санітарних норм виробництва страв, підготовки продуктів, їх правильного зберігання, дотримання термінів придатності, порядок утилізації харчових відходів. На шеф-кухаря технологу лежить відповідальність за справну роботу обладнання. Він зобов'язаний своєчасно звертатися до керуючого для підтримки відповідного рівня роботи всього харчового обладнання, що використовується в кафе.

3. Повар – виконує безпосередньо завдання, пов'язані приготуванням страв відповідно до асортименту ресторану і щоденним меню. Безпосередньо підпорядковується шеф-кухарю технологу.

4. Адміністратори працюють в клієнтській зоні, приймають замовлення клієнтів, організовують надання кейтерингових послуг, здійснюють розрахунок клієнтів. В підпорядкуванні адміністраторів перебувають офіціанти, бармени, декоратори.

5. Водій експедитор виконує всі вказівки керівника. Він відповідальний за своєчасну і безпечну доставку меблів, посуду, декору, продуктів, готових страв, а також постачання ресторану усіма необхідними витратними матеріалами.

6. Кухонні робітники виконують роботу, пов'язану з підтриманням санітарних норм приміщень ресторану, допомагають здійснювати завантаження і вивантаження, допомагає кухарям при обробці продуктів [19].

2.1.1. Аналіз сервісно-виробничого процесу

Схема технологічного процесу ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» представлена в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Схема технологічного процесу ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»

Операції і їх режими	Виробничі, торговельні та допоміжні приміщення	Обладнання, що застосовується
Прийом продуктів 8.00-15.00	Завантажувальна	Ваги товарні, візки
Зберігання продуктів (відповідно до санітарних вимогами)	Складські приміщення	Стелажі, подтоварники, контейнери, холодильні камери (шафи)
Підготовка продуктів до теплової обробки 9.00-18.00	Цех приготування напівфабрикатів	Столи, ванни, холодильні шафи, механічне обладнання та ін.
Приготування продукції 9.30-21.30	Відкриті цехи для остаточного приготування	Теплове, механічне, допоміжне обладнання
Реалізація продукції 10.00-21.30	Роздавальна	Роздаточне обладнання,
Організація споживання продукції 10.00-22.00	зал	Меблі

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

При проектуванні приміщень необхідно враховувати те, що різні продукти зберігаються при різній температурі. До того ж, не всі продукти можна зберігати разом, так, наприклад овочі необхідно зберігати окремо від молочних продуктів і т.п. Тому, запланувавши окремі камери, наприклад, камеру для молочно-жирової продукції, або комору для сухих і сипучих продуктів, необхідно так само розрахувати достатню площу для їх зберігання.

Таблиця 2.3 – Зведена таблиця всіх приміщень ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»

Найменування функціональної групи приміщень	Площа, м ²
Виробничі приміщення	
Гарячий цех	36,60
Холодний цех	27,680
Овочевий цех	7,450
Мийна столового посуду	14,370
Мийна кухонного посуду	7,110
Цех обробки яйця	6,130
Мийна і комора напівфабрикатної тари	8,960
Сервізна	8,250
Приміщення зав. виробництвом	7,20
Охолоджувальна камера зберігання молочно-жирових продуктів, гастрономії та напоїв КХС-14	10,960
Охолоджувальна камера зберігання фруктів і овочів КХ-11	9,870
Комора сухих сипучих продуктів	2,840
Морозильна камера для зберігання заморожених продуктів	1,850
Завантажувальна	8,340
Охолоджувальна камера для харчових відходів КХ4,41	2,670
Приміщення для відвідувачів	
Торговий зал	105,0
Вестибюль	23,20

Гардероб	9,90	
Вбиральні	29,570	
<i>Адміністративно-побутові приміщення</i>		
Кабінет директора	9,980	
Кабінет головного бухгалтера	10,640	
Гардероб для персоналу та душові	8,720	
Гардероб для персоналу та душові	18,330	
Туалет для персоналу	9,50	
<i>Технічні приміщення</i>		
Тепловий пункт і водомірний вузол	15,80	
Припливна вентиляційна камера	30,970	
Витяжна вентиляційна камера	14,010	
Електрощитова	11,060	
Коридори	88,140	
РАЗОМ ПЛОЩА	349,500	

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Загальний алгоритм системи менеджменту безпеки харчових продуктів в ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» передбачає: загальну характеристику підприємства ресторанного господарства, визначення асортиментного переліку продукції, що виробляється та її опис (за групами); перелік сировини, її умови зберігання та принципи товарного сусідства; план підприємства, включаючи схеми руху сировини, напівфабрикатів продукції, посуду та пакувальних матеріалів з метою виявлення зон можливого перехресного забруднення продукції всередині підприємства; аналізу ризиків та визначення контрольних критичних точок в ході технологічного процесу, розробка відповідних коригувальних дій та контроль їх виконання.

Найефективнішим методом забезпечення гарантованої якості та безпеки ресторанної продукції визнано систему НАССР.

НАССР (від англ. Hazard Analysis and Critical Control Point – система аналізу ризиків і контролю критичних точок). Простіше кажучи – це певний перелік інструкцій, процедур і методів роботи, які забезпечують якість та безпеку продукції в ресторанній сфері, а це (безпека) – базова цінність в роботі будь-якого ресторану. НАССР – світовий стандарт, який цю безпеку забезпечує [43].

Для визначення контрольних критичних точок ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» в ході технологічних процесів приготування кулінарної продукції необхідно оцінити можливі небезпечні фактори, як то біологічні,

фізичні, хімічні. Основними небезпечними чинниками в процесі діяльності ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» є сировина, виробничі процеси, обґрунтування використання їх за призначенням тощо. Для забезпечення високих стандартів якості та безпеки приготованих страв, застосовуючи методику НАССР, варто виділити 4 критичні контрольні точки (ККТ) для контролю і забезпечення безпеки ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»:

ККТ 1 – Отримання продуктів (сировини);

ККТ 2 – Зберігання сировини;

ККТ 3 – Кулінарна обробка сировини;

ККТ 4 – Реалізація кулінарної продукції або її тимчасове зберігання.

Документування результатів роботи є надзвичайно важливим для системи НАССР. Документування та ведення записів мають відповідати характеру та розміру ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ», а також бути достатніми для перевірки наявності та підтримки засобів контролю НАССР [41].

Діяльність ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» потребує щоденного контролю приготування страв. Відповідно до технологічних процесів виробництва продукції передбачається виконання вхідного, операційного та приймального контролю з чітким розподілом функцій та відповідальності за якість.

Сировина, що надходить до ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ», повинна підлягати контролю за кількісними та якісними показниками. Цей контроль повинен здійснюватися суцільним способом, а відповідно до засобу вимірювання – візуальним, реєстраційним та вимірювальним.

2.1.2. Характеристика послуг

ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» надає послуги подієвого кейтерінгу з обслуговування фуршетів, бенкетів, шведських столів, коктейлів та кава-пауз на корпоративних, освітніх, державних, PR-заходах і приватних урочистостях. Не прив'язуючись до стаціонарних ресторанів, а на обраній клієнтом локації,

забезпечуючи захід всім необхідним обладнанням й декором для якісного прийому їжі та напоїв.

«ФІГАРО-кейтеринг» позиціонує себе як компанію преміального рівня, яка може обслужити будь-який масштабний захід (рис 2.2.) При цьому частіше за все з ростом кількості гостей сума середнього чеку за послуги кейтерингу значно зменшується, а витримати преміальний рівень при великих масштабах досить складно.

Для «ФІГАРО-кейтеринг» важливим є виправдати сподівання клієнта. Адже отримати велике замовлення може багато компаній, а зробити обслуговування преміальним можуть далеко не всі. Більшість замовлень преміального рівня здійснюють постійні клієнти, які довіряють «ФІГАРО-Кейтеринг» як партнеру. Вір-замовники надають перевагу тим, з ким приємніше і зручніше працювати.

В рамках преміального сегменту «ФІГАРО-Кейтеринг» можна виділити проекти, які можна визначити як «високе преміальне обслуговування». Ринок в цьому сегменті доволі вузький, проте попит на нього є завжди. Більшість замовлень у високому преміумі складають приватні заходи до 300-500 персон.



Рис. 2.2 – Масштабні події від «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»

Джерело: побудовано автором на основі [34]

Для виконання таких замовлень на належному рівні «ФІГАРО-Кейтеринг» володіє спеціальним обладнанням, власним відділом декору, флористики. Кожний захід розроблюється індивідуально та узгоджується з побажаннями клієнта.

Зокрема, менеджери «ФІГАРО-Кейтеринг» враховують наступні моменти:

- Приймає замовлення тільки після повного з'ясування з клієнтом всіх деталей планує мого заходу і тільки після цього складає дійсно якісну комерційну пропозицію;
- Надає замовнику професійні поради, враховуючи організаційні та якісні ризик. Враховуючи побажання клієнта, не намагаються виконувати всі примхи, зважаючи на якість кінцевого результату;
- Не зневажають деталями заходу та технічними питаннями організації (наприклад, мають можливість негайно доставити необхідні додаткові страви);
- Для великих заходів виділяють декількох менеджерів, окремо організатору роботи в залі та окремо технічного менеджера [19].

Також на таких заходах обов'язково присутній висококласний шеф-кухар, який особисто контролює кожну страву, що подається на стіл, а також професійна команда менеджерів та офіціантів.

Послуги «ФІГАРО-Кейтеринг» з організації івент-заходів включає:

1)Планування

- Розробка сценарного плану заходу
- Прорахунок меню та інших витрат
- Організація простору залу - розстановка меблів, необхідної для проведення заходу
- Розробка загального плану і схеми проїзду: гостьової зони, кухні, службового приміщення
- Консультації фахівця в ході підготовки та організації заходу

2) Складання кейтеринг-меню

- Розробка індивідуального меню, виходячи з побажань замовника
- Підбір асортименту напоїв і розрахунок оптимальної кількості
- Приготування продукції і сервірування столів відповідно до обраного меню

3) Транспортне забезпечення

- Доставка обладнання, інвентарю та продуктів на місце проведення заходу
- Трансфер персоналу

4) Забезпечення меблями, додатковим обладнанням, декор

- Меблі для сервірування та проведення заходу: посуд, прилади, ресторанный аксесуари, спеціальне обладнання для видачі готової продукції
- Текстиль для драпірування меблів, чохли на стільці, скатертини, серветки, елементи декору
- Декор. Розробка комплексної концепції з декорування та оформлення заходу. Мінімальна флористичне оформлення

5) Персонал

- Висококваліфікований персонал для виконання необхідних завдань.
- Сервіс-менеджер (відповідальна особа на заході), офіціанти, кухарі, бармени, технічний персонал

6) Інші послуги

- Косметична прибирання приміщення
- Організація безкоштовної доставки невикористаної готової продукції та напоїв замовнику по завершенні заходу

7) Додаткові послуги

- Підбір майданчиків для проведення заходу
- Індивідуальна розробка меню в залежності від концепції заходу з урахуванням усіх аспектів
- Святкові торти

- Анімація страв
- Послуги сомельє (підбір вина з урахуванням меню)
- Майстер-класи з приготування різноманітних страв
- Подарункові набори гостям
- Харчування технічного персоналу
- Флористичне оформлення столів
- Декорування столів
- Організація іменний розсадження гостей
- Друк меню на бланках
- Підбір ексклюзивного музичного супроводу
- Організацію святкового феєрверку
- Крижані скульптури
- Флешмоб від офіціантів
- Послуги хостес.

Компанія «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» пропонує повний комплекс кейтерингових послуг для проведення та організації заходу. «ФІГАРО-Кейтеринг» працює на ринку кейтеринг-сервісу 20 років і має величезний досвід проведення як невеликих бюджетних, так і масштабних, VIP заходів. VIP-кейтеринг - відрізняється від звичайного більш скрупульозним підходом до кожної деталі і якимись додатковими послугами, але якість їжі та сервісу залишається однаково високим скрізь.

Найбільш затребуваними послугами при організації івентів «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» є банкетне і буфетне обслуговування. У форматі банкету, як правило, проводяться новорічні заходи, ювілеї компаній, коли святковий концерт поєднується з банкетним обслуговуванням. Влітку найбільш популярний такий вид буфетного обслуговування, як барбекю. Часто великі корпорації проводять конференції, на яких зазвичай обходяться кава-брейками протягом заходу і гала-вечерею для більш вузького кола співробітників і клієнтів після безпосередніх переговорів. На осінь-весну припадають здебільшого клієнтські та ділові заходи. Серед них презентації новинок

компанії, покази нових колекцій, вечори для постійних та потенційних клієнтів, конференції. Тобто в організації івентів спостерігається певна сезонність в обслуговуванні цих заходів.

Така складова корпоративних заходів, як банкетне обслуговування, правильно підбране меню, гарне оформлення залу в корпоративному стилі створює у співробітників компанії дуже значуще враження про захід в цілому, адже те, наскільки організатори звертають увагу на деталі, багато в чому показує їх уважність до своїх співробітників в тому числі.

Для підсилення цього ефекту і для підвищення лояльності співробітників «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» не тільки годує, але і дивує. Останнім часом дуже часто на подібних заходах використовуються анімаційні станції, коли кухарі готують прямо при гостях холодні закуски (суші станції, мариньєр-станції на конвеєрі, нарізка Парми на слайсери тощо), гарячі страви (китайський wok, фламбе на гігантських сковородах, гриль-станції).

Крім того, у компанії «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ», наприклад, є мобільні кухні-машини, що представляють собою високотехнологічну банкетну кухню. Завдяки їм «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» може організувати банкет навіть у чистому полі, де не підведена ні водопостачання, ні електрика. Влітку, коли багато замовлень на проведення пікніків і барбекю, ці трейлери постійно знаходяться на виїзді.

Також дуже часто проводять майстер-класи, показовий карвінг або барний фрістайл, які плавно вписуються в програму заходу. Таким чином, кейтеринг на event-заходах стає центральною частиною програми. Подібні заходи проводяться, як правило, з європейською покурсовою подачею, коли звучить фонова (треба сказати найчастіше класична) музика, а гостей пригощають цікавим фьюжн-меню з незвичайною подачею здавалося б звичних страв.

Особливою популярністю користується карвінг – художнє різання по овочах і фруктах, також цікаві майстер-класи за участю сомельє при дегустації вина, коньяку, алкогольних коктейлів і ін. Для невеликих колективів

проводяться майстер-класи з приготування суші, фламбе, китайських Wok, карпаччо, цілих страв. Як правило, цю опцію пропонує «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ», кожен майстер клас обговорюється з шеф-кухарем окремо залежно від умов, які в основному завжди диктує обрана замовником майданчик (відсутність запахів, наявність відкритого вогню та ін.).

«ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» має свій впізнаваний стиль, розроблена цінова політика, високий рівень якості послуг, що надаються.

2.2. Аналіз організації виїзного ресторанного обслуговування

Можливості компанії «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» дозволяють обслуговувати до 500 гостей банкету з розсадкою та до 1500 гостей на фуршеті. Форму обслуговування визначають характер, специфіка проведеного заходу та побажання клієнта, при цьому формат може бути будь-яким:

- фуршет;
- банкет\гала-вечеря;
- коктейль;
- кава брейк;
- пікнік барбекю [20]

Фуршет ідеально підходить для таких подій як презентація, модний показ, відкриття, виставка, світська вечірка. Фуршет дозволяє запросити на святковий захід максимальну кількість гостей і при цьому вкластися в скромнішу суму ніж, якби при організації банкету для такої кількості запрошених. Запрошені на фуршет гості не стиснуті столами та стільцями, а вільно спілкуються з усіма гостями чи з тими, хто їм цікавий. Традиційно меню фуршету складається з легких закусок, які подаються на стіл у великій кількості та різноманітності [21].

Банкет є найтрадиційнішою та урочистою формою обслуговування при організації особливо значних подій. Формат банкету завжди передбачає повну розсадку гостей за вишукано сервірованими банкетні столи. Перевага

«ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» - це можливість запропонувати гостям кілька колірних рішень у виборі меблів та текстилю, сервірування ексклюзивною порцеляною, елітним склом, красивими приладами.

Інший варіант проведення банкетного заходу – це формат гала-вечері – проводиться на заходах високого рангу, це пік мистецтва кейтерингу преміум класу, можливість продемонструвати гостям все різноманіття гастрономічних вишукувань під час одного вечора. Шикарне сервірування, канделябри, офіціанти у лівреях – все це створює атмосферу урочистості та офіційності. Чітко продумане меню, що включає синхронну зміну 5-6 курсів страв офіціантами – найважливіша складова такого заходу [15].

Коктейль – це захід у русі. Сервірування та подача міні-закусок, канапе, солодоців відбувається таким чином, що гостям заходу не доведеться ходити з тарілками в руках. Офіціанти попідлюються про це, пропонуючи апетитні закуски та напої. Даний формат обслуговування ідеальний для організації welcome-частини заходу, а також у випадках, коли простір майданчика не дозволяє виставити фуршетні лінії та бари. Поєднання високої кухні з оригінальною подачею зробило цей формат проведення заходів самим популярним.

Кава-брейк – можливість гостям перекусити та перепочити, невелика перерва на бізнес заходах, конференціях, семінарах, тренінгах. Подача для кави-брейку зазвичай включає гарячі напої (кава, чай), прохолодні напої (соки, води), сендвічі, канапе, цукерки [3].

Пікнік на природі – найпопулярніший вид відпочинку у літній період. «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» має всі необхідні ресурси для проведення заходу «у чистому полі» на будь-якому непідготовленому відкритому майданчику навколо Києва. Кожен сезон розробляють нові пропозиції та відкривають нові мальовничі місця. Найкращі популярні у місті DJ – резиденти клубів зможуть створити потрібну атмосферу. Виїзні бар-станції дозволяють пропонувати гостям широкий вибір напоїв від усіма улюбленого «Мохіто» до live-вистави шоу барменів. Кухарі на очах у гостей засмажать цілого бичка на рожні. Для

оформлення open-air заходу спеціалісти підготують класичне виконання, так і вечірку по-гавайському.

«ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» спеціалізується на організації виїзного ресторанного обслуговування подій будь-якого формату, тематики та статусного рівня, таких як:

- бізнес заходи;
- презентації, світські вечірки, покази;
- корпоративні свята;
- спортивні та громадські заходи;
- весілля, ювілеї, дні народження;
- дитячі свята.

Бізнес заходи. Демонстрація нового продукту компанії, конференція чи семінар, бізнес тренінги - такі заходи зазвичай тривають кілька годин, та клієнти компанії оцінять перерву на каву-брейк. Також «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» завжди готовий у рамках проведення бізнес заходу приготувати більш щільний ланч для учасників та заключний фуршет або вечерю з розсадження.

Презентації, світські вечірки, покази: Презентація нової моделі автомобіля або показ нової колекції модного бренду, відкриття бутіка чи святкування річниці його відкриття – чудова нагода зібрати своїх клієнтів і весь бомонд, почастивавши шампанським чи модними коктейлями, вишуканими канапе та найсмачнішими солодощами.

Корпоративні свята: День заснування компанії, Новий Рік, 8 Березня, День будівельника чи металурга – співробітники будуть раді відзначити значуще для Компанії та Вас святкову подію; спортивні та громадські заходи: турніри з тенісу та футболу, автоперегони, кінні змагання – все це стало невід'ємною частиною світського життя з неодмінним атрибутом – гарним фуршетом на початку заходи чи грандіозним банкетом наприкінці на честь переможця.

Весілля, ювілеї, дні народження: Весілля – дуже особливе свято. З «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» страви весільного меню задовольняють навіть найвищі запити прискіпливих гурманів, а сервірування та обслуговування весільного бенкету будуть гідні королівського столу. Завдяки «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» навіть у найскладніших умовах, святковий стіл та меню будуть чудовими, і чудовий весільний бенкет ще довго згадуватимуть усі запрошені.

Дитячі свята: «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» не перший рік займається організацією дитячих свят на різних майданчиках та локаціях. Багато батьків вже оцінили високий професіоналізм організаторів та педагогів. Кульки, клоуни, веселі конкурси, смачні та корисні частування створюють найкраще свято для дітей.

За роки успішної роботи «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» вдалося відібрати найбільш привабливі майданчики для проведення різного роду заходів. Фахівці «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» завжди нададуть кілька варіантів, щоб вибрати найбільш підходящий, виступлять координаторами у переговорах з орендодавцями, розроблять максимально зручне зонування простору, підберуть відповідні меблі та обладнання, щоб зробити перебування гостей виключно комфортним та незабутнім. Крім цього компанія завжди готова провести захід у будь-якому місці, обраному клієнтом.

Можливості «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»:

1. Кухня: Європейська, російська, японська, східна кухня, авторські торти, cooking-show.

Сучасна європейська кухня склалася з безлічі національних кухонь різних країн Європи: Франції, Італії, Іспанії, Німеччини. У цілому ж європейська кухня включає величезну кількість популярних різноманітних страв, які припадуть до смаку всім гостям, на заході, який влаштовує компанія «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ».

Якщо клієнту до душі традиційне українське застілля, коли столи буквально ломляться від апетитних страв, приготованих по-домашньому, «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» організує справжній український бенкет з

соліннями, пирогами, млинцями та варениками, холодцями та стравами з дров'яної печі, унікальними стравами української кухні.

Професійні суші-кухарі «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» реалізують будь-які гастрономічні фантазії від класичних (суші, роли) до більш оригінальних японських страв, таких як суші-торт з морепродуктів та овочів. Стіл, накритий із традиційним східним розмахом та національними східними стравами.

Крім того, якщо клієнт планує влаштувати свято на природі, свіже повітря, плов та шашлики – формула ідеального пікніка від «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ».

Торт традиційно є заключною нотою в гастрономічній церемонії святкового вечора. «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» пропонує 10 варіантів авторських рецептів та оформлення, обмежене, мабуть, лише фантазією замовника: торт у вигляді шикарного автомобіля, ляльки Барбі, будинку мрії або класичний багатоярусний весільний торт – вершина кондитерського мистецтва.

Майстерність кухарів «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» дозволяє привнести видовищність у будь-який захід. З їх допомогою будь-яка гастрономічна фантазія клієнта легко отримує витончене та стильне втілення. Крім урочистого винесення класичних банкетних страв (молочні поросята, фаршировані гречкою з білими грибами, запечені осетри або щуки з найсмачнішою начинкою, гуска з яблуками або качки, що виносяться в зал палаючими), і головна гордість – смажене на рожні молоде порося.

Для кожного клієнта важливо бути впевненим, що запланований захід пройде на найвищому рівні. Для того щоб особисто переконатися в правильності вибору кейтеринг-партнера, «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» надає можливість провести безкоштовну дегустацію вибраних страв у шоу-румі, або безпосередньо в офісі клієнта у зручний час. Другий варіант переконатися в якості послуги – це відвідати один із заходів.

2. Бар. Професійні бармени, які працюють у команді КЕФКЕЙТЕРИНГ, віртуозно приготують оригінальні коктейлі. Наявність виїзних барних стійок,

оснащених боксами для зберігання льоду, полицями для чистого посуду та зручними робочими поверхнями, дозволять пропонувати цю послугу на якісно високому рівні. Коктейльна картка різноманітна, але, незважаючи на це, «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» розробить для клієнтів особливий фірмовий коктейль. Якщо замовнику хочеться справжніх видовищ, компанія може запропонувати флейринг або справжнє ефектне бармен-шоу.

Наявність на майданчику кальян-бару чи сигарної кімнати допоможе наголосити на правильному настрої всього заходу. «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» запропонує послуги професійного кальяника, широкий вибір відтінків смаків тютюну, якісні кальяни, оснащення зони меблями у східному стилі: низькі столики, м'які пуфи, крісла та достаток подушок. Для більш статусних заходів та їх учасників – оснащення сигарної кімнати, що передбачає м'які меблі у витриманому стилі, невеликі столики з сигарними попільничками, окремо хьюмідор, наповнений першокласними сигарами від відомих виробників Куби, Домініканський Республіки, Гондурасу та Мексики.

Винна карта «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» сформована з особливою ретельністю та з урахуванням специфіки банкетного меню компанії. В неї включені як загальновізані вина світового рівня, так і нетривіальні, але не менш цікаві позиції.

3. Оформлення. Витончені квіткові композиції, сяйво фарфору, блиск келихів, колір серветок та скатертин, сервірування та розташування столів. Гості оцінять правильність рішень та зручностей. Продуманий декор від «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» створить особливий настрій.

Сервірування. У колекції «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» багатий вибір посуду та предметів сервірування. Для заходів у фуршетному стилі – безліч різноманітних підставок, гірок, етажерок, постаментів з підсвічуванням, пірамід, симпатичних мініатюрок та стаканчиків зі скла та порцеляни від виробників відомих своїми новаторськими ідеями.

Урочистий банкет за допомогою «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» пройде на найвищому рівні. Колекції посуду, що використовується у роботі, дозволяють

підібрати ексклюзивне сервірування від кращих французьких, італійських, німецьких та чеських фабрик.

Флористика та декор. Декор та квіткові композиції – це ефектні деталі, що надають додатковий шик будь-якому накриттю столу та створюють святковий настрій.

Крижані скульптури – справжня прикраса вечора, яку додасть ексклюзивність у літній період та надовго запам'ятається гостям. Це можуть бути чаші у вигляді раковин з морепродуктами, крижаний фонтан з напоями, вазони для охолодження шампанського і навіть крижані чарки. Можна, можливо підібрати скульптуру з наявного каталогу або замовити фахівця власний проект.

Текстиль. «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» використовує ексклюзивний текстиль від провідних світових виробників. Різноманітність кольорових гам, представлених у шоу-румі компанії, дозволяє створити елегантний стиль будь-якої події. Зовнішній вигляд персоналу також має логічно вписатись у загальну концепцію заходу, тому компанія пропонує кілька варіантів уніформи та додаткових аксесуарів.

Намети – зручний та витончений спосіб створити унікальний простір для події на свіжому повітрі. Майстерність оформлювачів перетворить майданчик у шикарний зал, що не поступається за комфортом багатьом ресторанам і навіть має ряд очевидних переваг таких як, мальовничі краєвиди навколо, відчуття єднання з природою без відриву від цивілізації у самих вишуканих її проявах. Також за потреби передбачено додатковий обігрів, парасольки і навіть пледи.

4. Шоу-програма. «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» – це не лише смачна їжа та створення урочистого інтер'єру свята. Завдяки досвіду «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» організовує будь-який захід «під ключ». Компанія працює з відомими провідними, артистами різного жанру (фокусники, пародисти, цигани), музичними, вокальними та танцювальними колективами, діджеями

Києва. Крім того, КЕФ-КЕЙТЕРИНГ зможе організувати виступ будь-якої «зірки» сучасного шоу-бізнесу.

Отже, вивчивши особливості організації кейтерингових послуг «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ», можна відзначити їх переваги:

- виняткова мобільність, яка дозволяє провести урочистість практично в будь-якому місці, обраному замовником: у банкетному залі, на верхній палубі комфортабельного теплохода, на тінистому лужку, вертолітному майданчику, у старовинному особняку, фойє театру тощо. Абсолютна свобода в виборі місця для проведення заходу гарантована;

- комплексність послуги. З урахуванням побажань та можливостей бюджету замовника буде складено індивідуальне меню, розроблений оригінальний сценарій свята, оформлений інтер'єр приміщення та ін. До речі, останнім часом у кейтерингу дуже популярне проведення тематичних заходів, у яких усе (кухня, інтер'єр, музичний супровід тощо) підпорядковане єдиному стилю.

Таким чином, сьогодні кейтеринг «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» – це вміння смачно приготувати їжу, красиво оформити та ефектно подати страви у будь-якому місці та у будь-який час. Коло можливостей кейтерингу досить широке: саме за допомогою виїзного обслуговування, можна організувати як грандіозний офіційний прийом для VIP-персон, так і невелику приватну вечірку, барбекю на природі або дитяче свято. І «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» є однією з найбільших кейтерингових організацій преміум класу Києва та всього Центрального регіону. Індивідуальний підхід та креативність; репутація та досвід; професійна команда та найвищий рівень сервісу; смачна, свіжа та красива їжа; передові кейтерингові технології та обладнання є основними чинниками ефективності «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ».

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИЌЗНОГО РЕСТОРАННОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В СПЕЦІАЛІЗОВАНОМУ ЗАКЛАДІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»

3.1. Удосконалення роботи закладу ресторанного господарства на основі сучасних тенденцій розвитку сфери виїзного ресторанного обслуговування

Розуміння того, як інтер'єрні та фешн-тренди застосувати в кейтерингу – запорука успіху будь-якого виїзного ресторану. «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» уважно відстежує будь-які зміни та новації. Тому довіряючи провести захід цієї компанії, можна не сумніватися, що гості залишаться задоволені його організацією та рівнем обслуговування. Адже сьогодні приготування, доставка та подача їжі – це не просто спосіб нагодувати гостей, але справжнє мистецтво зробити свято ефектним та незабутнім.

Для «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» бути у тренді означає повністю відповідати сучасним вимогам до проведення заходу. Сьогодні в моді:

1. Дотримання єдиного стилю у всьому - у їжі, підборі посуду, сервіруванні столу та оформленні залу. Кожен компонент повинен повністю відповідати загальній стилістиці та взаємно доповнювати один одного.

2. Відмова від буденності та стандартних підходів - застосування цікавих рішень у сервіруванні столу переважає над банальним використанням рівних поверхонь та традиційних столів. Багаторівневе розміщення страв на підвісних конструкціях та всіляких полицях, етажерках та підставках сьогодні дійсно у тренді. Сучасний декор вітає використання незвичайного текстилю, а у подачі страв актуальні інноваційність та винахідливість.

3. Врахування різних смакових переваг гостей заходу - людей, які не вживають їжу тваринного походження, а також дотримуються певних релігійних переконань.

4. Організація здорового харчування часто з повною відмовою від алкогольних напоїв.

5. Різноманітність – використання анімаційних станцій, проведення кухарями майстер-класів, різноманітних кулінарних шоу. Популярним є приготування барбекю. Актуальною прикрасою будь-якого свята стане кенді бар - вишукане та стильне оформлення солодкого фуршетного столу. Таке рішення не залишить байдужими ні юних ласунів, ні їхніх батьків.

Розглянемо тренди, які сьогодні є актуальними для деяких популярних форматів проведення виїзного обслуговування.

Сучасні тенденції в оформленні фуршетних ліній відрізняються динамізмом та безперервним розвитком. На зміну горизонтальній лінії столів прийшла багаторівневість, що надає легкість і легкість. Крім цього, при декорванні фуршетного заходу у 2024 році слід:

- вибудувати столи, поєднуючи вертикальні та горизонтальні лінії. Для оптимального використання простору ідеальні конфігурації у формі «П» та «Г».
- використовувати при декорванні столів свіжі квіти – таке рішення додають яскравих барв у атмосферу свята.
- експериментувати з посудом – її форма має бути оригінальною та стильною. Сьогодні часто використовується модне сервірувати стіл із використанням скла та дзеркал.
- домагатися легкості та витонченості у сервіруванні. скляні конструкції та прозорий посуд стануть новим трендом цього року.
- використовувати екологічні та натуральні інгредієнти у приготуванні страв, а для їх декору застосовувати трави та пророщені паростки. для сервірування підійде екологічний посуд різних форм - еко-стиль актуальний як ніколи.

Обслуговування бізнес заходів має відповідати духу часу – застосовуються останні досягнення у сфері кулінарних технологій та дизайну. Інноваційний підхід сьогодні передбачає накривати столи у стилі мінімалізму, але водночас елегантно та вишукано. Щоб підкреслити високий статус події, варто слідувати таким основним тенденціям:

- використання лаконічного монохромного у текстильному декорі.
- використання як основного чорного або білого кольорів.
- зосередженість на прямолінійності, чіткості форм, гладкості поверхонь.
- наявність на столах виразних елементів декору, що створюють яскраві акценти у загальному стилі.
- доповнення концепції оформлення світильниками, у виготовленні яких застосовувалися матове скло, метал чи напівпрозора тканина.
- створення видовищності та "вау" - ефекту. Це досягається незвичайними та оригінальними діями, наприклад, малюванням картини із шоколаду прямо на очах гостей заходу.

Головні тренди в декорі банкетів, у тому числі весільних, це:

- оформлення в одній кольоровій гамі декору, флористики та страв;
- включення в меню однієї незвичайної та екзотичної страви - родзинки урочистості;
- організація дегустаційних сетів для гостей під час очікування нареченого та нареченої;
- створення страв прямо на очах у гостей;
- можливість на виїзному барі самостійно складати коктейлі, перетворивши їх вживання на цікавий та захоплюючий процес.

3.2. Напрями розширення спектру послуг та меню для організації виїзного ресторанного обслуговування «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»

Успішне функціонування кейтерингової компанії на ринку передбачає не просто надання повного спектру послуг, а постійне удосконалення своєї діяльності за різними напрямками з метою формування конкурентних переваг в середовищі ресторанних підприємств.

Виділення з загальної маси можливе по меншій мірі двома способами. По-перше, розробкою нових, ніким не пропонованих раніше умов та послуг. По-друге, використанням такого потужного інструменту впливу на свідомість людей, як поєднання різних маркетингових ходів, які при грамотному плануванні можуть забезпечити бажаний ефект.

Підтримка успіху компанії передбачає постійний пошук нових шляхів вдосконалення туристичної діяльності, особливо в процесі формування туру та виведення його на ринок.

Удосконалюючи заходи кейтерингової компанії при формуванні та просуванні своїх послуг мають включати наступні напрямки:

1. Проведення постійної роботи з мережею івент-агенцій. Робота з такими агенціями в даний момент є одним з основних напрямків поточної і стратегічної діяльності будь-якого ресторанного підприємства.

2. Робота з підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікаційного рівні співробітників організації. Проведення підготовки спеціалістів означає організацію цільового, конкретно спрямованого навчання, кінцевою метою якого є забезпечення компанії необхідним числом фахівців, чиї професійний рівень в повній мірі відповідає виробничо-комерційним цілям підприємства. Більш ефективно впровадження кейтерингових послуг на ринок можливе завдяки підготовці обслуговуючого персоналу щодо навичок продаж та ділового спілкування з клієнтами. Така підготовка можлива у формі семінарських занять, навчання від досвідчених консультантів, обміну досвідом.

3. Формування ефективної маркетингової стратегії на ринку. Даний напрямок необхідно реалізовувати шляхом розробки і реалізації більш дієвих рекламно-інформаційних та іміджевих заходів з популяризації кейтерингового обслуговування, ведення сайту та соцмереж, сприяння «сарафанному радіо».

4. Використання системи інформаційного комплексу компанії, «відстежування» новітніх досягнень в сфері кейтерингу. Досягнення технічного прогресу в області інформаційних технологій початку XXI століття міцно завоювали свої позиції у ресторанній індустрії, докорінно змінивши процедуру формування, просування і реалізації послуг. Розвиток Інтернет-мережі та розробка сучасних рішень в сфері інформаційно-комунікаційних технологій сприяло помітному підвищенню якості надаваних послуг на фоні зниження їх собівартості, скорочення витрат на самостійні пошуки і придбання бажаного формату обслуговуванні певної події.

3.3. Можливості застосування сучасних методів оцінювання якості обслуговування виїзних заходів «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»

Оцінка якості обслуговування клієнтів є ключовим аспектом діяльності будь-якої організації. В залежності від специфіки компанії, використовуються різні підходи до аналізу та розробки нових методів оцінки якості обслуговування. Незважаючи на відмінності, однією з найважливіших складових цього процесу залишається думка самих клієнтів. Відвідувачі формують свою думку на основі доступності інформації, оперативності вирішення питань, компетентності та доброзичливості персоналу після взаємодії з кейтеринговою організацією.

Впровадження системи оцінки якості обслуговування клієнтів значно спрощує процес отримання зворотного зв'язку та робить його більш оперативним. Ця система вирішує низку завдань, спрямованих на визначення рівня обслуговування клієнтів.

Анкетування залишається одним із найпопулярніших методів збору відгуків про якість обслуговування. Автоматизована система дозволяє швидше отримувати та обробляти інформацію, а також генерувати звіти за результатами опитувань.

Фото та аудіофіксація допомагають контролювати якість наданих послуг навіть поза межами сервісного центру. Це дає можливість безпосередньо спостерігати за процесом обслуговування, враховуючи сильні сторони працівників та області, які потребують удосконалення. Такий підхід додатково мотивує персонал.

Запровадження системи оцінки якості обслуговування клієнтів допомагає ефективніше збирати та аналізувати зворотний зв'язок, покращуючи якість обслуговування та мотивацію персоналу. Це сприяє створенню більш сприятливих умов для клієнтів та підвищенню загальної ефективності роботи компанії.

Для того, щоб маркетинг подій приносив серйозну віддачу, необхідно послідовно вибудувати весь процес. Від постановки цілей і завдань до вибору контенту заходи і способів його освітлення. Тільки при такому підході можна отримати всі переваги цього методу та уникнути недоліків.

Власне маркетинг подій включає в себе кілька ключових моментів:

- інформування аудиторії про проведення заходу;
- проведення заходу;
- подальша інформаційна хвиля.

Про ефективність всіх цих елементів необхідно подбати заздалегідь і передбачити їх на найголовнішій стадії проекту – розробки. Процес планування маркетингу подій включає в себе наступні стадії [3]:

- ситуаційний аналіз (визначення стану підприємства);
- визначення цілей маркетингу подій;
- ідентифікація цільової групи;
- визначення стратегії маркетингу подій;
- інтеграція в комунікативний мікс;

- визначення бюджету;
- планування заходу;
- контроль ефективності.

Незважаючи на те, що за даними досліджень близько 30% директорів кейтерингових компаній вважає івент-маркетинг найефективнішим комунікаційним засобом, майже всі вони не мають певної системи оцінки таких програм.

Таблиця 3.1 – Оцінка рентабельності окремих елементів маркетингових комунікацій «ФІГАРО-Кейтеринг»

Назва елемента комунікацій	Ціна одного контакту, грн.	Середній рівень прибутку, грн.	Рівень рентабельності, %
Сайт компанії	0,05	0,0011	2,20
Ведення соціальних мереж	0,15	0,001	0,67
Реклама в мережі Інтернет	3,0	0,012	0,40
Вірусний маркетинг	16,0	0,12	0,75
Персональний лист менеджера з маркетингу	25,0	1,23	4,92
Івент-маркетинг	40,0	5,5	13,75
Особистий візит торгового агента:			
за межами міста	250,0	23,0	9,20
місцевий	52,0	2,8	5,38

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Розрив між вірою в ефективність комунікацій у сфері проведення заходів і системою оцінки заходів багато в чому пов'язані з тим, що маркетинг подій перебуває лише на стадії становлення. Зростання зусиль у цю сферу викликає необхідність розробки системи оцінки івент-програм, яка з соціально-економічної точки зору обґрунтовуватиме правильність вкладень або зміну напрямку маркетингової діяльності.

В даний час відсутня загальноприйнята система оцінки ефективності івент-маркетингу, тому розробка такої системи в умовах все зростаючого фінансування івент-маркетингу є актуальним питанням даного дослідженн.

Аналіз вітчизняної і зарубіжної літератури в області маркетингу подій дозволяє виділити наступні причини, чому система оцінки досі не сформована:

погане розумінням підходів, необхідних для оцінки різних видів заходів; відсутність узгодженості між агентствами і клієнтами в плані методів оцінки; небажання компаній витратити досить великі кошти з бюджетів на проведення оцінки ефективності при відсутності чіткої методики дослідження [11]. Більшість програм про заходи мають дуже широкі, непевні й неточні цілі, які нездійсненні навіть за наявності хорошого бюджету. У проектах цілі часто сформульовані наступним чином: збільшити обізнаність про програму; успішно запустити продукт або послугу; покращити імідж компанії або організації.

Такі цілі сформульовані занадто загально, тому незрозуміло, за якими критеріями оцінювати результат. Який рівень інформованості існує в даний час? Яка цільова група вимагає більшої кількості інформованості? Який у даний час імідж даної компанії, і який бажаний імідж? [28]

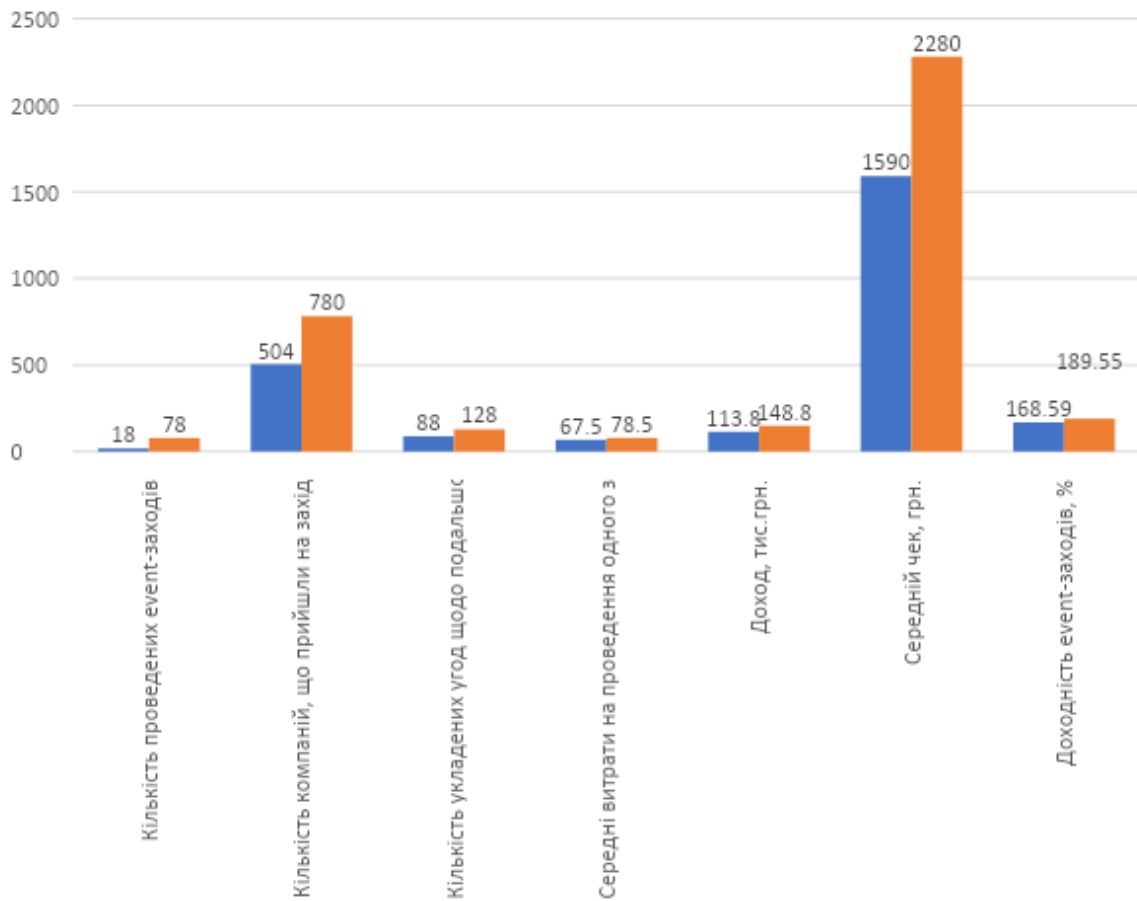
Дослідниками питань ефективності розробляються різні системи оцінки, які можна умовно розділити на дві групи: система, заснована на застосуванні економічних показників (коефіцієнт окупності інвестицій — ROI (Return on Investment) як основний з них); система, заснована на показниках сприйняття.

«ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» проводить досить прості дослідження під час заходів або відразу після їх закінчення. Більш складні, але й більш значущі дослідження, що стосуються переваг, лояльності бренду та обізнаності, проводяться значно рідше.

Таблиця 3.2 – Оцінка ефективності заходів Event-маркетингу «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»

№	Показники	2022 р.	2023 р.	Приріст, %
1	Кількість проведених event-заходів	18	78	433,33
2	Кількість компаній, що прийшли на захід	504	780	154,76
3	Кількість укладених угод щодо подальшої співпраці	88	128	145,45
4	Середні витрати на проведення одного заходу, тис.грн.	67,5	78,5	116,30
5	Доход, тис.грн.	113,8	148,8	130,76
6	Середній чек, грн.	1590	2280	143,40
7	Доходність event-заходів, %	168,59	189,55	112,43

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства



**Рис. 3.1 – Оцінка ефективності заходів Event-маркетингу
«ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ»**

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Аналізуючи погляди зарубіжних експертів на оцінку маркетингу подій [7], вони мають певні недоліки: вивчається, що саме впливає на вподобання споживача товару або послуги до стадії, коли він стає реальним її споживачем. Тобто, залишається недосяжною сама мета проведення досліджень — як виявити ефект саме активності від заходу, коли факти впливу на споживача під час події і самого споживання послуги може бути розділений у часі, навіть, якщо другий факт буде мати місце. Також слід сказати, що компанії воліють проводити більш прості методи дослідження ефективності, що показує хоча б приблизного значення показника ефективності. У свою чергу, детальні дослідження, зважаючи на високі витрати, проводяться вкрай рідко.

Для «ФІГАРО-кейтеринг» актуальним буде не оцінка доцільності

проведення Event-маркетингу, оскільки дана компанія є досвідченим організатором зазначених заходів, а запровадження системи оцінки ефективності заходів по відношенню до типу події (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Визначення ефективності маркетингу подій ТОВ «ФІГАРО-кейтеринг»

Тип події	Нефінансові показники	Фінансові показники
Промо-акції	Кількість розданих пробників, проведених дегустацій, консультацій, зареєстрованих на сайтах компаній користувачів, гостей, приведених до стенду магазинів	Зміна рівня продажу
Презентації	Кількість людей, яка прийшла, час, проведений на заході	Кількість дзвінків щодо нових пропозицій компанії
Прес-конференції	Кількість гостей і журналістів, яка прийшла; кількість статей, які були надруковані; кількість розісланих прес-релізів; підсумкова кількість публікацій в Internet та друкованих ЗМІ, які були надруковані	Немає даних
Виставки	Кількість відвідувачів стенду, кількість розданих «пробників»	кількість продажів у день проведення заходу
Вечірки для партнерів і клієнтів	Кількість відвідувачів заходу, наявність усних домовленостей	Зміна рівня продажу
Масові заходи	Кількість гостей і журналістів, яка прийшла; час, проведений на заході; кількість розісланих прес-релізів; підсумкова кількість публікацій в Internet та друкованих ЗМІ і ТБ сюжетах	Кількість придбаних товарів під час заходу, зміна рівня продажу в наступні 3 місяці

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства

Проблемою оцінки ефективності подієвого маркетингу є неможливість достовірної оцінки результатів заходу, оскільки задоволений клієнт може звернутись до кейтерингової компанії через досить тривалий час, і не можна точно сказати, що саме проведений захід спричинив його повторний прихід.

Запропонована система оцінки ефективності організації Event-маркетингу дозволить визначити рівень досягнення стратегічних і тактичних цілей. Їх використання дасть змогу «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» оцінити доцільність проведення заходів, їх вплив на результати діяльності заходу, а також допомогти в оцінці реалізації стратегії. Також ця система дозволяє проводити контроль ділової активності співробітників і компанії в цілому.

Сьогодні, крім традиційних рекламних методів впливу на кінцевого споживача, існують також методи з використанням інноваційних технологій. Інноваційна реклама на сучасному етапі свого розвитку будується на

використанні в івент-заходах серйозного технічного забезпечення, новітніх комп'ютерних технологій і нестандартних способів подачі інформації.

Отже, інноваційні методи інформування споживача про той чи інший вид товару або послуги дає можливість збільшити ринок споживачів та попит на той чи інший товар або послугу. Знайшовши ефективне середовище впровадження реклами, ми відкриваємо нові можливості для себе.

Впровадження інтерактивних технологій в ТОВ «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» дасть змогу додатково збільшити обсяг реалізації кейтерингових послуг і, відповідно, обсяг доходів фірми за рахунок зниження операційних і управлінських витрат та збільшення продуктивності праці. Дані по додатковому планованому прибутку беруться за аналогією з іншими схожими за форматом підприємствами.

За рахунок нестандартного підходу і новизни інноваційні рекламні технології приваблюють споживачів. Це дозволить підтримати конкурентоздатність, розширити ринку збуту, сприятиме прискоренню обігу коштів. Не зважаючи на поодинокі використання даних технологій в українському рекламному бізнесі, відмітимо вірогідність того, що протягом кількох найближчих років наші рекламодавці будуть активно їх застосовувати, тим більше, що в українській рекламі намітилася тенденція до інновацій.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Таким чином, за результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

Кейтеринг – це комплексна послуга, що охоплює не лише приготування та доставку їжі на потрібну локацію, а й обслуговування людей офіціантами. Вона передбачає оформлення столів, іноді приміщень і є універсальною. Сервіс включає закупівлю якісних та свіжих продуктів, приготування страв із погодженням із клієнтом, транспортування їжі, допомога офіціантів на місці та прибирання після заходу.

За оцінками експертів, ринок кейтерингових послуг досяг всього двох відсотків від можливої потенційної ємності, у ціновому еквіваленті ця цифра дорівнює 10 млрд. доларів, та й пайова участь у даному бізнесі розподіляється по регіонах нерівномірно. Лідируюче становище займає київський ринок кейтерингових послуг.

У сучасному світі кейтеринг відіграє важливу роль в організації різних заходів, будь то весілля, корпоративні зустрічі, фестивалі чи ділові конференції. Він став невід'ємною частиною індустрії подій і продовжує розвиватися, адаптуючись до нових вимог і смаків клієнтів. Можливе розширення переліку послуг та незвичайні форми виїзного харчування. Іноді в рамках кейтерингу кухарі теж приїжджають до замовників і готують гарячі страви безпосередньо в приміщенні або на природі, але з дотриманням санітарних норм. Такий підхід доречний для проведення фуршетів, банкетів, пікніків та барбекю тощо.

Завдяки кейтерингу легко організувати каву-брейк на різноманітних конференціях та семінарах, накрити шведський стіл в офісах, готелях, налагодити роботу виїзного бару або фуршет типу Finger Buffets, коли не потрібні столові прилади. Цікавим варіантом є польова кухня із широким вибором оригінальних страв. Одночасно практикується тематичне оформлення наметів, організація спортивних конкурсів та ін.

Перевагами кейтерингу є абсолютний комфорт для клієнтів, адже їм не потрібно самостійно готувати їжу або привозити її. Також їм гарантовано такі плюси, як вільний вибір місця для святкових та інших заходів, індивідуальний підхід, організація харчування «під ключ».

Солідні кейтерингові компанії забезпечує людям ресторанні страви за найкращими рецептурами. Вони можуть розробити та оперативно реалізувати вдалий проект урочистостей. А навчені офіціанти створюють приємну та невимушену атмосферу. Виїзне ресторанне обслуговування для проведення фуршетів, банкетів, корпоративних заходів, неофіційних ділових зустрічей, VIP-вечірок, весільних урочистостей та інших свят завойовує все велику популярність. Адже окрім по-справжньому вишуканої трапези кейтерингові компанії, надають послуги з тематичного проведення різноманітних заходів.

Кейтерингове обслуговування – один із пріоритетних напрямків у розвиток ресторанного бізнесу. Організація кейтерингу – процес складний і багатогранний, що включає продумування загальної концепції майбутнього заходу. Святкування дня народження у зручному для замовника місці, весільні урочистості, кава-брейк на конференціях, виїзне обслуговування банкетів, корпоративна новорічна вечірка – заходи різної тематичної спрямованості, які вимагають від фахівців з кейтерингу нових креативних ідей для їх проведення, щоб кожна подія стала оригінальною і незабутньою.

Однією з ключових тенденцій у сфері кейтерингу є збільшення попиту на індивідуалізовані рішення. Сучасні споживачі все більше цінують оригінальність та персоналізацію, тому кейтерингові компанії пропонують більш гнучкі меню, враховуючи дієтичні уподобання, культурні особливості та тематику заходу. Разом з тим екологічна стійкість і відповідальність стають важливими факторами при виборі кейтерингових послуг. Компанії все частіше прагнуть використання місцевих і органічних продуктів, а також зменшення відходів і використання стійкої упаковки.

Крім того, технологічні інновації роблять значний внесок у сучасний кейтеринг. Електронне бронювання, онлайн-меню, мобільні програми для

замовлення та відстеження поставок – все це спрощує процес планування та забезпечення харчування на заходах.

Кейтеринг також активно адаптується до ринкових вимог, що змінюються, і пропонує різні формати обслуговування, включаючи фуршети, столи з обслуговуванням, коктейльні вечори і фудтраки. Це дозволяє клієнтам вибирати найбільш підходящий формат залежно від конкретних потреб та стилів заходів.

Загалом, сучасний кейтеринг — це поєднання високої якості продуктів, творчого підходу до дизайну та сервісу, а також прагнення інновацій та задоволення запитів клієнтів. Завдяки постійному розвитку та пристосуванню до нових тенденцій, кейтеринг продовжує залишатися важливою та динамічною галуззю у сфері громадського харчування.

Отже, ринок кейтерингу в Україні є дуже перспективним, оскільки дедалі більше фізичних та юридичних осіб оцінюють переваги кейтерингу, зокрема виняткову мобільність та комплексність послуги. З урахуванням побажань та можливостей бюджету замовника кейтерингова компанія складає індивідуальне меню, розробляє оригінальний сценарій свята, оформляє інтер'єр приміщення тощо.

Розглянута в даній роботі компанія «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ» є однією з найбільших кейтерингових організацій преміум класу Києва та області. Індивідуальний підхід та креативність; репутація та досвід; професійна команда та найвищий рівень сервісу; смачна, свіжа та красива їжа; передові кейтерингові технології та обладнання – ось основні переваги та запорука ефективності діяльності «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ».

Удосконалюючи заходи кейтерингової компанії при формуванні та просуванні своїх послуг мають включати наступні напрямки:

1. Проведення постійної роботи з мережею івент-агенцій. Робота з такими агенціями в даний момент є одним з основних напрямків поточної і стратегічної діяльності будь-якого ресторанного підприємства.

2. Робота з підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікаційного рівні співробітників організації. Проведення підготовки спеціалістів означає організацію цільового, конкретно спрямованого навчання, кінцевою метою якого є забезпечення компанії необхідним числом фахівців, чий професійний рівень в повній мірі відповідає виробничо-комерційним цілям підприємства. Більш ефективного впровадження кейтерингових послуг на ринок можливе завдяки підготовці обслуговуючого персоналу щодо навичок продаж та ділового спілкування з клієнтами. Така підготовка можлива у формі семінарських занять, навчання від досвідчених консультантів, обміну досвідом.

3. Формування ефективної маркетингової стратегії на ринку. Даний напрямок необхідно реалізовувати шляхом розробки і реалізації більш дієвих рекламно-інформаційних та іміджевих заходів з популяризації кейтерингового обслуговування, ведення сайту та соцмереж, сприяння «сарафанному радіо».

4. Використання системи інформаційного комплексу компанії, «відстежування» новітніх досягнень в сфері кейтерингу. Досягнення технічного прогресу в області інформаційних технологій початку XXI століття міцно завоювали свої позиції у ресторанній індустрії, докорінно змінивши процедуру формування, просування і реалізації послуг. Розвиток Інтернет-мережі та розробка сучасних рішень в сфері інформаційно-комунікаційних технологій сприяло помітному підвищенню якості надаваних послуг на фоні зниження їх собівартості, скорочення витрат на самостійні пошуки і придбання бажаного формату обслуговуванні певної події.

Підсумовуючи, можна зробити висновок про те, що ринок кейтерингових послуг є дуже перспективним напрямком бізнесу. Порівнюючи щорічне світове зростання кейтерингових послуг у різних країнах, експерти відзначають швидкий вхід на ринок нових кейтерингових гравців-операторів обслуговування та припускають підвищення якості обслуговування надалі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

1. Антоненко А.В., Стукальська Н.М. Кейтеринг – запорука успішного ресторанного бізнесу. *Національний університет харчових технологій*. 2021. С.143-146. URL.: <https://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/36779/1/10.pdf>
2. Акімова Н.С., Наумова Т.А., Бойченко Н.В., Горбатюк Н.М. Організаційно-методичні аспекти обліку послуг виїзного кейтерингу на підприємствах ресторанного господарства URL.: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.
3. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навчальний посібник. Центр учбової літератури, 2009. 342 с.
4. Архіпов В.В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства. К.: ЦУЛ, 2007. 280 с.
5. Архіпов В.В., Іванникова Т.В., Архіпова А.В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані. К.: Центр учбової літератури фірма “Інкос”, 2007. С. 341–356.
6. Бишовець Л. Г., Куракін О. Б., Крижанівський А. І. Інноваційні технології обслуговування в сучасному ресторанному бізнесі. Харків : Новий курс. Харків, 2020. С. 53–58.
7. Гірняк Л. І., Глагола В.А. Розвиток кейтерингу як перспективного виду діяльності. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2019. №58. С.44-49. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-06>
8. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посібник. Х. : ХНАМГ, 2012. 414 с.
9. Завадинська О. Ю., Литвиненко Т.Є. Організація ресторанного господарства за кордоном: навчальний посібник. К. : КНТЕУ, 2004. 365 с.
10. Івашина Л. Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 314-317.

11. Кейтеринг – організація їдальні і доставки харчування для персоналу
URL.: <https://www.griffin.ua/uk/services/catering.html>.
12. Левицька І. В., Завальнюк В. В. Особливості впровадження інноваційних технологій в систему управління підприємствами ресторанного господарства. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2013. № 50. С. 199–205.
13. Литвиненко Т. Є. Організація виробництва у громадському харчуванні: Опорний конспект лекцій. К.: КНТЕУ, 2002. 235 с.
14. Назаренко І. А., Боднарук О. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 128 с.
15. Науменко М.О., Бляшенко О.І. Управління якістю обслуговування споживачів в підприємствах ресторанного господарства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 33. С. 121–213.
16. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. К. : ЦУЛ, 2006. 348 с.
17. Омельченко М. С., Стукальська Н. М. Розвиток та запровадження нових трендів в ресторанному господарстві. *Актуальні питання харчової промисловості та перспективи розвитку галузі*. Київ. 2021. С. 71.
18. Офіційний сайт «ФІГАРО-КЕЙТЕРИНГ». URL.: <https://figaro.ua/>
19. П'ятницька Г., Григоренко О. Глобальні тренди розвитку кейтерингу. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2019. №3. С. 51-68.
20. П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Менеджмент громадського харчування. К.: КНТЕУ, 2001. 655 с.
21. Пахомська О.В. Історія розвитку кейтеринг індустрії – від минулого в майбутнє. *Науковий вісник ТДАТУ*. 2022. Вип.12, том.1. С. DOI: <https://doi.org/10.31388/2220-8674-2022-1-17>
22. Пінчук А. С., Бойко А.В. Реклама як основний засіб просування кейтерингових послуг. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 25. С. 397-401. URL.: http://marketinfr.od.ua/journals/2018/25_2018_ukr/68.pdf.

23. Плюта О. Реновація діючих та проєктування нових форматів бізнес-моделей у ресторанному бізнесі: процесно-інноваційний підхід. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2021. Т. 4. №. 2. С. 223–234.
24. Постова В. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 24. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/192/184>
25. Постова В.В. Кейтеринг як новий тренд в ресторанному бізнесі. *Причорноморські економічні студії*. 147-150. 2022. №74. С.147-150. С.DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.74-21>
26. Прилепа Н. В., Миколюк О.А. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 5. Т. 2. С. 91-94.
27. Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) громадського харчування: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002, № 219.
28. Про затвердження Рекомендованих норм технічного оснащення закладів громадського харчування: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 03.01.2003, № 2.
29. Радіонова О.М. Івент-технології: конспект лекцій. Х., ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. 67 с.
30. Рябенка М. О. Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. 2021. Т. 24. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/52-.-Ryabenka-M.O.pdf>
31. Сало Я.М. Ресторанна справа. К.: ЦУЛ, 2005. 327 с.
32. Смирнов І. Г. Логістика комерційного й соціального кейтерингу: міжнародний та український вимір. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2013. № 5-6. С. 5–11. URL.: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2013/5-6\(70-71\)uazt_2013_5-6_3.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2013/5-6(70-71)uazt_2013_5-6_3.pdf).
33. Сторінка ТОВ «ФІГАРО – КЕЙТЕРІНГ» на Youcontrol. URL.: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/33061505/

34. Сучасні тенденції в оформленні фуршетних ліній. URL. <https://box-catering.ua/blog/suchasn-tendents-v-oformlenn-furshetnikh-lny/>
35. Тарасюк Г. М., Чагайда А. О. Тенденції розвитку кейтерингу в умовах інноваційних змін індустрії харчування. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 1. С. 170-177. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2020-278-1-30>
36. Тенденції в кейтерингу у 2024 році. URL: <https://studio.if.ua/tendencii-v-kejteringu-u-2024-roci/>
37. Тищук О. Сучасні тенденції проведення виїзного обслуговування (кейтерингу). 23.06.2020. URL. <https://www.cateringlviv.com/post/>
38. Топ-5 кейтерингових компаній України. Checkpoint Business Media URL.: <https://ckp.in.ua/lifestyle/19603>.
39. Топольник В.Г. Управління якістю продукції ресторанного господарства: навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. 174 с.
40. Усіна А.І., Сегеда І.В. Технологія ресторанної справи. конспект лекцій. Х., ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2012. 96 с.
41. Чириченко Ю. В. Глобальні світові тренди та інвестиційні пріоритети готельно-ресторанного бізнесу. *Економічний простір*. 2018. № 132. С. 14–22.
42. Якість і безпека харчових продуктів: тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., 16-17 листопада 2017 р. Національний університет харчових технологій ; М-во освіти і науки України. К. : НУХТ, 2017. 363 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

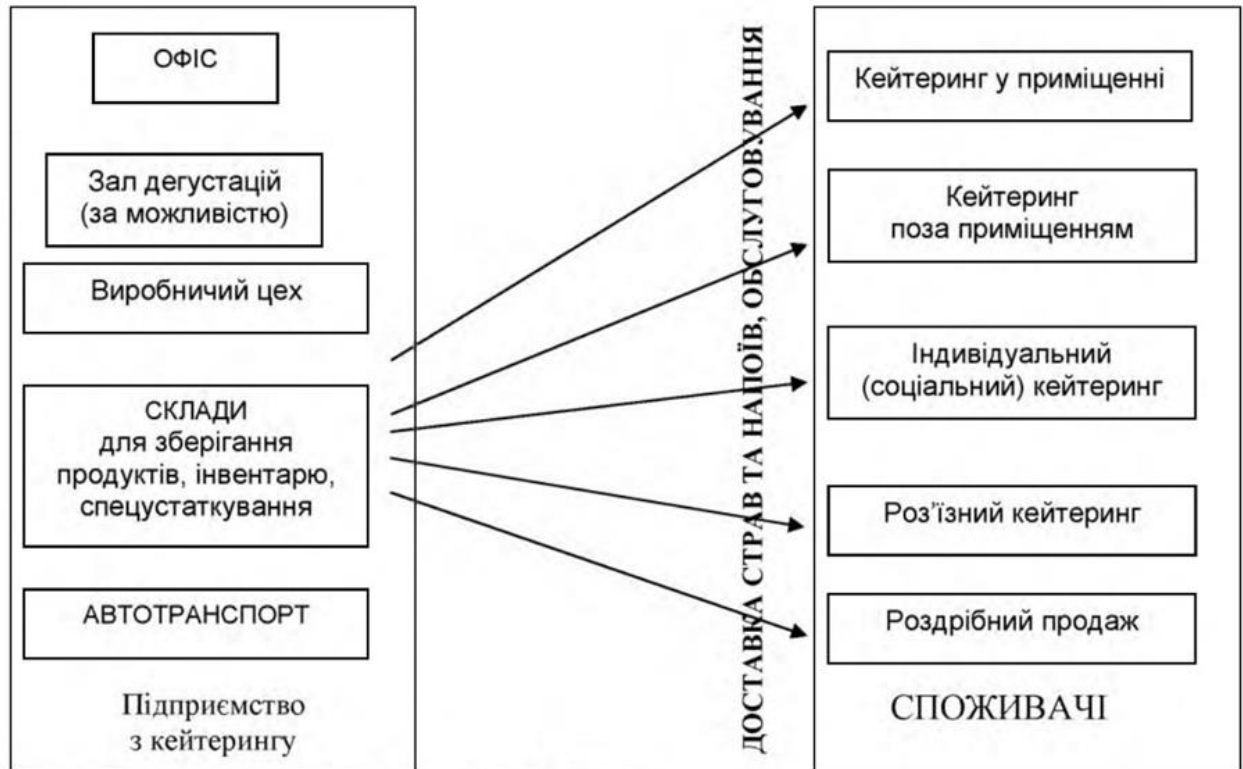


Рис. А.1 – Логістична схема кейтерингового бізнесу

Джерело: [38]

Види заходів та асортимент кейтеринг-послуг

Назва заходу	Характеристика послуг
Корпоративні свята, ювілеї фірм	Фуршетне меню. Встановлення звукового та світлового обладнання. Організація шоупрограми. Запрошення музичного гурту, артистів, ведучого. Оформлення приміщення. Організація обслуговування. Спецефекти.
Фуршети після семінарів, виставок, презентацій	Фуршетне меню. Оформлення столів. Організація обслуговування.
Приватні свята	Бенкетне меню. Запрошення ведучого вечора. Встановлення звукового та світлового обладнання. Організація розважальної програми. Оформлення приміщення. Організація обслуговування. Спецефекти. Спеціальне весільне бенкетне меню. Відповідне оформлення приміщення. Організація обслуговування. Розробка індивідуального сценарію.
Весілля	Послуги ведучого вечора та артистів. Встановлення звукового та світлового обладнання для дискотеки. Спеціальні ефекти та сюрпризи тощо.

Джерело: [23]