

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри к.е.н., доцент
Давиденко І.В. ()

« » _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітня програма: «Економіка та організація готельно-ресторанної справи»

на тему:

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДУ
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ШЛЯХОМ ВПРОВАДЖЕННЯ
КЕЙТЕРИНГОВИХ ПОСЛУГ

Виконавець:

Студентка Центру заочної та
вечірньої форми навчання

Кримська Ганна Владиславівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

канд. техн. наук, доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Захарчук Валентина Григорівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	5
1.1. Напрями розвитку послуг ресторанного господарства.....	5
1.2. Сучасні інноваційні технології в закладах ресторанного господарства...	10
1.3. Кейтеринг, як важлива складова підвищення показників діяльності закладів ресторанного господарства.....	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА БІЗНЕС ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	24
2.1. Класифікація підприємств ресторанного бізнесу.....	24
2.2. Аналіз послуг, які надаються закладом ресторанного господарства «Катран».....	32
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «КАТРАН».....	42
3.1. Рекомендації з розробки послуги кейтерингу, вибору та розрахунку вартості обладнання для кейтерингового обслуговування	42
3.2. Пропозиції щодо структури команди та розрахунків витрат при відкритті кейтерингового бізнесу.....	55
3.3. Рекомендації із розробки меню для кейтерингового обслуговування....	63
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ.....	

ВСТУП

Актуальність дослідження. Підприємства ресторанного господарства є важливою складовою сфери гостинності. Ресторанний бізнес є одним з найпоширеніших видів підприємництва як в нашій країні, так і в світовому масштабі, тому заклади ресторанного господарства постійно конкурують за вигідне позиціонування та найбільш перспективні сегменти ринку, а також за залучення нових клієнтів та утримання постійних.

Сучасна сфера гостинності пропонує широкий спектр послуг, багато з яких є новими та перспективними – такі, як: незвичні та екзотичні презентації страв, страви-фламбе, спостереження гостей за приготуванням страви, шоу барменів, кейтеринг – виїздне обслуговування у поєднанні з розважальними заходами.

У розвиток професійної діяльності готельно-ресторанного бізнесу важливий внесок зробили науковці і спеціалісти сфери гостинності: В. В. Архіпов [5], Д. І. Басюк. [7], О. Ю. Давидова [15], І. М. Єгупова [20], Л. Н. Мостова [31] та ін. Проте, багато завдань щодо даної тематики мають перспективу подальших досліджень, тому тема кваліфікаційної роботи є актуальною.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка напряму підвищення ефективності функціонування закладу ресторанного господарства шляхом впровадження кейтерингових послуг.

Завдання, які необхідно виконати для досягнення поставленої мети:

- дослідити напрями розвитку послуг ресторанного господарства;
- розглянути сучасні інноваційні технології в закладах ресторанного господарства;
- проаналізувати кейтерингові послуги, як важливу складову підвищення показників діяльності ресторану;
- розглянути класифікацію підприємств ресторанного господарства;

- надати організаційно-функціональну характеристику діяльності ресторану «Катран»;
- надати рекомендації з розробки послуги кейтерингу, вибору та розрахунку вартості обладнання для кейтерингового обслуговування;
- розробити пропозиції щодо структури команди та розрахувати витрати при відкритті кейтерингового бізнесу;
- надати рекомендації із розробки меню для кейтерингового обслуговування.

Об’єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес підвищення ефективності функціонування підприємства ресторанного господарства «Катран».

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є теоретичні та практичні складові підвищення ефективності діяльності ресторану «Катран».

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети потрібно використовувати наступні методи дослідження – теоретичні методи: метод аналізу й синтезу; метод теоретичного аналізу; моделювання; емпіричні методи дослідження; математичні методи: реєстрації і вимірювання; статистичні методи.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел (50 джерел), загальний обсяг роботи 76 сторінок, 17 рисунків та 10 таблиць.

Публікації. За матеріалами кваліфікаційної роботи опублікована стаття у збірнику ОНЕУ:

1. Krymska H. COMPONENTS OF RATIONAL FOOD IN RESTAURANT ESTABLISHMENTS // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 10 квітня 2024 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2024. 309 с. С. 12-15 [29].

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Напрями розвитку послуг ресторанного господарства

Незважаючи на складнощі сьогодення 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.

Однак, «ринковий відбір» ніхто не відміняв і помилки з обраними локаціями, невдалі концепції та фінансові «прорахунки» з недостатнім «запасом міцності», проблеми «в накопичення» і багато інших різноманітних факторів негативно вплинули на загальну динаміку – зупинку нових та припинення роботи вже працюючих закладів.

Маючи загальну позитивну торгову динаміку ринку, з більше ніж у 35% в постковідний 2021 рік, яка сформувала приблизні показники ємності ринку в Україні більше ніж на 26,5 млрд. грн., або біля \$963,4 млн. доларів США. Та відповідно, працюючих на початок 2022 року, приблизно 29,2 тисяч закладів. 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 [45].

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.

На цей час, достатньо важко робити «фінансові висновки», але спираючись на наявні дані та оцінки колег та партнерів по ринку, можливо очікувати торгові показники ресторанного ринку за 2023 рік на рівні 18-19 млрд. грн., або біля \$470-\$475 млн. доларів США. Ці показники, приблизно складають від 25% до 35% зростання у порівнянні з 2022 роком.

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.

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 [39].

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.

Традиційно, привалюють, європейський фьюжн, середньоморська /італійська та кавказька кухні. Значно більше відкривалося закладів з українською кухнею та її «стилізаціями».

Додалося більше демократичних «східних» гастро-концепцій, але більш-менш у «рамках» попередніх розподілів питомої ваги споживчих переваг за крайні декілька років.

«Барні», «кав'ярні» та «фаст-фуд» формати суттєво привалюють над «ресторанними» форматами і складають більше ніж 70%-75% від усіх нових відкритих закладів. Також, зазначим, що формат «бару» склав приблизно 15%-18% серед нових проектів як у Києві, так і в Україні в цілому. Цікавим, є ще факт зменшення кількості і відповідно, питомої ваги, нових «фаст-фуд» проектів, приблизне скорочення яких склало біля 30% протягом року [43].

Наявність готелів і ресторанів у прилеглих до м. Одеси населених пунктах можливо розглядати як місця для відпочинку одеситів, зокрема в святкові та вихідні дні. Але такі заклади мають бути розраховані на різну категорію відвідувачів, а тому мати різну цінову категорію. Враховуючи те, що Одеська область знаходиться переважно в степовій зоні, доцільним для регіону було б створення заміського лісопарку з розміщенням там рекреаційних закладів, готелів і ресторанів. Перспективним також є освоєння прибережної зони в межах Одеського регіону для здійснення на цій території туристичної діяльності. Необхідними є розробка і впровадження саме таких комплексних проектів розвитку туристично-рекреаційної сфери і готельно-ресторанного бізнесу, які сприяють формуванню національної екологічної мережі та інвестиційній привабливості регіону, для чого державне регулювання і державна підтримка набувають першочергової ролі [47].

Особливістю готельно-ресторанного бізнесу є невідривність створення послуги від моменту надання до отримання, та від суб'єктів, що її надають, та які отримують послугу. Це до максимуму збільшує важливість забезпечення високої якості послуг. У готельно-ресторанному бізнесі споживач

безпосередньо визначає для себе рівень якості отримуваних послуг і приймає рішення про повторне їх отримання чи, навпаки, відмову. Прийняття рішення при отриманні послуги іншими споживачами часто опирається на думки попередніх клієнтів готелів і ресторанів. Відтак, від якості послуг безпосередньо залежить можливість розвитку капіталу готельно-ресторанних підприємств.

Саме тому вважаємо, що органам державного управління для забезпечення ефективної діяльності готельно-ресторанних підприємств необхідно здійснювати формування, впровадження і сертифікацію систем якості на основі національних і міжнародних стандартів, у т.ч. з врахуванням сучасного стану розвитку інформаційних технологій [6].

На наш погляд, ринок готельно-ресторанного бізнесу є насправді одним з найбільш висококонкурентних через велику чисельність суб'єктів, що здебільшого незалежні один від одного. Разом з тим невиважені процеси державного регулювання щодо формування конкурентного середовища можуть призвести до розвитку олігополістичних процесів на цьому ринку. Йдеться про розвиток декількох великих мереж, які, значно посиливши свою присутність на ринку, зміцнюють вплив на нього і витісняють з ринку дрібніші суб'єкти готельно-ресторанного бізнесу [11]. Вважаємо, що саме тому органам державного управління слід врахувати ці особливості і працювати над збереженням здорового конкурентного середовища у галузі.

Інструментами тут є запровадження практики моніторингу конкурентного середовища ринку, виважена політика Антимонопольного комітету, підтримка конкурентоспроможності і ресурсне забезпечення менш конкурентоспроможних підприємств готельно-ресторанного бізнесу [48].

Нами узагальнено вивчення характеристик та особливостей функціонування готельно-ресторанного бізнесу як сектору економіки (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Концептуальні особливості розвитку і державного регулювання
готельно-ресторанного бізнесу

Особливості готельно-ресторанного бізнесу	Доцільні механізми регулювання	Особливості державного регулювання
Значні обсяги інвестицій і тривалий період їх окупності	Економічний	Надання податкових канікул, сприяння підвищенню ефективності інвестування, амортизація основних засобів
Взаємозалежність елементів системи готельно-ресторанного бізнесу, його інфраструктури і суміжних видів діяльності	Організаційний	Розвиток інституційної інфраструктури формування і використання фінансово-інвестиційного потенціалу галузі
Поєднання готельної та ресторанної складових бізнесу		Організаційно-методична підтримка, розвиток співробітництва суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу і суміжних видів діяльності
Наявність чинника міжгалузевої конкуренції	Інституційний	Покращення фінансово-інвестиційного і ресурсного забезпечення розвитку галузі
Переважання суб'єктів малого і середнього бізнесу		Формування стабільного та сприятливого для розвитку готельно-ресторанного бізнесу економіко-правового середовища
Необхідність забезпечення високого рівня якості і відповідності послуг	Соціальний	Розбудова туристичної, дорожньо-транспортної, логістичної та побутової інфраструктури
Здебільшого мережевий тип розвитку	Екологічний	Впровадження стандартів і контролю за якістю та відповідністю, ліцензування та сертифікація послуг
Важливість ролі кадрової компоненти у конкуренції послуг і забезпечення високої ефективності господарювання	Інформаційно-психологічний	Підтримка навчальних закладів і програм підготовки фахівців для готельно-ресторанного бізнесу
Сезонність бізнесу і залежність від місця розташування		Державна підтримка вітчизняного туристичного комплексу і мистецько-культурних можливостей держави

Джерело: [13, 45, 48].

Беззаперечно, вони позначаються на специфіці державного регулювання і підтримці розвитку цієї галузевої господарської системи. Тут в більшій мірі

потрібні організаційно-економічні заходи держави, зорієнтовані на формування сприятливого економіко-правового середовища для функціонування суб'єктів і розвитку галузі в цілому, формування фінансово-інвестиційного та кадрового забезпечення, організації програм міжгалузевого та міжсекторального співробітництва.

1.2. Сучасні інноваційні технології в закладах ресторанного господарства

Прогрес будь-якої країни відбувається за рахунок розвитку науки. Саме впровадження інноваційних технологій та ідей призводить до економічного зростання, розвитку малого бізнесу, і, відповідно, до фінансової стабільності.

Покращення у сфері обслуговування безпосередньо залежить від застосування інновацій. Варто зазначити, що оскільки зараз наша держава переживає фінансову кризу, то і рівень сервісу в закладах харчування є далеко не найкращим. Тому для того, щоб привернути увагу потенційних клієнтів, керівники ресторацій та кафе впроваджують у діяльність закладів нові технології.

У сфері дослідження ресторанного бізнесу вже є ряд робіт, присвячених цій темі [33, 35, 37]. Основні інновації можна класифікувати за видами (рис.1.1). До них відносять:

- маркетингові (керування процесом бронювання on-line);
- продуктові (розробка нових страв та їх оформлення);
- організаційні (нові форми та методи навчання персоналу, відкриття мережі закладів ресторанного господарства, планування нових концепцій);
- ресурсні (пошук нових ресурсів для розвитку підприємств) [15].

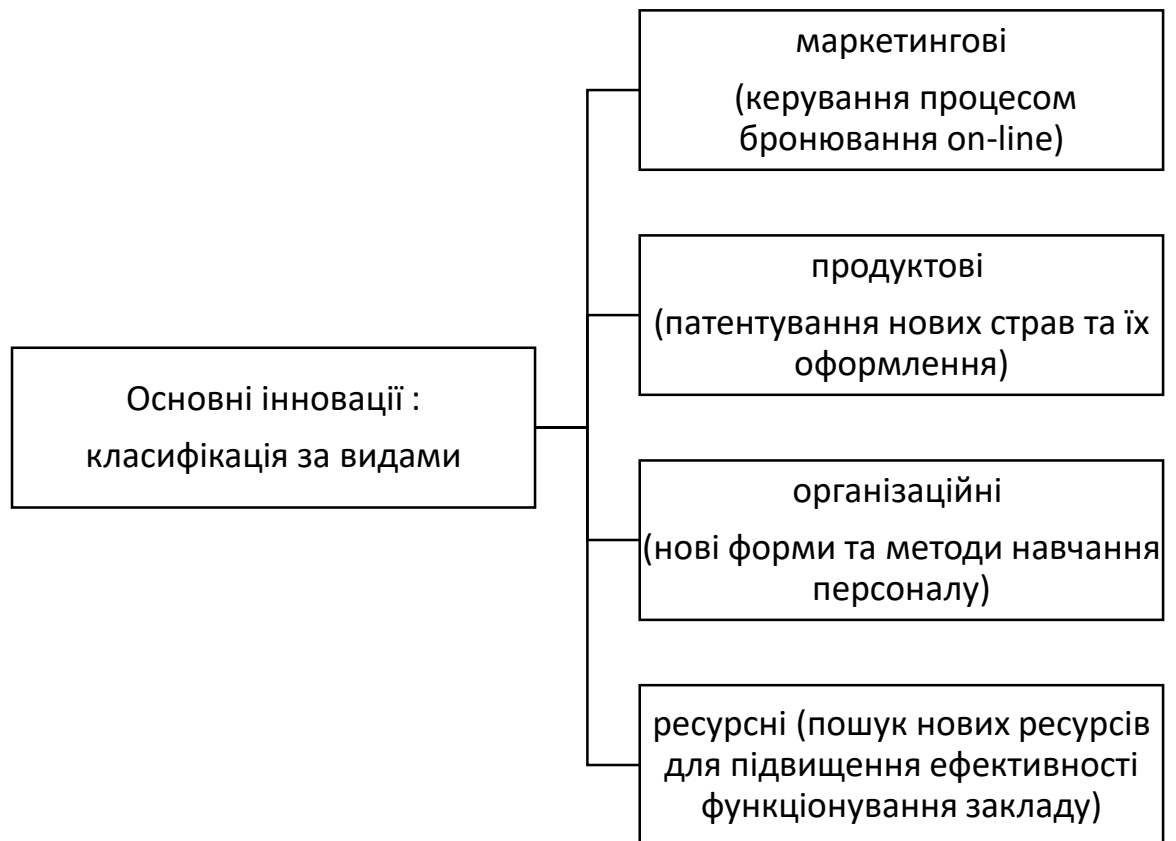


Рис. 1.1. Класифікація основних інновацій за видами

Джерело: розроблено автором на основі [15, с. 223]

Враховуючи наведені вище види інновацій, пропонуємо більш глибоко розглянути ті з них, які зараз активно використовуються у ресторанному бізнесі:

- Використання можливостей Інтернету. Сьогодні кожен бажаючий може забронювати столик в Інтернеті. В online замовленні вказують усі деталі (час, кількість персон, передзамовлення тощо), а також залишають свої контакти [17, с. 53]. Завдяки цьому замовнику на телефон надійде sms-сповіщення або йому зателефонують з ресторану особисто для підтвердження заявки. Популярними з надання подібних послуг є сервіси Stolik.ua, EatSMART.ua та ін.

- Наявність wi-fi. Цей критерій для сучасної молоді є одним із найголовніших при виборі закладу харчування або відпочинку. З вільним

доступом до Інтернету під час очікування замовлення можна переглянути новини, поспілкуватися з друзями у соціальних мережах, послухати музику тощо.

- QR-коди і наявність електронного меню. QR-код - це двовимірний штрих-код, з якого телефон зчитує інформацію. Це вдалий маркетинговий хід, завдяки якому привертають увагу відвідувачів. Зайшовши на сайт закладу, потенційні клієнти можуть переглянути on-line меню, де вказані всі позиції, що є в наявності у ресторані чи кафе. Це зручний спосіб, що спрощує процес вибору і замовлення страв безпосередньо на місці або через доставку.

- Меню на вітринах та при вході в ресторан. Вільний доступ до меню полегшує роботу персоналу у закладах харчування. Відвідувачі мають змогу самостійно ознайомитися з переліком страв і не відволікати офіціантів від роботи.

- Аудіо-візуальні дисплеї. Дисплеї, вбудовані у стіни, шафи, столи стали не лише оригінальним способом привернення уваги клієнтів, але й вдалим дизайнерським рішенням. Технологічно оновлений інтер'єр гарантує зацікавленість відвідувачів. Дисплеї можуть транслювати музичні кліпи, новини, а також використовуватися як екрани для доступу до Інтернету. Відповідно на них можна встановити програми з доступом до карт, схем транспортних маршрутів тощо. Однією з найвідоміших мереж по встановленню дисплеїв у світі є «Digital Signage». Їх послугами активно користуються мережа готелів Van Der Valk у Нідерландах, готель «Дель Коронадо» у Каліфорнії та ін.

До технічних новинок можна віднести наявність вмонтованих у ресторанах розеток до різних гаджетів. Нові види смартфонів швидко втрачають заряд і можливість його підживити є необхідністю для багатьох відвідувачів. Також це зручно для ділових людей, яким потрібно багато працювати за комп'ютером чи ноутбуком. Подібні нововведення у закладах харчування дають змогу вести справи поза межами офісів [20].

Окрім технологічних і технічних нововведень дуже важливими і перспективними є організаційні та продуктові новинки:

- Креативна подача страв. Для того, щоб дивувати клієнтів кухарі вигадують нові способи оформлення замовлень. Наприклад, для ресторанів із зіркою Мішлен звичною є подача на великому блюді маленької за розміром страви з нестандартною подачею. Проте цим уже нікого не вразиш. Зараз набирає поширення оформлення страв з імітацією під текстури (камінь, трава, мотузки тощо).

- Оригінальна концепція закладу. Сьогодні заклади намагаються привертати увагу клієнтів сучасними та креативними концепціями оформлення. Це стосується не лише кухні, але й дизайну, і тематики. Модною тенденцією є концепція «open kitchen», коли відвідувачі мають змогу спостерігати за процесами, які відбуваються на кухні. Попитом користуються тематичні ресторації та кафе зі специфічним дизайном та нетрадиційними підходами до обслуговування.

- Акцент на еко-продукцію. Стала популярною тенденція закупки продукції для ресторацій та кафе з фермерських угідь, у людей, які самостійно займаються вирощуванням овочів, фруктів, доглядом за тваринами, рибальством. Більшість рестораторів роблять спробу повністю перейти на еко-продукцію, яка коштує дорожче, але має вищу якість. Гарним прикладом є ресторан «Мааето», що в Осло (Норвегія), який має на рахунку три зірки Мішлен.

Також не втрачає вагомості кейтеринг. Останнім часом зросла кількість різноманітних виїзних церемоній, проведення заходів на свіжому повітрі. Забезпеченням страв займаються загалом спеціалізовані кейтерингові агенції. Проте деякі ресторани теж включають кейтеринг до переліку послуг. Такий хід приваблює нових відвідувачів та розширює можливості самого закладу [21].

Підсумовуючи викладені вище матеріали, хочеться зазначити, що впровадження інноваційних технологій у ресторанній сфері приводить до збільшення кількості відвідувачів, до розширення асортименту продукції та способів її подачі, а також до пошуку нових оригінальних рішень ведення бізнесу, які підвищують конкурентоздатність закладів харчування [9]. Отже, із удосконаленням технологій сфера обслуговування зможе вийти на новий рівень сервісу.

1.3. Кейтеринг, як важлива складова підвищення показників діяльності закладів ресторанного господарства

Серед національних секторів ресторанного господарства кейтеринг входить в десятку найбільш перспективних. Не дивлячись на несприятливий економічний клімат, виїзне ресторанне обслуговування стає справжньою індустрією. Історія українського кейтерингу налічує більше десяти років. З кожним роком популярність кейтерингу в Україні набирає обертів. Якщо раніше про виїзному ресторанному обслуговуванні знали лише професіонали ресторанного бізнесу, то сьогодні співробітники багатьох офісів на собі відчувають зручності і вигоди мобільних ресторанів.

Кейтерингове обслуговування з'явилося на українському ринку в 90-х роках минулого сторіччя. Однією з перших, хто представив на ринку таку форму обслуговування, була компанія «Гетьман-Фуршет». За словами фахівців «Гетьман-Фуршет», у перші роки клієнтська база практично повністю складалася з іноземців – більшість українців навіть не знали такого слова, як «кейтеринг». Запрошення спеціальної фірми для того, щоб «накрити поляну» на святі або пообідати в офісі, було в новинку і слабо сприймалося народною свідомістю [19].

Кейтеринг (catering) є виїзним обслуговуванням, тобто постачання блюд за межі власного підприємства, а також усіх супутніх послуг. Виділяють такі основні види кейтерингового обслуговування:

- виїзний кейтеринг, коли надаються послуги з організації банкетів, ювілейних вечорів і фуршетів, прийомів, коктейльна вечірка, кава-брейків, пікніків тощо. «Тематична наповненість» може бути якою завгодно, як святковою (весілля, день народження, ювілей, корпоративна вечірка), так і діловою (семінар, конференція, презентація);

- стаціонарне обслуговування корпоративних клієнтів на «абонентській» основі, тобто щоденне приготування і доставка харчування в офіси і підприємства соціальної сфери (школи, лікарні, дитячі садки, пологові будинки тощо). Якщо обслуговуванням заходів у нашій країні займаються вже дуже багато компаній, то доставка обідів поки тільки розвивається.

Сьогодні кейтерингові послуги надають як окремі компанії, так і ресторани. Різниця в тому, що для самостійних структур – це основний вид бізнесу, а для закладів ресторанного господарства – додатковий заробіток. Якість роботи підприємства визначають грамотний персонал, правильно розроблене меню, наявність необхідного устаткування та інвентарю, уміння створити атмосферу [16].

Кейтерингове обслуговування класифікується за різними ознаками: за контингентом замовників, за місцем проведення заходу, за повнотою циклу або характером наданих послуг.

За контингентом замовників кейтерингове обслуговування розраховане на чотири основні групи споживачів:

- корпоративні замовники (обслуговування ділових зустрічей, презентацій, конференцій (з наступним фуршетом), семінарів, корпоративних вечірок);
- громадські організації (обслуговування семінарів, зборів, благодійних банкетів, випускних балів тощо);

- індивідуальні замовники (обслуговування сімейних свят);
- колективи установ, підприємств, навчальних закладів (комплексні обіди, сніданки, вечери) рис.1.2.

За місцем проведення заходу кейтерингові обслуговування підрозділяються на:

- ті, що проводяться в приміщенні, офісі, вдома, будинку культури, на території виставкового центру, бізнес-центру, планетарію, музею тощо;

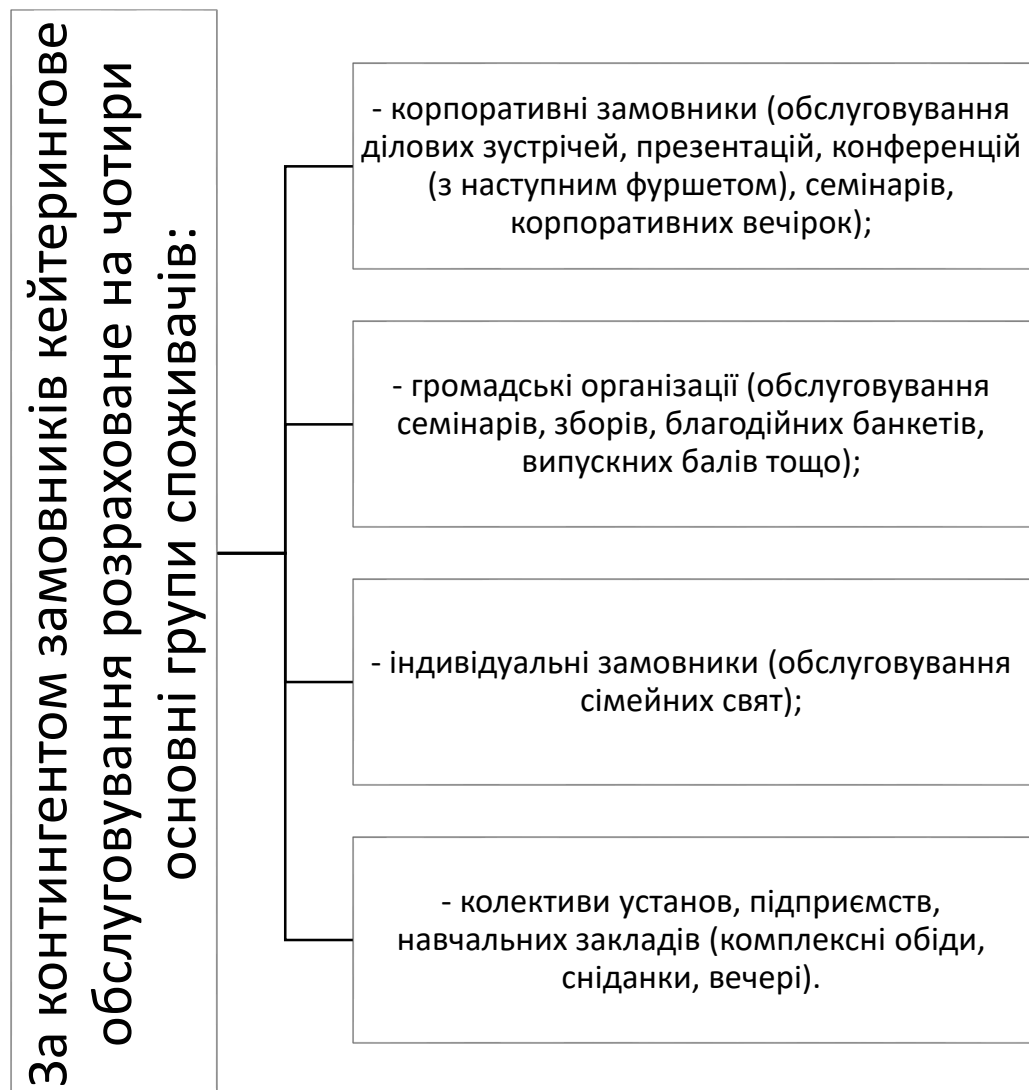


Рис. 1.2. Класифікація кейтерингове обслуговування за контингентом замовників

Джерело: розроблено автором на основі [28].

- ті, що проводяться на природі, — на галявині лісу, в береговій зоні тощо;

- ті, що проводяться на транспорті, — на прогулянкових катерах, теплоходах, авіа- та автомобільному транспорті.

Найчастіше замовник сам призначає місце проведення заходу. Якщо остаточний вибір ще не зроблено, то ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) пропонує йому найрізноманітніші варіанти на вибір.

За повнотою наданих послуг кейтерингове обслуговування поділяється на:

- кейтерингове обслуговування готовими продуктами харчування (вид виїзного обслуговування, при якому ресторан за спеціальними замовленнями бере на себе зобов'язання у виробництві та доставці страв, але не бере участі в обслуговуванні безпосередньо на місці);

- повносервісне (вид виїзного обслуговування, при якому ресторан за спеціальними замовленнями або кейтерингова компанія повністю бере на себе зобов'язання організації замовлення: розробку сценарію проведення свята, складання меню, приготування страв та напоїв, їх доставку на місце «призначення, обслуговування споживачів на рівні ресторанного сервісу, звершення роботи на місці проведення банкету.

При прийнятті замовлення на повносервісне кейтерингове обслуговування сервіс-менеджер узгоджує із замовником організаційні питання, а саме: час надання послуг, місце проведення заходу і умови (розміщення залу для гостей, наявність туалетів, кімнат для персоналу, приміщення для приготування їжі, кондиціонування, аварійних виходів, можливість куріння, екологічні норми).

Для організації виїзного обслуговування різних видів свят кейтерингова компанія має кілька варіантів меню. Але для кожного конкретного замовника створюється окреме меню, виходячи з його побажань і фінансових можливостей. Замовник отримує справжню ресторанну продукцію (закуси,

салати, гарячі страви, десерти) з відповідним сервісом. Утім, іноді замовнику рекомендують відмовитися від деяких страв, оскільки в організації кейтерингового обслуговування є деякі особливості: час між приготуванням та реалізацією готової продукції значно довший, ніж при класичному обслуговуванні в ресторанах, за рахунок її транспортування. Тому при розробці меню є деякі обмеження, наприклад, фахівці не радять включати до меню смажену грудинку качки, курку, рибу тощо, тому що подібні страви потрібно відразу ж подавати до столу і не можна зберігати в термосі, що позначається на їх смакових якостях. Якщо замовник висловлює бажання включити ці страви до меню, то на місце організації банкету привозять відповідне кухонне устаткування і запрошують кваліфікованих кухарів [27].

Заклад ресторанного господарства здійснює виробничий процес у власних спеціально обладнаних кухнях. Більшість страв готується, порціонується та оформляється на кухні, а страви нескладного приготування порціонують та оформлюють на місці проведення заходу у доготівельних приміщеннях безпосередньо перед поданням.

Виробничий підрозділ ресторану за спеціальними замовленнями (кейтерингової компанії) може працювати як на сировині, так і на напівфабрикатах різного ступеня готовності.

З виробництва на місце проведення заходу готові страви відпускаються за денними забірними листами. Готові холодні закуски та страви укладаються на блюда, запаковуються за допомогою харчової плівки, що сприяє збереженню зовнішнього вигляду та свіжості продукції. На кожен тарілку (блюдо) прикріплюється записка із зазначенням кількості виробів в упаковці.

Головною умовою, якої повинен дотримуватись виробничий підрозділ, є забезпечення відповідної температури подавання страв та напоїв, строків їх реалізації та якості готової продукції. Для цього необхідно мати: засоби накопичення та транспортування страв, відповідний посуд, який не б'ється, тару, яка зберігає тривалий час температуру та зручна в експлуатації. Доставка

готових гарячих страв може здійснюватися в термоконтейнерах, мармітах, спеціальних термосах, термоапаратах, що здатні підтримувати температуру продуктів протягом 2-3 годин. Крім того, на місці можна використати пересувні марміти для розігріву, а у деяких випадках може бути організована пересувна кухня, оснащена плитами, жаровими шафами, фритюрницями, електрогрилями тощо [31].

При визначенні місця проведення заходу обов'язково обумовлюється можливість обладнання доготівельного приміщення, наявність водопроводу та електромережі.

Готову продукцію необхідно доставляти на місце проведення заходу за 1-2 години до початку банкету. Готова продукція повинна доставлятися вчасно та без деформувань декорування страв. Необхідно дотримання вимог до строків зберігання сировини та готової продукції. Кайтеринговій компанії треба ретельніше підходити до вибору постачальників, які можуть гарантувати високу якість сировини, напівфабрикатів. Важливе значення має оформлення страв. Для цього ресторани за спеціальними замовленнями розробляють власні картки-схеми оформлення салатів та інших страв, на яких умовними позначками зазначено склад сировини та спосіб їх розташування в салатнику або на блюді. Таким чином можна скоротити час на приготування та оформлення страв, при цьому підвищується якість готової продукції.

При доставці на місце продукція розпаковується у спеціально відведеному приміщенні. Кухарі розкладають вироби на тарілки та блюда, дорізають деякі продукти, прикрашають та оздоблюють страви. Деякі страви, такі, як шашлик, барбекю, юшка тощо готуються безпосередньо на місці проведення заходу. Готова продукція подається на столи, попередньо розміщені на території проведення заходу, сервіровані та оформлені.

Враховуючи специфічні особливості виробництва, транспортування та реалізації продукції харчування під час виїзного обслуговування, великого значення набуває контроль за якістю виготовленої продукції. Дотримання

санітарно-гігієнічних умов на робочих місцях також є запорукою забезпечення якості страв. Працівникам необхідно дотримуватися особистої санітарії та гігієни, керівництво повинно забезпечити їх відповідним виробничим спецодягом. Перед кожним заходом проводиться інструктаж персоналу з техніки безпеки, враховуючи особливості території, на якій організовується банкет.

За характеристикою кейтерингові послуги поділяються на основні та додаткові.

До основних кейтерингових послуг належать: приготування та доставка продукції ресторанного господарства, послуги офіціантів в обслуговуванні.

До додаткових: організація культурного дозвілля та дизайнерська робота при оформленні приміщень, де буде проводитись замовлений банкет, прибирання приміщення після банкету тощо (рис. 1.3)

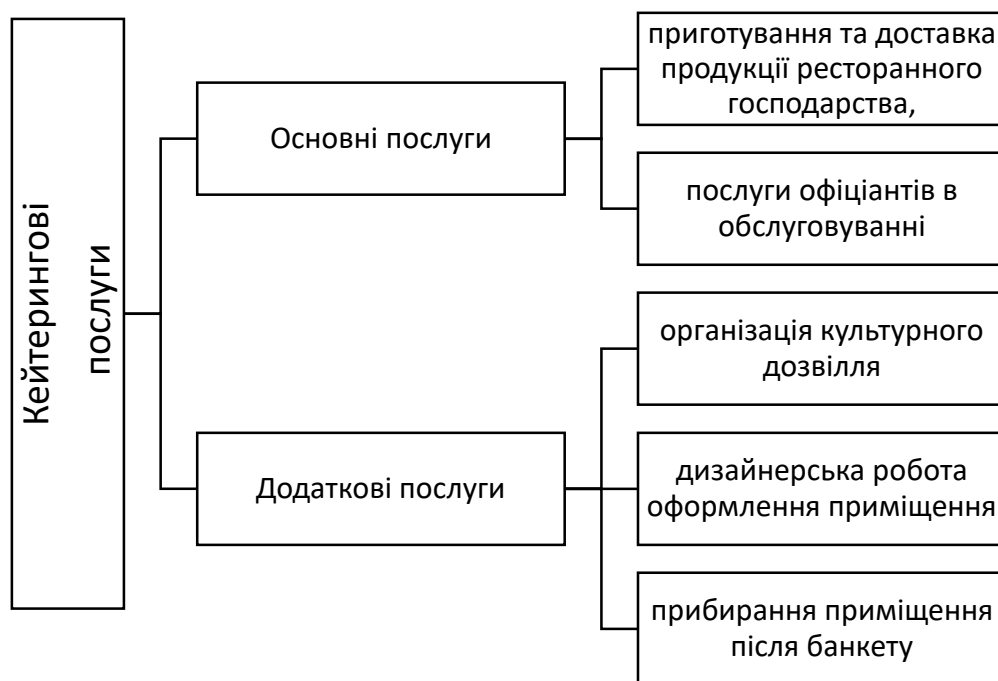


Рис. 1.3. Характеристика кейтерингових послуг

Джерело: складено автором

Ресторан за спеціальними замовленнями виконує роль посередника або повністю бере на себе забезпечення основних і додаткових послуг. У першому

випадку організатор кейтерингового обслуговування дає зацікавленим замовникам координати декількох музичних гуртів, ведучих вечорів, клоунів, дизайнерів, флористів, фірм, що займаються прокатом теплоходів, весільних аксесуарів тощо. У другому випадку вони особисто можуть домовлятися про умови надання додаткових послуг і їх оплату, позбавивши замовника від зайвих турбот.

Кейтерингове обслуговування проходить поза межами підприємств ресторанного господарства, іноді в місцях, де організувати процес приймання їжі складно. Після прийняття замовлення та погодження місця та часу проведення заходу, менеджер завчасно виїжджає на зазначене місце. На місці він повинен улагодити такі питання:

- чітко визначити кордони території, будівлі, що відводитимуться під організацію свята;
- визначити місця розташування фуршетних столів, розробити план-схему їх розміщення;
- улагодити питання водозабезпечення, електропостачання, кондиціонування тощо;
- улагодити питання аварійних виходів, пожежної та екологічної безпеки;
- вирішити питання розташування на місці проведення заходу приміщень для персоналу, доготівельних приміщень тощо.

Проведення заходу на відкритому повітрі передбачає зведення над столами шатрів, встановлення тентів з метою захисту гостей та продуктів від сонячних променів та можливих опадів. Підсобні приміщення необхідно розташовувати так, щоб можна було забезпечити зручний їх зв'язок із майданчиком для обслуговування гостей.

Обслуговування заходу починається з написання плану підготовчих робіт та самого свята із зазначенням часу виконання операції. Якщо передбачається масовий та важкий з точки зору оформлення захід, підготовка

починається ввечері попереднього дня. Кожний захід потребує розробки аналогічного плану, що дозволяє точно скоординувати роботу офіціантів і барменів.

Кожне свято передбачає певні особливості накривання та сервірування столів. Тому для зручності роботи обслуговуючого персоналу менеджер складає план-схеми сервірування банкетних столів. На схемі вказується розміщення столового посуду, страв, декорацій тощо. Так, при підготовці банкету-фуршету окремо накриваються столи під страви та під напої, що дозволяє офіціантам постійно контролювати кількість страв, барменам — кількість напоїв, своєчасно їх поповнювати.

Обслуговування споживачів починається після того, як підготовка до проведення свята закінчена, столи оформлені і сервіровані, обслуговуючий персонал одягнутий у форму.

Важливу роль на початку проведення свята відіграє правильна організація зустрічі гостей та їх розміщення за столом.

Кількість офіціантів, що беруть участь в обслуговуванні, розраховується у співвідношенні: один офіціант на 10-15 гостей на бенкеті-фуршеті та 6-7 гостей на бенкеті за столом. Перед початком заходу менеджер призначає бригадирів офіціантів з розрахунку 1 бригадир на 5-10 чоловік. Бригадирам пояснюються всі особливості обслуговування, час початку заходу та подавання страв тощо, це вони потім доводять до членів своєї бригади. Бригади офіціантів розподіляються за секторами залу (майданчику), за обслуговування яких вони надалі відповідають. При обслуговуванні офіціанти працюють за загальною схемою: подають страви, стежать за чистотою столів, прибирають використаний посуд. Паралельно в дототівельному приміщенні працюють кухарі, які дооформлюють страви, відпускають їх офіціантам [50].

На банкеті менеджер повинен чітко координувати роботу обслуговуючого персоналу, вирішувати поточні питання і проблеми, що виникають під час проведення заходу. До обов'язків офіціантів входить

подавання страв за розкладом, прибирання зі столу і задоволення прохань замовників. Кожний офіціант є відповідальним за окремий стіл (столи), але у разі необхідності може допомагати іншим.

Після закінчення банкету обслуговуючий персонал прибирає використаний посуд, роздрапіровує столи, збирає меблі, пакує все в коробки та транспортує на склад, проводить часткове прибирання приміщення або майданчика. Ці операції виконують офіціанти та інший обслуговуючий персонал.

Поширення реклами у соціальних мережах та відгуки клієнтів дозволяє сформувати позитивний імідж кейтерингової фірми на ринку та популяризації даного виду обслуговування. У підсумку, розвиток кейтерингового бізнесу відбувається з врахуванням нових тенденцій та використанням інноваційних технологій.

Висновки до Розділу 1

Впровадження інноваційних технологій у сфері гостинності приводить до збільшення кількості відвідувачів, до розширення асортименту продукції та способів її подачі, а також до пошуку нових оригінальних рішень ведення бізнесу, які підвищують конкурентоздатність закладів харчування.

Отже, стрімкий розвиток новітніх технологій стимулює використання нових форм ресторанного господарства у повсякденному житті. Особливої популярності набуває кейтерингове обслуговування, що набирає масштабності в організації та проведенні святкових заходів, бенкетів, під час яких приготування страв та обслуговування поєднуються з послугами інших сфер обслуговування. Це дало змогу виділити його в самостійний бізнес серед закладів харчування та стати важливою додатковою послугою в інших закладах ресторанного господарства.

Використання мобільного додатку для замовлення кейтерингу щодо організації святкових подій сприяє залученню нових клієнтів, надає можливість безготівкової сплати рахунку та отримання приємних бонусів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА БІЗНЕС ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

2.1. Класифікація підприємств ресторанного бізнесу

Підприємство ресторанного господарства – це організація, яка надає послуги, що задовольняють фізіологічні потреби споживачів та відповідають гігієнічним і нормативним вимогам у спеціально відведених для цього приміщеннях. Економічна діяльність галузі спрямована на отримання прибутку, коли вона функціонує як самостійне підприємство або як структурний підрозділ інших закладів (наприклад, готелів, торгових центрів, транспорту). Організація послуг харчування не тільки задовольняє гастрономічні потреби населення, але й забезпечує організацію відпочинку та розваг, а саме задоволення соціально-культурних потреб.

Національним стандартом ДСТУ4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» [3] встановлено класифікацію закладів ресторанного господарства, загальні вимоги до підприємств різних типів і класів. Згідно з даним стандартом, заклади ресторанного господарства класифікують за видами економічної діяльності, торговельно-виробничими ознаками, класами, комплексом продукції і послуг, сезонністю, потужністю, характером контингенту, використовуваними методами обслуговування.

За *видами економічної діяльності* підприємства ресторанного господарства поділяють на групи:

- підприємства, які продають їжу та напої, зазвичай, в призначених для споживання в закладі, з розважальними анімаційними програмами або без них (ресторан, кафе);
- підприємства, які продають напої та мають обмежений асортимент страв, які призначені для споживання в закладі, з розважальними анімаційними програмами або без них (бар);

- підприємства, в яких продається їжа та напої за нижчими цінами для відвідувачів, що об'єднані професійними ознаками (буфет, їдальня);
- підприємства, які доставляють їжу, що готується централізовано для споживання в будь-яких інших місцях (ресторан за спеціальним замовленням (catering), фабрика-заготівельня, фабрика-кухня).

За *виробничою діяльністю підприємства* ресторанного господарства поділяються на такі, які мають своє виробництво, і такі, які не мають свого виробництва. Зокрема, підприємства ресторанного господарства, які мають власне виробництво, поділяють на такі три групи:

- Підприємства ресторанного господарства, які виготовляють кулінарну продукцію – фабрика-кухня, фабрика-заготівельня, фабрика швидкозаморожених блюд, кулінарні фабрики тощо. Такі підприємства переробляють сировину промисловими методами, готують напівфабрикати, напівготову та готову продукцію для доставки до дрібних та середніх закладів ресторанного господарства.
- Підприємства ресторанного господарства, які поєднують завдання приготування страв та обслуговування споживачів, які працюють як на сировині, хоча, частково використовують напівфабрикати. До підприємств, які працюють на сировині, відносяться комплексні їдальні, ресторани, кафе, тощо. Така група підприємств характеризується завершеним виробним та торговим циклом, в яких виготовлену продукцію реалізують, організовують її споживання у власному торговельному залі.
- Підприємства ресторанного господарства, які працюють з напівфабрикатами та готовою продукцією. До такої категорії відносять буфети, їдальні-доготівельні, вагони-ресторани, заклади швидкого обслуговування, в яких продають холодні та гарячі закуски, страви, напої. На цій групі підприємств відбувається нетривале зберігання, розігрівання та продаж продукції відвідувачам у власних торговельних залах. Заклади можуть

продавати й готові страви та вироби, які постачають підприємства із своїм виробництвом (кондитерські, кулінарні вироби, борошняні).

За ознакою торгівлі підприємства ресторанного господарства поділяються на групи:

- підприємства, які реалізують продукцію та організовують її споживання в торговельному залі (ресторани, бари, кафе, кафетерії, закусочні, буфети, їдальні);
- підприємства, які продають продукцію для споживання за його межами (ресторан за спецзамовленням (кайтеринг), фабрика-заготівельня, фабрика-кухня) [5, с.36].

За ознакою комплексу продукції та послуг поділяють підприємства комбіновані, спеціалізовані, основного типу, комплексні:

- *підприємства основного типу* – до них відносять: ресторан, кафе, закусочна, їдальня, бар, кафетерій, буфет, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, ресторан за спеціальними замовленнями (кайтеринг).
- *спеціалізовані підприємства* – до них відносять ресторани, кафе, закусочні, які відпускають спеціалізований асортимент виробів, страв, напоїв (кафе-кондитерська, кафе-морозиво, ресторани національною кухні, закусочна: піцерія; бар: пивний, винний).
- *комбіновані підприємства*, ті, які поєднують декілька закладів різних типів в одній будівлі, з повною або частковою централізацією торговельно-виробничих функцій, складського господарства, управління і надають споживачу можливість вибору в одному місці кількох видів послуг: послуг, що надають ресторани, бари, більярдний клуб, кафе-бар тощо [31, с.11].

На певній земельній ділянці технічно може бути розміщений комплекс закладів ресторанного господарства. Згідно із ДСТУ 4281:2004 «Заклади

ресторанного господарства. Класифікація» [3], існує поняття: «майдан харчування». Це комплекс підприємств ресторанного господарства, які мають загальний торговельний зал.

Залежно від сезонності розрізняють постійні типи підприємств, які працюють цілий рік, і сезонні, які працюють з весни до літа. Формати ресторанів включають стаціонарні та мобільні типи (авто-їдальні, авто-буфети та вагони-ресторани).

Різні типи закладів характеризуються місткістю залів та обсягом продукції, яку вони виробляють. Типові проекти включають їдальні на 50, 100, 150, 150, 200, 300, 400 і 500 місць і більше; ресторани на 100, 150, 200, 400 і 500 місць; житлові комплекси на 150 і 200 місць; комплексні підприємства в міських районах на 300, 400 і 500 місць; виробничі потужності 15, 25 і 40 тонн.

Клас ресторану – це сукупність характерних ознак певного типу ресторану, що характеризують рівень вимог до продукції власного виробництва або закупленої, умов споживання, організації обслуговування та дозвілля споживача.

Відповідно до національного стандарту ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація», ресторани класифікують за класами щодо якості послуг, які надаються, дизайну інтер'єру, також асортименту меню страв від шеф-кухаря. На підставі цих відмітних ознак підприємства ресторанного господарства поділяють на три класи - люкс, вищий клас та перший.

Підприємство класу «люкс» присвоюється ресторанам та барам, які відповідають таким вимогам як цікавий дизайн інтер'єру, достатньо високий рівень комфортності, широкий вибір запропонованих послуг, оригінальний асортимент страв, в тому числі оригінальні фірмові страви, напої для ресторанів, широкий вибір замовлених та фірмових напоїв, змішаних коктейлів.

До підприємств ресторанного господарства класу «люкс» відносять ресторани та бари, які вирізняються від інших закладів ресторанного господарства унікальним характером об'ємно-планувальних рішень будівлі в цілому та приміщень для відвідувачів, а ще максимальним рівнем комфорту. Це відноситься як до ресторанів та барів з традиційною структурою системи, так тематичних – ресторанів та барів. Наявність сучасного устаткування, активне впровадження анімаційних програм та музичних заходів, зроблені за спеціальними замовленнями дизайнерські меблі та унікальний інтер'єр, освітлювальне облаштування гармонійно доповнюють архітектурно-художню концепцію, що створює разом найвищий за рівнем обслуговування тип підприємства.

Ресторан вищого класу мають високий рівень комфорту завдяки обладнанню, зручним меблям, креативному дизайну інтер'єру та відповідному мікроклімату з кондиціонерами. Це має доповнюватися високоякісним обслуговуванням клієнтів і хорошим вибором страв, кондитерських виробів, продуктів харчування та напоїв. Багато ресторанів цього класу спеціалізуються на приготуванні національних страв, а їхнє меню може включати фірмові страви, напої та закуски, які готують тільки тут. Позицій у меню менше, а рецепти менш складні, ніж у висококласних ресторанах класу люкс.

Ознаками ресторану першого класу є простота і оригінальність, гармонія і комфорт в інтер'єрі. Ресторан оформлений декоративними елементами, які створюють єдність стилю, з урахуванням назви ресторану і особливостей кухні. В оформленні використані цінні породи дерева та синтетичні оздоблювальні матеріали.

Меблі в ресторані зручні та довговічні, столи мають поліестерове покриття. Для сервірування столів замість скатертин можна використовувати індивідуальні лляні серветки та недорогий фарфоровий посуд.

У ресторанах першого класу пропонують широкий вибір смачних та корисних страв, холодних та гарячих закусок, напоїв, нескладного приготування. Обслуговування здійснюється офіціантами та барменами в уніформі (білий верх, чорний низ). Увечері в закладі грає музика, використовуються підсвічування. За характером контингенту, який обслуговують, розрізняють:

- загальнодоступні підприємства ресторанного господарства, де будь-який споживач може отримати товари та послуги;
- закриті підприємства ресторанного господарства, в яких товари та послуги надаються певним споживачам у місцях роботи, обслуговування та навчання (підприємства, будівництво, установи та навчальні заклади);
- підприємства ресторанного господарства, що обслуговують певну категорію споживачів, наприклад, постояльців готелів та мотелів, глядачів культурно-мистецьких закладів, пасажирів на вокзалах та в аеропортах.

Підприємства поділяються на групи залежно від методу обслуговування, які в них застосовують. Ресторани поділяються на дві групи: з обслуговуванням офіціантами та самообслуговуванням.

До першої групи належать загальнодоступні ресторани класу «люкс» та «вищого», а до другої – ресторани при підприємствах для організації сніданків, обідів, вечері. Ресторани із самообслуговуванням можуть мати широкий та вузький асортимент страв. За рівнем послуг вони належать до першого класу.

За термінологічним визначенням ДСТУ4281-2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» [3], тип закладу ресторанного господарства – це сукупність основних відмітних ознак його виробничо-торговельної діяльності.

При визначенні типу підприємства ресторанного господарства враховують наступні чинники:

- асортимент реалізованої продукції, її різноманітність та складність приготування,
- технічну оснащеність (матеріальну базу, склад приміщень),
- методи обслуговування,
- кваліфікацію персоналу,
- якість обслуговування,
- номенклатуру послуг.

До сфери ресторанного господарства належать такі типи закладів: ресторан, бар, кафе, кафетерій, їдальня, закусочна, буфет, домашня кухня, фабрика-кухня, фабрика-заготівельна, заклади швидкого обслуговування, майдани харчування.

Типи закладів ресторанного господарства визначають за ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» [3]. Згідно з цим стандартом ресторан – це заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закуплених товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організацією відпочинку і дозвілля споживачів.

У функціонуванні національної системи ресторанного господарства можна виділити наступні тенденції:

- скорочення мережі за рахунок зменшення чисельності закладів з організаційно-правовою формою юридичних осіб;
- збільшення чисельності фізичних осіб-суб'єктів господарювання,
- збільшення фактичного товарообороту та обсягів капітальних інвестицій при незмінній частці ринку;

Незбалансованість розвитку системи ресторанного господарства та мережі закладів актуалізує доцільність проведення SWOT-аналізу галузі з метою визначення потенціалу та загроз її розвитку (табл. 2.1)

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз системи ресторанного господарства України

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
– Наявність конкуренції; – Наявність сформованої мережі; – Зростання обсягів роздрібного товарообігу; – Наявність освітніх закладів, які надають профільну освіту; – Відкриття закладів у торгівельних та розважальних центрах; – Розвиток сучасних видів і форм надання послуг; – Розвиток громадських організацій професійного спрямування; – Популяризація комунікативних функцій ресторанного господарства у соцмережах та ЗМІ	– Територіальні диспропорції розвитку галузі; – Низькі доходи населення; звичка харчуватись в домашніх умовах; – Недієвість механізмів регулювання та стимулювання діяльності органами місцевого самоврядування; – Недостатній рівень впровадження нових технологій на основі використання прогресивних форм обслуговування та сучасного обладнання
Можливості (O)	Загрози (T)
– Наявність та збільшення платоспроможного попиту; – Покращення якості послуг; – Розширення методів та асортименту послуг та обслуговування; – Поєднання міжнародного досвіду та національних складових ресторанного господарства; – Державна підтримка; – Громадський контроль; – Розвиток міжнародних мереж; – Експорт послуг; – Створення елементів добросовісної конкуренції; – Подальша популяризація сфери гостинності у соцмережах, ЗМІ шляхом проведення фестивалів, майстер-класів	– Військові дії в країні; – Низька купівельна спроможність населення; – Інфляція; – Законодавчі зміни; – Проникнення на ринок неякісної продукції; – Недостатність належного державного та громадського контролю; – Недобросовісна конкуренція

Джерело: розроблено автором за матеріалами [1, 2, 6, 7, 8, 12, 14, 32]

У перспективі є потенціал збільшення ринку за рахунок розвитку кафе, закусочних і буфетів, оскільки послуги цих закладів схожі з ресторанными, але за нижчими цінами.

2.2. Аналіз послуг, які надаються закладом ресторанного господарства «Катран»

Ресторан «Катран» з номерами для відпочиваючих розташований на березі моря на околиці міста – на Великому Фонтані, за адресою провулок Маячний, 13. «Катран» оформлений у вигляді палуби на борту фрегата (рис 2.1.)



Джерело: [46].

Рис. 2.1. Підприємство ресторанного господарства «Катран»

Це відкриті майданчики з видом на море, а також два закриті комфортабельні зали та три VIP зали для любителів приватних зустрічей. Для зручності клієнтів на території комплексу «Катран» розташований готель із номерами класу Люкс. Рекреаційна зона характеризується віддаленістю від міської забудови на березі Чорного моря.

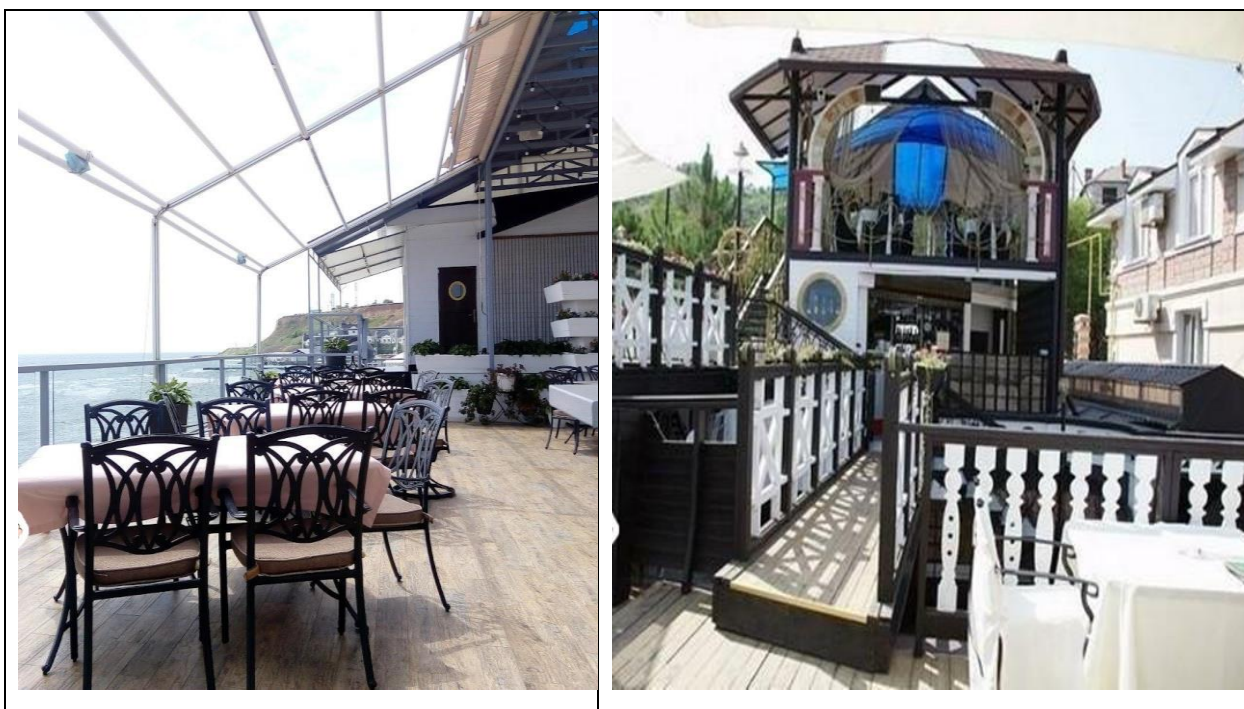
Готельно-ресторанний комплекс «Катран» має статутний фонд, товарний знак, розрахунковий рахунок в банку, а також власну печатку.

Цікаві дизайнерські рішення надають готельно-ресторанному комплексу оригінальних та неповторних рис. Важливим є те, що готельно-ресторанний комплекс Катран розмістився прямо біля моря та, відповідно, має свою власну пляжну зону.

У готельно-ресторанному комплексі «Катран» комфортабельні номери класу Люкс, Напівлюкс, Стандартні номери. У більшості номерів є краєвид на море. Номери мають міні-бар, фен, набір міні-парфумерії, тапочки, сейф, телефон, кондиціонер, супутникове телебачення та доступ до Інтернету. Водопостачання: гаряча та холодна вода цілодобово [46].

Також на території готельно-ресторанного підприємства «Катран» є дитяча ігрова зона з спеціалізованим майданчиком, сауна, більярд, паркування. На пляжі до послуг гостей парасольки, шезлонги з м'якими матрацами, рушники, кабінка для перевдягання, душові кабіни, батути.

У структурі готельно-ресторанного підприємства «Катран» є відкриті майданчики з видом на море (рис. 2.2.), а також два закриті комфортабельні зали (рис. 2.3.) та три VIP зали для любителів приватних зустрічей (рис. 2.4.)



Джерело: [46].

Рис. 2.2. Відкритий майданчик ресторану «Катран» з видом на море



Джерело: [46].

Рис. 2.3. Комфортабельний зал ресторану «Катран»



Рис. 2.4. Комфортабельний VIP зал для приватних зустрічей ресторану
«Катран» з видом на море

Основні зали ресторану вміщують до 50 гостей одночасно, банкетні VIP зали загальною місткістю до 30 осіб, відкрита тераса – 100 осіб з видом на море. Загальну характеристику ресторану «Катран» представлено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Загальна характеристика ресторану при готелі «Катран»

Назва показника	Характеристика
Тип і клас підприємства	Ресторан при готелі
Спеціалізація закладу ресторанного господарства	Рибний ресторан
Тип кухні	Морепродукти, Українська, Японська, Європейська, Східноєвропейська
Місткість залу ресторану	150 осіб одночасно; максимальна місткість до 200 гостей
Контактний телефон	+380-48-746-81-55
Адреса	м. Одеса, вул. Маячний провулок, 13, 65000
Електронна адреса	katran-club@gmail.com
Офіційний сайт	http://katran-club.com.ua/restourant
Сторінка в соціальних мережах	https://www.facebook.com/katran799/
Час роботи	Від 10:00 до 23:00
Способи оплати	Готівка та банківські картки

Джерело: розроблене автором на основі даних про підприємство

Ресторан «Катран» надає споживачам повний набір послуг із використанням методу обслуговування з офіціантами. Перелік послуг, які надаються рестораном Катран представлені на рис. 2.5.

Основу меню складають страви української, європейської, японської кухні, які готують за авторськими рецептами шеф-повара.

Ресторан «Катран» позиціонує себе як рибний ЗРГ, тому акцент зроблений на асортименті страв із риби та морепродуктів (рис. 2.6)



Рис. 2.5. Перелік послуг, які надаються рестораном Катран

Джерело: розроблене автором на основі даних про підприємство



Рис. 2.6. Страви із риби у ресторані Катран

Основними нормативно-технічними документами закладів ресторанного господарства є збірники рецептур страв і кулінарних виробів, нормативні документи, що діють у сфері ресторанного господарства, державні стандарти та технічні умови. Збірники рецептур містять рецептури і технологію приготування страв, а додані до них таблиці - вказівки щодо витрат сировини, виробництва напівфабрикатів і готової продукції та сумісності продуктів [34].

У рецептурах наведено назви продуктів, що входять до складу страви, норми виходу продуктів брутто і нетто, а також вихід (маса) окремих готових виробів і страви в цілому. У додатку до збірника рецептур наведено таблиці для розрахунку витрат сировини, виходу напівфабрикатів і готової продукції, величини втрат при тепловій обробці страви та готової продукції, а також норми сумісності продуктів при приготуванні страви. Збірник рецептур використовується для підготовки калькуляційних карт, які містять норми витрат сировини, обсяги виробництва, відпускні ціни на готову продукцію та техніко-технологічні карти [25].

Якість та безпека готових харчових продуктів складається з наступних елементів – дотримання технічних вимог до обробки та підготовки сировини на всіх етапах виробничого процесу. Персонал виробничої зони повинен мати технологічні карти для стандарту подачі страви. Дані карти повинні бути розроблені для всіх страв на основі збірника рецептур [23].

Ресторан «Катран» має цехову побудову, яка розділяється на цехи – заготівельні, доготівельні та спеціалізовані. У них облаштовані технологічні лінії, які оснащені необхідним обладнанням. Підготовка до робочої зміни відбувається за таким алгоритмом:

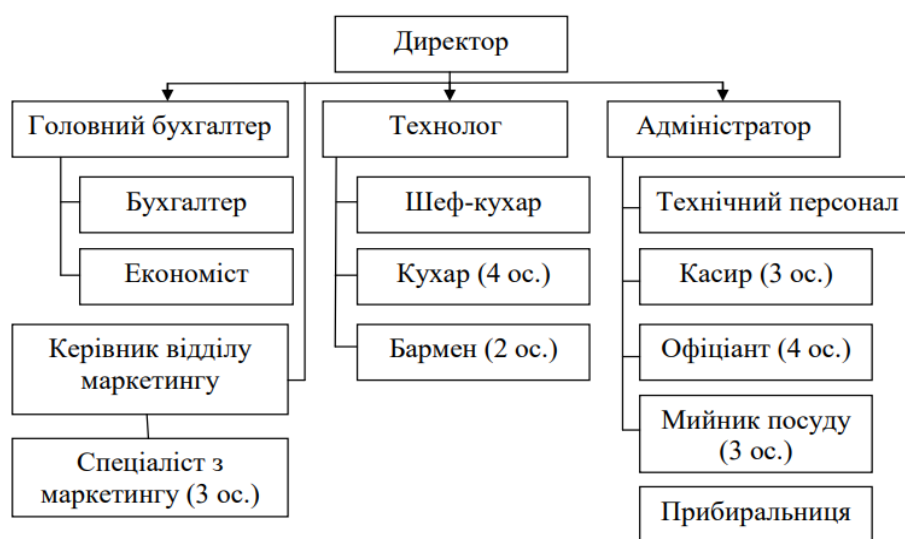
- складання меню та його затвердження у бухгалтера;
- оцінка готовності персоналу закладу та обговорення поточних питань;
- планування та розподілення завдань на робочу зміну;

- розрахунок та виписування сировини та продуктів, отримання їх зі складу;
- комплектування сировини та продуктів;
- підготовка замовлення; постачання сировини та продуктів на робочі місця.

Якість готової страви перевіряється в присутності шеф-кухаря. Вимірюється вихід, температура та сенсорні показники їжі. Результати перевірки та загальна оцінка готових страв фіксуються в журналі.

Щоранку та в кінці робочого дня в ресторані проводиться дезінфекція та прибирання (столи, обладнання, стелажі та підлога миються професійними миючими засобами).

Значна увага приділяється належним умовам праці в закладах ресторанного господарства. Структура управлінської діяльності ресторану Катран зображена на рисунку 2.7.



Джерело: розроблене автором на основі даних про підприємство

Рис. 2.7. Структура управлінської діяльності ресторану «Катран»

Організаційна структура ресторану має лінійну будову, яка характеризується прямолінійною взаємодією між підрозділами та

узгодженістю роботи співробітників.

Структура управлінської діяльності ресторану передбачає підвищені вимоги до керівника, який повинен бути добре обізнаним в сфері гостинності та професійній діяльності.

Аналіз меню ресторану «Катран» показав, що загальна кількість страв в меню – 70. Структуру меню ресторану представлено у відсотках у кожній асортиментній групі рис. 2.8.



Джерело: розроблене автором на основі даних про підприємство

Рис. 2.8. Структура меню ресторану «Катран»

Зважаючи на спеціалізацію ресторану, для приготування страв обирається найрізноманітніша рибна сировина та морепродукти як місцевого, так і зарубіжного виробництва. Ресторан «Катран» має постійних постачальників сировини та морепродуктів. На іноземних постачальників припадає 26% від загального обсягу закупівель.

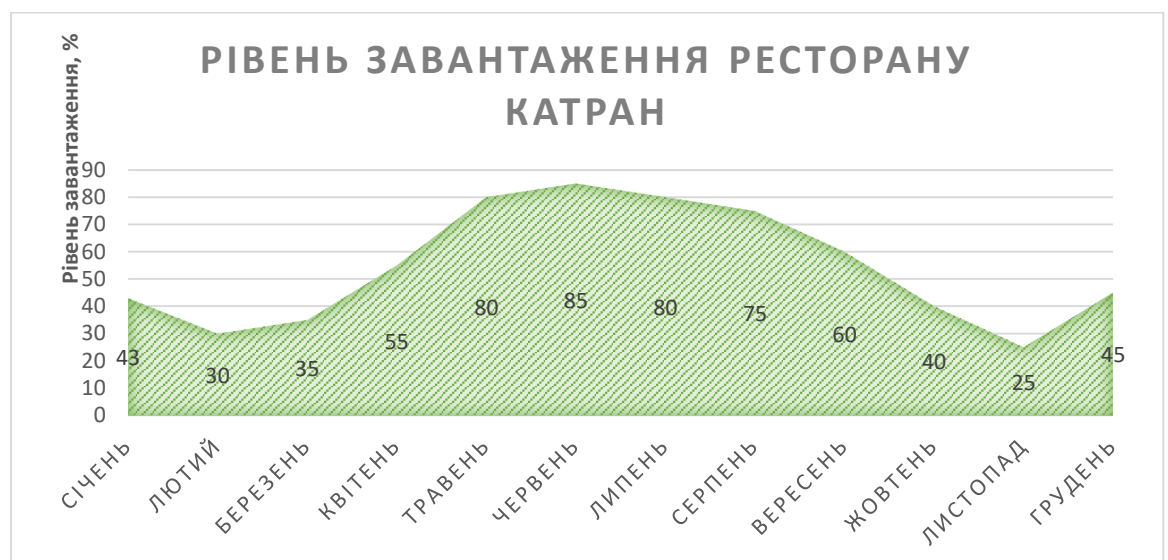
Співвідношення продукції ресторану представлено на рис. 2.9.



Джерело: розроблене автором на основі даних про підприємство

Рис. 2.9. Аналіз постачання продовольчої сировини до ресторану
«Катран»

Помісячний рівень завантаження підприємства ресторанного господарства «Катран» представлено на рис.2.10



Джерело: розроблене автором на основі даних про підприємство

Рис. 2.10. Помісячний рівень завантаження підприємства ресторанного господарства «Катран»

Динаміка основних економічних показників закладу ресторанного господарства «Катран» приведена в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Динаміка основних економічних показників діяльності ресторану
«Катран»

Економічні показники діяльності	За 2021 рік	За 2022 рік	Абсолютні відхилення
Чиста виручка, тис. грн.	6 250, 0	6 830, 0	580, 0
Собівартість, тис. грн.	4 150, 8	4 352, 7	202, 0
Валовий прибуток, тис. грн.	2 099, 2	2 477, 3	379, 0
Прибуток від продажів, тис. грн.	2 143, 8	2 356, 5	212,5
Рентабельність продажів	0,34	0,35	0,01
Рентабельність затрат	0,52	0,54	0,02

Джерело: розроблене автором за даними звітності підприємства

Проведений аналіз діяльності ресторану свідчить про покращення показників діяльності, що пов'язано із збільшенням гостей міста – внутрішнім переміщенням осіб в країні в 2022р. (відносно спокійний період для нашого регіону). За розглянутий період сума прибутку від продажів зросла майже на 212,5 тис. гривень. Проте, собівартість продукції зросла на 202 тис. гривень за рахунок здорожання імпортої та вітчизняною сировини.

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «КАТРАН»

3.1. Рекомендації з розробки послуги кейтерингу, вибору та розрахунку вартості обладнання для кейтерінгового обслуговування

Пропонуємо напрям підвищення ефективності функціонування закладу ресторанного господарства «Катран» шляхом впровадження нової послуги – такої як, кейтерингове обслуговування.

Сучасний ресоранний ринок, безумовно, потребує гнучких, мобільних та динамічних пропозицій. Кейтерінг відповідає всім трьом умовам. Основна перевага виїзного обслуговування в тому, що є можливість провести захід для будь-якої кількості гостей, на заданій локації та у тому вигляді, що підходить клієнту. Кейтеринг передбачає потреби замовника та підлаштовується під них.

Друга запорука успіху – заходи на природі. Жодних обмежень простору або місця для гостей. Різноманітність локацій та трендів проведення того чи іншого свята роблять кожен захід унікальним. Професійні кейтерингові компанії враховують дуже багато нюансів при проведенні будь-якого заходу, будь то зміна погоди, дитяче меню, умови подачі страв за бажанням клієнта. А ще такі компанії можуть дати корисні поради, які заощадять гроші, час та зусилля.

Види кейтерингу розрізняють за місцем, способом надання послуг та їхньою вартістю: подієвий кейтеринг (харчування гостей на приватному святі чи торгова точка на загальноміському святі), харчування на транспорті (в тому числі авіаційний кейтеринг, або бортове харчування), соціальне харчування (корпоративне харчування, освітні та медичні установи, виправні заклади, армія і тощо).

Найпопулярніші підвиди поняття кейтерингу:

- фуршети – найвідоміший і популярний вид виїзного обслуговування. Для нього характерна відсутність столиків, а іноді і офіціантів. Закуси і напої, а також посуд, заздалегідь розкладені на великих столах. Гості їдять стоячи, прилади відсутні;
- кава-брейки. Супроводжують тренінги, семінари, конференції, і припадають на перерви. У наявність кави, чай, цукор, бутерброди, солодощі;
- банкети. Одна з традиційних форм проведення урочистостей. Гостей розсаджують за столи, де заздалегідь розставлені закуски і напої. Подача страв як на обіді – від закусок до десертів;
- шведський стіл. Передбачено розсаджування гостей за невеликі столики і використання приладів. Палітра їжі і напоїв ширша, ніж на фуршеті;
- пікніки. Комфортний виїзд на природу зі столами, стільцями, сервіровкою. Основні страви – приготовані на вогні. Це можуть бути овочі, м'ясо, риба, шашлики, юшка;
- виїзний бар. Супроводжують захід офіціанти та бармени, а обладнання для коктейлів та велика кількість напоїв присутній обов'язково;
- доставка їжі. Подача здійснюється за заздалегідь узгодженим меню на різні підприємства або додому, в одноразовому посуді. Це може бути як доставка обідів, так і певного виду їжі: піци, суші, шашлику, пирогів (табл. 3.1).

Яке зі свят не очікувало би попереду, організувати кейтеринг можна у всіх випадках і в будь-якому масштабі. Відсвяткувати весілля на свіжому повітрі, провести дитячий день народження, відзначити майбутню річницю можна в такому ось цікавому форматі.

Кейтеринг підходить не тільки для проведення сімейних заходів. Будь-який інший захід, який передбачає подачу страв, цілком можна замовити у кейтерингової компанії. Корпоративи та презентації, виставки і випускні

вечори, пікніки і банкети – будь-яке із заходів залишить приємне враження для гостей і господарів.

Таблиця 3.1

Найпопулярніші підвиди поняття кейтерингу

	Підвид кейтерингу	Характеристика підвидів кейтерингу
1	2	3
1	Фуршети	найвідоміший і популярний вид виїзного обслуговування. Для нього характерна відсутність столиків, а іноді і офіціантів. Закуси і напої, а також посуд, заздалегідь розкладені на великих столах. Гості їдять стоячи, прилади відсутні;
2	Кава-брейки	Супроводжують тренінги, семінари, конференції, і припадають на перерви. У наявність кави, чай, цукор, бутерброди, солодощі;
3	Банкети	Одна з традиційних форм проведення урочистостей. Гостей розсаджують за столи, де заздалегідь розставлені закуски і напої. Подача страв як на обіді – від закусок до десертів;
4	Шведський стіл	Передбачено розсаджування гостей за невеликі столики і використання приладів. Палітра їжі і напоїв ширша, ніж на фуршеті;
5	Пікніки	Комфортний виїзд на природу зі столами, стільцями, сервіровкою. Основні страви – приготовані на вогні. Це можуть бути овочі, м'ясо, риба, шашлики, юшка;
6	Виїзний бар	Супроводжують захід офіціанти та бармени, а обладнання для коктейлів та велика кількість напоїв присутній обов'язково;
7	Доставка їжі	Подача здійснюється за заздалегідь узгодженим меню на різні підприємства або додому, в одноразовому посуді. Це може бути як доставка обідів, так і певного виду їжі: піци, суші, шашлику, пирогів

Джерело: розроблено автором за матеріалами [31, с.300].

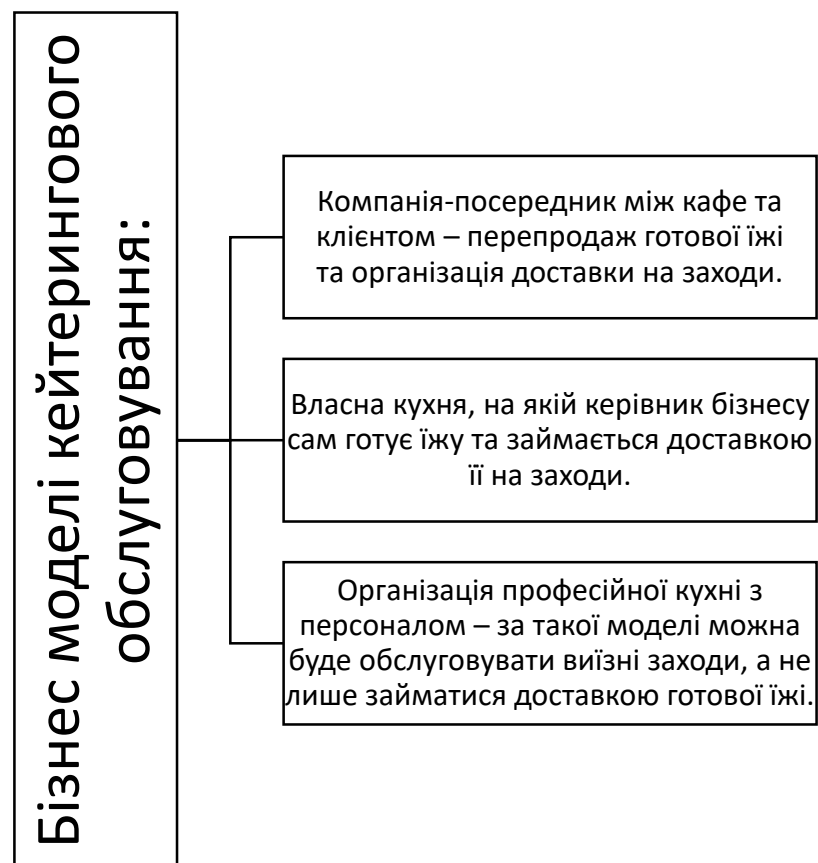
Проводять подібні святкування де завгодно, не тільки в офісному приміщенні та в банкетному залі, а й у дворі приватного будинку, в холі старовинного маєтку, на березі моря і навіть на палубі яхти.

З кожним роком підвищується попит на кейтеринг та виїзні заходи. Особливо актуальний цей бізнес улітку, коли фуршети замовляють на корпоративи, весілля та інші свята. У статті поговоримо про те, які види кейтерингу бувають і скільки коштуватиме відкрити такий бізнес із нуля.

З основних переваг кейтерингового бізнесу – вкладення на старті мінімальні, все залежить від обсягів виробництва. Витрати на відкриття кейтерингу нижче, ніж при відкритті ресторану або кафе, так як оренда за приміщення нижче, персоналу потрібно менше, тому і зарплатний фонд спочатку невеликий.

Розглянемо бізнес моделі кейтерингового обслуговування:

- Компанія-посередник між кафе та клієнтом – перепродаж готової їжі та організація доставки на заходи.
- Власна кухня, на якій керівник бізнесу сам готує їжу та займається доставкою її на заходи.
- Організація професійної кухні з персоналом – за такої моделі можна буде обслуговувати виїзні заходи, а не лише займатися доставкою готової їжі (рис. 3.1).



Джерело: розроблено автором

Рис. 3.1. Бізнес моделі кейтерингового обслуговування

Пропонуємо структуру бізнес-плану кейтерингу:

1. **Опис бізнесу та його актуальності** – у цьому розділі потрібно написати про сам бізнес: скільки планується співробітників, яка модель роботи, графік роботи тощо. Обов'язково потрібно провести аналіз конкурентів та оцінити актуальність бізнесу у вашому місті чи районі.

2. **Концепція та маркетинг** – тут описують формат роботи кейтерингу, особливості концепції та інші «фішки», які відрізнятимуть вас від конкурентів. Тут же потрібно продумати маркетингову стратегію на кілька місяців та особливу увагу приділити рекламній кампанії для відкриття бізнесу.

3. **Етапи реалізації** – у цьому розділі потрібно послідовно написати про відкриття та запуск бізнесу. Починаючи з дати запланованого відкриття, графіка роботи, схеми доставки та кількості персоналу, який працюватиме на змінах.

4. **Фінансовий розділ та аналіз ризиків** – основний розділ бізнес-плану, де прораховуються витрати на відкриття бізнесу та підбиваються підсумки по бюджету. Тут також потрібно продумати, які ризики можуть бути при відкритті кейтерингу або його роботі. Наприклад, потрібно врахувати те, що обладнання може зламатися – у вас має бути резерв грошей, який можна витратити на його ремонт.

5. **Резюме** – складається після написання всього бізнес-плану. У резюме мають бути підсумкові розрахунки окупності бізнесу, витрати на відкриття та маркетинг. Резюме найчастіше вивчають інвестори, котрі хочуть вкласти інвестиції в бізнес [10].

Документи для відкриття кейтерингового бізнесу. Для роботи кейтерингу потрібно буде відкрити ФОП за стандартною схемою. Для цього знадобиться:

- заповнити реєстраційну форму;

- принести до податкової паспорт та ППН.

Для кейтерингу підходить той самий вид діяльності з ОКВЕД, що й для кафе:

- 56.10 – діяльність ресторанів, надання послуг харчування. Але для виїзної торгівлі та доставки їжі можна ще вибрати:
- 56.21 – Постачання готових страв для подій.
- 56.29 – Постачання інших готових страв.

Інших спеціальних дозволів для кейтеринга не потрібно, оскільки, переважно, це виїзна торгівля. Якщо у вас буде своє приміщення з кухнею, воно повинно відповідати нормам пожежної інспекції та ХАССП.

Вибір приміщення для ресторану виїзного обслуговування. З пошуком приміщення для кейтерингу все набагато простіше, ніж при відкритті кафе – не потрібно шукати локацію із залом, так як можна використовувати зали та виробничу зону ресторану «Катран». При організації кейтерингу також може бути два варіанти: тільки офіс для адміністрації та кухня на аутсорсі або повноцінне приміщення з кухнею та офісом.

Оптимальний розмір кухні для середніх обертів – 30-40 кв. м. Офіс за такої кухні має бути облаштований для прийому клієнтів, які хочуть організувати харчування на святі.

Рекомендації щодо вибору та розрахунку вартості обладнання для кейтерінгового обслуговування

На базі ресторану варто відкрити офіс для адміністративного персоналу, тоді знадобиться мінімум обладнання:

- Комп'ютер – для оформлення замовлень та роботи з документами;
- Принтер – для друку рахунків та актів звітності;
- Меблі для співробітників та для клієнтів – столи, стільці, крісла;
- Мобільні телефони для прийому замовлень;
- Каса на планшеті;

- Кулер і т. д.

При відкритті кейтерингу з кухнею та офісом мінімальний список обладнання буде таким:

- Духові шафи або пароконвектомати;
- Плита, фритюрниця, гриль (залежно від асортименту страв);
- Витяжки та система вентиляції;
- Терези для вимірювання виходу страв;
- Холодильники та морозильні камери;
- Поверхні для роботи із нержавіючої сталі;
- Обладнання для миття, чищення овочів;
- Рукомийник та мийна ванна для посуду;
- Посуд для приготування їжі та інвентар та ін.

Окрема категорія обладнання для кейтерингу – посуд для пакування їжі. Вона має бути різноманітною і продуманою до дрібниць.

Наприклад, якщо ресторан продаватимете супи, посуд повинен бути зручним і герметичним. Обов'язковий критерій для посуду – він повинен зберігати тепло і бути екологічним. Гарячі страви краще подавати спеціальних контейнерах, це практично та екологічно. Обладнання, інвентар, посуд для виїзного ресторанного обслуговування, зобов'язані відповідати наступним високим стандартам:

- міцності;
- ергономічності;
- термостійкості;
- зовнішнього вигляду;
- комфорту у використанні;
- гігієнічності;
- зручності транспортування;
- стійкості до пошкоджень різного роду тощо [50].

Конкретний вибір посуду визначається статусом виїзного заходу, його форматом і тематикою. Так, наприклад, посуд для фуршетів та корпоративів може бути виготовлений з пластику або склопластику, а для статусного заходу можуть знадобитися дорогі аксесуари, високоякісне скло і презентабельна кераміка. Слід розуміти, що якісний інвентар для кейтерингу та посуд не можуть мати низьку вартість. Але вкладення в товари від провідних світових виробників незмінно окупаються дуже швидко. Для виїзних застіль потрібно чимало різноманітних столових наборів, сервізів і додаткових аксесуарів для сервірування, а також іншого інвентаря і обладнання для кейтерингу. При цьому слід завжди мати з собою як мінімум один резервний комплект посуду.

Кафе, ресторани і служби кейтерингу, які пропонують проведення масових заходів на найвищому рівні, потребують висококласного обладнання, сучасного, практичного і простого в експлуатації. Ознайомившись з основними категоріями обладнання для кейтерингу, їхніми функціями і особливостями, ви зможете зробити правильний вибір комплектації з урахуванням індивідуальних вимог.

Професійні термоконтейнери. Для тривалої підтримки заданого температурного режиму використовуються цільні поліетиленові контейнери з теплоізоляцією. Специфічні акумулятори холоду або тепла визначають внутрішній режим контейнера, а демонструють його електронні (або хімічні) термоіндикатори. Діапазон внутрішнього обсягу виробів з екологічного амортизувального матеріалу, який не вступає в реакції з вмістом, може становити від 6 до 242 літрів, а вага порожніх контейнерів є мінімальною. Термобокси елементарно миються, зручно штабелюються, їх легко переносити, завдяки надійним ручкам. Тепловіддача в якісних професійних термоконтейнерах становить близько 2 °C в годину.

Термовідра. Обладнання для кейтерингу з високоякісної нержавіючої сталі для перевезення їжі здатне довго підтримувати температуру в найширшому діапазоні від -40 °C до + 100 °C. У продажу можна зустріти

термовідра об'ємом від 10 до 50 літрів. Міцні ємності мають прекрасну стійкість до механічних впливів, вони екологічні, безпечні і мають захист від протікання (гумові ущільнювачі).

Чафіндіш. Поряд з іншим тепловим обладнанням, таким як марміти, чафіндіш служить для підігрівання їжі та забезпечує додатковий комфорт при організації виїзних фуршетів, корпоративів та різних церемоній. Чафіндіш виконує відразу кілька функцій – підтримує задану температуру страв в діапазоні від + 20 °С до + 85 °С (нагрівання без підгоряння), зберігає ідеальний смак продуктів і забезпечує для них ефектну презентацію.

Мобільні кавові станції. Абсолютно незамінне для кейтерингу обладнання – компактне, презентабельне та універсальне. Кавові станції підходять для будь-яких термосів діаметром до 190 мм і для абсолютно будь-яких горнят. Процес частування гостей заходу гарячою кавою відбувається акуратно, культурно і ефективно.

Термосумки і термопідноси. Це порівняно недорогий, але дуже легкий і зручний інвентар, переваги якого ви швидко оціните на практиці. Термосумки – найпростіший і найбільш компактний вид термоконтейнерів, а компактні термотаці з декількома відсіками для готових страв - оптимальне рішення для виїзних пікніків. Такі таці мають гарячі і холодні зони, між якими зручно розміщуються столові прилади або напої.

Диспенсери для соку, молока, кави і пластівців. Ця категорія професійного обладнання є дуже популярною у покупців, завдяки своїй високій функціональності, вдалій презентації та комфортній подачі напоїв. Диспенсери можуть використовуватися для порційної подачі кави і гарячого шоколаду, а також для збереження, охолодження і подачі соків, морсів і молока [40].

У кейтерингу особливо затребувані диспенсери для кави з підігрівом, тому що їхня ціна істотно нижча за вартість кавомашини, а здатність забезпечити гостей гарячим напоєм знаходиться незмінно на висоті. Все

обладнання для кейтерингу без винятку, якщо ви зробили грамотний його вибір, підвищує якість сервісу компанії і ефективно працює на її імідж.

Для реалізації наданих пропозицій необхідно зробити підбір та розрахунок вартості обладнання для надання кейтерингових послуг закладом ресторанного господарства «Катран», який представлено у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Підбір та розрахунок вартості обладнання для кейтерингу

№ п/п	Вид обладнання	Ціна одиниці обладнання грн.	Кількість одиниць обладнан ня, шт.	Вартість, грн.
1	2	3	4	5
1	Супниця електрична Airhot SB-6000 	2762	2	5 524 грн.
2	Чафіндіш електричний BRILLIS RA2301BE 	9130	3	27390
3	Термоконтейнери з нержавіючої сталі 	2241	4	8964

Продовж. табл.3.2.				
1	2	3	4	5
4	Термоконтейнер TCB-200 BRILLIS 	5569	2	11138
5	Термоконтейнер EPP-60.40.30 BRILLIS 	1826	5	9130
6	Термоконтейнер TCB-200EPP 	1625	5	8125
7	Вітрина холодильна GoodFood RTW100L Premium 	21621	1	21621
8	Вітрина теплова GoodFood WS2P Waffle House 	5050	1	5050

Продовж. табл.3.2.				
1	2	3	4	5
9	Кавомашина Dr.Coffee MiniBar S 	82110	1	82110
10	Сокоохолоджувач UGOLINI COMPACT 8/3 	35737	1	35737
11	Фуршетная стійка R3 Color 	2376	2	4752
12	Фуршетна стійка " ICE HAT" 	2280	3	6840

Продовж. табл.3.2.				
1	2	3	4	5
13	Фуршетна стійка new R1 сір з накладками від ковзання 	318	10	3180
14	Кип'ятильник двостінний FROSTY FWBD-08B 	3294	1	3294
15	Блюдо презентаційне (430x250x20) Brillis з меламіну 	190	5	950
16	Піднос 1217FFH Cambro (30x43) 	194	10	1940
	Всього:		56 одиниць обладнання	235 745 грн.

Джерело: розраховано автором з використанням [42].

Як видно, з розрахунку вартості обладнання для надання кейтерингових послуг закладом ресторанного господарства «Катран», який представлено в табл. 3.2 загальна вартість обладнання складає 235 745 грн.

Запропоноване обладнання має забезпечити якість, безпечність та свіжість страв, гарне обслуговування, задовольнити вимоги споживачів, які хочуть отримувати якісні послуги кейтерингового обслуговування. Основне обладнання, котре планується закупити це: супниці, чафіндіш електричний, термokonтейнери різної місткості, вітрина холодильна, вітрина теплова, кавомашина, сокоохолоджувач, фуршетні стійки різної конфігурації та місткості, кип'ятильник двостінний, блюда презентаційні, підноси.

3.2. Пропозиції щодо структури команди та розрахунок витрат при відкритті кейтерингового бізнесу

Покращенню роботи персоналу в закладах ресторанного господарства сприяє система стандартів обслуговування. Така система включає такі складові:

1. Стандартизацію роботи персоналу – докладний опис того, які дії та зобов'язання персоналу ресторану в різних ситуаціях. Необхідно відзначити, що стандарти обслуговування розробляються для того, щоб їх було зручно використовувати в процесі контролю сервісу, мотивації та навчання колективу в майбутньому. Стандарти сервісу мають бути об'єктивними, вимірюваними, зрозумілими та відповідати очікуванням гостей закладу [24].

2. Навчання кадрів: персонал зобов'язаний знати продукцію ресторану та вимоги роботи з гостем; тренінги і семінари такої спрямованості варто проводити регулярно.

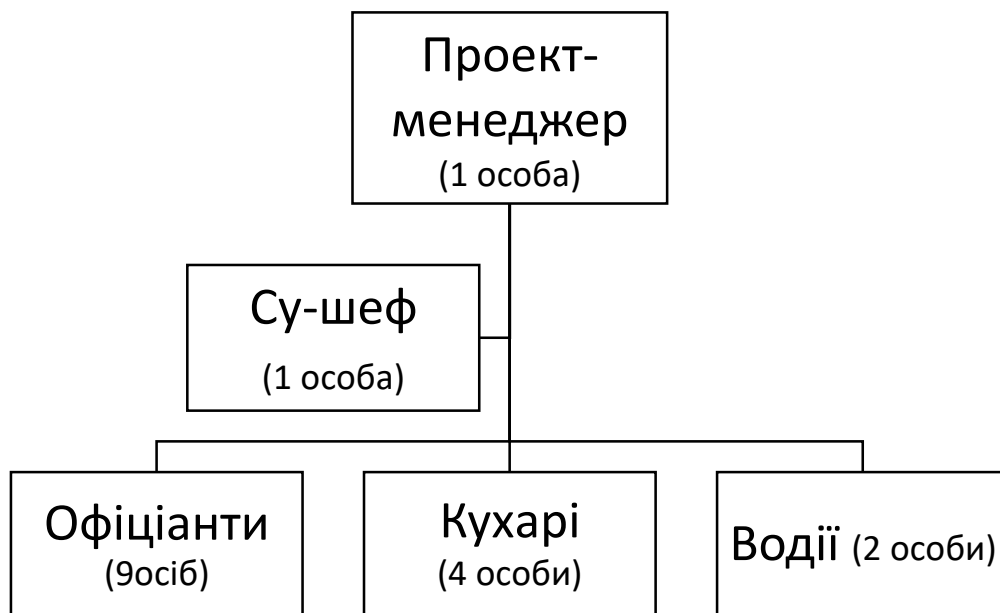
3. Контроль: перевіряючий в ролі гостя відвідує заклад ресторанного

господарства і оцінює роботу співробітників, якість продукції, швидкість обслуговування і т.д. Такі тренінги можуть бути інтегровані в порядок мотивації співробітників.

4. Порядок мотивації має застосовувати інструменти матеріальної та нематеріальної цікавості співробітників і породжувати ефективність його роботи з відзнакою. Наприклад, продуктивні номінації за найкращі результати: кращий ресторан, самий доброзичливий персонал і т.д.

5. Якість здійснення стандартів обслуговування. Необхідна мотивація співробітників, що висока якість обслуговування – це те, що справді потрібно закладу, що це гідно – забезпечувати людям достойний сервіс.

Ключовим завданням є розробка організаційної структури реалізації кейтерингового обслуговування, зокрема, у структурі слід відзначити наявність проект-менеджера, кухарів, обслуговуючого персоналу офіціантів та водіїв (транспорт для транспортування). Організаційну структуру команди представимо на рис.3.2



Джерело: розроблено автором

Рис. 3.2. Організаційна структура команди кейтерингового обслуговування ресторану «Катран»

Для реалізації нашого проекту пропонуємо напрям кейтерингового обслуговування, тобто виїзні заходи очолити су-шефу, так як шеф-кухар повністю зайнятий роботою на підприємстві. Обов'язки су-шефа: практично повністю дублює обов'язки шеф-кухара і при відсутності останнього повноцінно його замінює. Залежно від популярності ресторану, обороту відвідувачів, вимоги начальства су-шеф може бути, а може і не бути в штаті кулінарів. В останньому випадку його обов'язки може виконувати будь-який інший кухар, що працює при закладі і призначений шеф-кухарем.

Обов'язки су-шефа:

- Замінює шеф-кухара при його відсутності. Бере на себе всі організаційні і управлінські функції на кухні. Дає розпорядження, стежить за тим, чим займається кожен з підлеглих. Регулює діяльність з приготування страв, вносить корективи для поліпшення робочих процесів.
- Стежить за продовольством: складає списки продуктів на закупівлю. Також може отримувати товари, оцінюючи якість продовольства і, при низькому або невідповідній якості, повертати продавцю.
- Стежить за виконанням санітарно-гігієнічних вимог від співробітників. Контролює процеси і технології приготування страв. Оцінює презентацію страви перед подачею. У деяких закладах займається саме презентацією готового кулінарного виробу.
- Визначає графік роботи співробітників, розставляє зміни, годинник: хто, скільки, коли виходить. Відповідає за технічне оснащення: правильну експлуатацію кухонного приладдя, складає списки на закупівлю необхідного інвентарю та обладнання, пише заявки на необхідний ремонт або заміну техніки.
- Розробляє навчальні плани для співробітників, проводить і шукає відповідні семінари, майстер-класи, лекції. Навчає нових співробітників. Повинен розшифрувати технології, склад і спосіб приготування кожної страви з меню.

– Є кухарем не нижче 5 розряду: систематично готує страви. Розбирається в техніках і технологіях приготування, розуміє в рецептурах, знає, що має означати за складом кожне зі страв в меню, а також використовувані інгредієнти [41].

Загалом, професія су-шефа - це вміти готувати, зберігати, стежити за продуктами і співробітниками, вміти вибудовувати роботу підопічних, стежити за тенденціями і технологіями на світовий кухні, споживчим попитом. Від шеф-кухаря відрізняється рівнем відповідальності і кулінарним рангом.

Аналізуючи організаційну структуру команди кейтерингового обслуговування, слід відмітити, що дані працівники високої кваліфікації та можуть забезпечити реалізацію декілька різновидів кейтерингу (приготування їжі у приміщенні, приготування їжі поза приміщенням, контракт на доставку їжі та обслуговування в офісі, VIP – кейтеринг та ін.). При чому, зазначена кількість персоналу може обслуговувати 2 події одночасно, які пов'язані із кейтеринговим обслуговуванням.

Визначимо розмір оплати праці даних працівників в контексті кейтерингового обслуговування рестораном «Катран» в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Оплата праці персоналу для реалізації проекту кейтерингового обслуговування закладом ресторанного господарства «Катран»

№ п/п	Персонал	Кількість	Заробітна плата працівника за місяць, грн	Оплата праці персоналу за рік, грн
1	Проект-менеджер	1	27000	324 000
2	Су-шеф	1	28570	342 840
4	Кухарі	4	$20000 \times 4 = 80000$	960 000
5	Офіціанти	9	$17000 \times 9 = 153000$	1 836 000
6	Водії	2	$14500 \times 2 = 29000$	348 000
	Всього	17	317 570	3 810 840

Джерело: розроблено автором

Отже, оплата праці персоналу підприємства, який задіяний в кейтеринговому обслуговуванні буде становити – 3810840 грн., де основна

частка оплати праці буде спрямована на оплату праці офіціантів – 1836000 грн., кухарів - 960000 грн., водіїв – 348000 грн., су-шефу – 342840 грн., прект-менеджеру – 324000грн.

Також, співвідношення оплати праці співробітників команди кейтерингового обслуговування рестораном «Катран» представлено на рис. 3.3



Джерело: розроблено автором

Рис.3.3. Співвідношення оплати праці співробітників команди кейтерингового обслуговування рестораном «Катран»

З основних переваг кейтерингового бізнесу можна винести:

1. Невеликі вкладення під час запуску.
2. Швидкий старт бізнесу.
3. Високий попит на доставку готової їжі та обслуговування заходів.
4. Висока рентабельність та окупність бізнесу.

Недоліки кейтерингового бізнесу теж є і вони пов'язані з високою конкурентністю. З інших нюансів – потрібне дотримання системи ХАССП на

кухні, але недоліком це складно назвати, оскільки ці правила дотримуються всі типи закладів ресторанного господарства [28].

Пропонуємо визначити основні витрати на впровадження кейтерингового обслуговування підприємством ресторанного господарства «з нуля»: основні витрати в перший місяць при відкритті кейтерингового бізнесу, коли необхідна реєстрація у податковій, оформлення документів, аренда приміщення і т.д. (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Основні витрати в перший місяць при відкритті кейтерингового бізнесу підприємством ресторанного господарства

№п/п	Категорія витрат	Сума, грн
1	Реєстрація у податковій та оформлення документів	2 000
2	Розробка та просування сайту	30 000
3	Рекламна кампанія при відкритті	15 000
4	Оренда приміщення	25 000
5	Обладнання для кейтерингу	235 745
6	Посуд та упаковка	10 000
7	Зарплатний фонд	317 570
8	Закупівля продуктів	40000
9	Оплата комунальних послуг	5 000
10	Бензин або оплата транспорту кур'єру	3 000
	Разом	683 315

Джерело: розраховано автором

В нашому випадку, ресторан функціонує, тому категорії витрат будуть меншими. Отже, пропонуємо визначити основні витрати на впровадження кейтерингового обслуговування підприємством ресторанного господарства

«Катран», тобто, основні витрати в перший місяць при відкритті кейтерингового бізнесу (табл. 3.5).

З категорії витрат при запровадженні кейтерингових послуг ресторану «Катран» (табл.3.5) ми вилучили витрати на: реєстрація у податковій та оформлення документів, оренду приміщення, розробку сайту (сайт є, але його роботу потрібно активізувати).

Таблиця 3.5

Основні витрати в перший місяць при відкритті кейтерингового бізнесу підприємством ресторанного господарства «Катран»

№п/п	Категорія витрат	Сума, грн
1	Просування сайту	10000
2	Рекламна кампанія при відкритті	15000
3	Обладнання для кейтерингу	235 745
4	Посуд та упаковка	10000
5	Зарплатний фонд	317 570
6	Закупівля продуктів	40000
7	Оплата комунальних послуг	5000
8	Бензин або диз. паливо	3000
	Разом	636 315

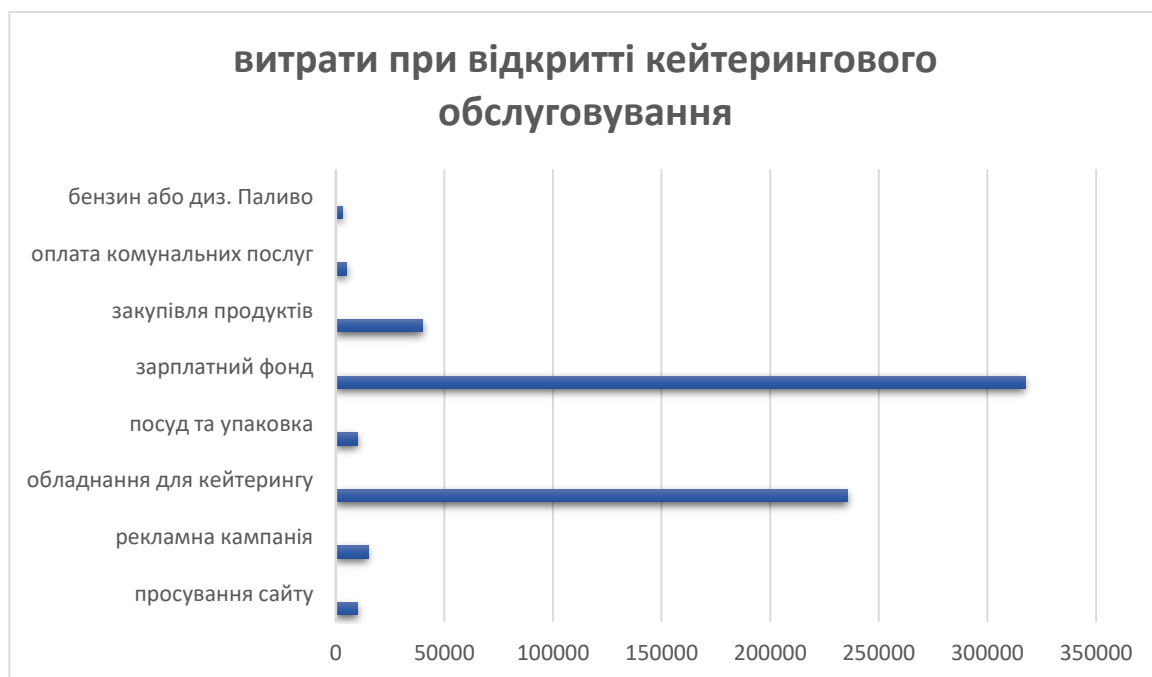
Джерело: розраховано автором

В даному розрахунку актуальними будуть такі категорії витрат: просування сайту, рекламна кампанія при відкритті, обладнання для кейтерингу, посуд та упакування, зарплатний фонд, закупівля продуктів, оплата комунальних послуг, бензин або диз. паливо.

Отже, для ресторану «Катран» основні витрати в перший місяць при відкритті кейтерингового обслуговування складуть - 636 315 грн. Це на

683 315 - 636 315 = 47 000 грн. менше, ніж при запровадженні кейтерингу «з нуля».

Найбільшу частку витрат складають – витрати на спеціалізоване обладнання для кейтерингу (рис 3.4). Щоб заощадити, за прикладом багатьох власників бізнесу, можна почати працювати на вживаному устаткуванні, а з часом можна перейти на нове, коли бізнес почне окупатися.



Джерело: розраховано автором

Рис. 3.4. Категорії витрат в перший місяць при запровадженні кейтерингового обслуговування рестораном «Катран»

Терміни окупності кейтерингового бізнесу залежатимуть насамперед від економічних умов у країні. Далі на окупність впливає попит та популярність закладу ресторанного господарства серед конкурентів.

В середньому окупність кейтерингового бізнесу становить від 12 до 24 місяців [28].

3.3. Рекомендації із розробки меню для кейтерингового обслуговування

Організація заходу з кейтерингового обслуговування починається зі складання меню. Правильно підібрані страви мають вирішальне значення для успіху урочистостей.

Важливим чинником при виборі страв є вид святкового заходу: корпоратив, сімейна вечеря, урочистий обід, весілля, офіційний захід, презентація, день народження чи пікнік, які вимагають різного підходу до вибору оптимального меню.

Наступним аспектом для правильної організації свята буде кількість та склад запрошених:

- чоловіки надають перевагу ситній м'ясній їжі та алкоголю;
- жінки – легким закускам та слабоалкогольним напоям;
- діти люблять солодощі.

При цьому вибір продуктів для малюків повинен проводитися особливо ретельно, з урахуванням віку та дозволених інгредієнтів.

Обов'язково під час організації урочистостей враховується час доби. Вечеря у будній день, святковий обід у вихідний день чи молодіжна вечірка вимагатимуть різну кількість їжі та напоїв. За правилами гарного тону господарі заходу мають попередити гостей про його формат. Запрошення можна супроводжувати коментарем про те, що це буде повноцінний обід, фуршет, звана вечеря або коктейльна вечірка.

Правильний вибір страв – основа вдалої урочистості. При складанні меню обов'язково враховуються смаки запрошених. На столі повинні бути такі страви:

- м'ясні;
- рибні;
- овочеві;

– сирні [38].

У рівних кількостях необхідно приготувати холодні та гарячі, солодкі та солоні, гострі та прісні частування. Якщо серед гостей є вегетаріанці, їх переваги обов'язково враховують.

Розрахунок обсягу їжі для повноцінного харчування гостей. Необхідно розрахувати кількість їжі, виходячи з тривалості заходу. Це допоможе не залишити гостей голодними, при цьому не переплатити за продукти, які залишаться.

Прийнято вважати, що на кожну людину потрібно 100 г їжі на годину. Якщо бюджет обмежений – скорочують обсяг до 70 г. Але важливим є і склад їжі. Легкий салат та м'ясна відбивна дадуть відчуття ситості на різні проміжки часу.

Але якщо цей захід, на якому люди будуть тільки їсти, не виходячи з-за столу, потрібна одна кількість їжі, для вечірки з танцями та конкурсами – зовсім інша. Також для рухомих свят у меню закладають не менше 150 мл прохолодних напоїв на одного гостя на годину. На презентаціях ця цифра знижується до 100 мл [50].

Безпосередньо на вартість святкового заходу впливає – складність страв та витрати на закупівлю продуктів. Завжди варто ретельно прорахувати кількість їжі та напоїв таким чином, щоб гості залишилися ситі та задоволені, але при цьому не було надлишків продуктів.

Пропонуємо розробку Меню для фуршету на 25 осіб для кейтерингового обслуговування закладом ресторанного господарства «Катран» (табл. 3.6)

Сума фуршету з гарячими стравами на персону складає – 850 грн/персону. Розрахункова вага фуршету з гарячими стравами на персону складає 680 грам/персону.

Таблиця 3.6

Розробка Меню для фуршету на 25 осіб для кейтерингового
обслуговування рестораном «Катран»

№ п/п	Найменування	Вага, грам	Кількість
1	2	3	4
<i>Закуси</i>			
1	Бісквіт з вершковим сиром, королівською креветкою, руколою та мікрозеленню	35	12
2	Фінік фарширований вершковим мусом з фісташками	25	12
3	Спринг-роли з крем-сиром, креветкою, авакадо та мікс-салатом	30	12
4	Тарталетка з лососевою ікрою та сиром Маскарпоне	35	12
<i>Канапе та воловани</i>			
5	Кошичок з хамоном, авакадо та пармезаном	15	12
6	Канапе з ролом із сиру Рокфор та хамону на білому хлібці	25	12
7	Канапе з сиром Гауда, оливкою та саямі в Пармезані	25	12
8	Канапе із слабосоленого лосося та моцарели на чорному хлібі в кунжуті	35	12
9	Канапе з хамоном і салатом на хлібці, панірованому кунжутом	25	12
10	Воловани із вершковим кремом, перепелиним яйцем та червоною ікрою	25	12
11	Воловани з гуакамоле та в'яленими томатами	25	12
<i>Шпажки</i>			
12	Шпажка з сиром Пармезан у чорному та білому шоколаді та виноградом	40	12
13	Шпажка з шинкою Прошутто, помідором чері	25	12
14	Шпажка «Ягідне асорті»	35	12
<i>Гарячі страви</i>			
15	Шматочки лосося з соусом Бешамель	50	25
16	Шашлик з курятини в спеціях Карі та Гарам-масала	100	25
17	Медальйони з телятини з пряними травами	50	25
18	Овочі-гриль на бамбуковій шпажці: оливки, болг.перець, гриби, морква. в'ялені томати		
<i>Десерт</i>			
19	Фруктове асорті: сезонні фрукти та ягоди	500	3
20	Тірамісу	120	25
21	Лимонад: лайм, апельсин, лимон, м'ята	200	25
	Вага фуршету з гарячими стравами на персону	680 г/персону	

Джерело: розраховано автором

Щоб розрахувати середній обсяг їжі та напоїв, враховують тривалість заходу і кількість запрошених. Орієнтир для урочистого банкету:

- 350-400 г готових страв на людину для святкування від 1 до 2-х годин;
- 550-600 г в середньому потрібно для 1 гостя на заході від 2 до 4 годин;
- 800-1200 г на людину для випускного або ювілею;
- для весілля беруть не менше 1500 г страв з урахуванням ваги торта.

В калькуляції банкетного меню також окремо розраховують приблизну вагу холодних і гарячих закусок, м'яса, риби, гарнір і десертів.

Розрахунок напоїв. Для тривалого заходу (весілля, корпоратив) варто підібрати 1,5-2 л безалкогольних напоїв з різним смаком. В алкогольному меню середні обсяги такі:

- 0,5-1 л вина на 1 гостя,
- 0,5 л ігристого вина,
- 0,3-0,7 міцних напоїв.

Доповнюють розрахунок напоїв мінеральною водою, яка необхідна на кожному святі.

Отже підсумовуємо чинники, які впливають на витрати кейтерингових послуг:

- Кількість персон, для яких потрібно приготувати частування та напої.
- Формат обслуговування та тривалість заходу. Це може бути фуршет або кава-пауза для ділових партнерів на пару годин, пікнік або урочистий бенкет, що займає весь день.
- Віддаленість від міста та специфіка розташування. Для проведення свят за містом потрібні додаткові витрати на доставку меблів, обладнання та, можливо, організацію електроживлення для техніки.

- Обслуговування офіціантами. Для сімейних або невеликих корпоративних свят можна замовити лише доставку та сервірування страв без обслуговуючого персоналу на вечір.
- Потреба додаткових послуг, включаючи оренду меблів, декору, флористику та встановлення наметів, якщо подія планується на свіжому повітрі.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання кваліфікаційної роботи ми зробили наступні висновки:

1. З огляду на складні часи для нашої країни, сфера гостинності продовжує працювати та розвиватися. Ситуація більш динамічна в «спокійних» регіонах України – Львів, Західна та Центральна Україна, 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.

Протягом 2023 року, нові проекти 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, третину від нових проектів, що 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.

2. Визначили, що впровадження інноваційних технологій у сфері гостинності приводить до збільшення кількості відвідувачів, до розширення асортименту продукції та способів її подачі, а також до пошуку нових оригінальних рішень ведення бізнесу, які підвищують конкурентоздатність закладів ресторанного господарства. Розвиток технологій стимулює використання нових форм ресторанного господарства у повсякденному житті.

3. Популярності набуває кейтерингове обслуговування, що набирає масштабності в організації та проведенні святкових заходів, бенкетів, під час яких приготування страв та обслуговування поєднуються з послугами інших сфер обслуговування. Це дало змогу виділити його в самостійний бізнес серед закладів харчування та стати важливою додатковою послугою в інших закладах ресторанного господарства. Використання мобільного додатку для замовлення кейтерингу щодо організації святкових подій сприяє залученню нових клієнтів, надає можливість безготівкової сплати рахунку та отримання приємних бонусів.

Поширення реклами у соціальних мережах та відгуки клієнтів дозволяє сформувати позитивний імідж кейтерингової фірми на ринку та популяризації даного виду обслуговування. У підсумку, розвиток кейтерингового бізнесу відбувається з врахуванням нових тенденцій та використанням інноваційних технологій.

4. Проаналізували основні ознаки класифікації підприємств ресторанного бізнесу за Національним стандартом ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація», в якому встановлено класифікацію закладів ресторанного господарства, загальні вимоги до підприємств різних типів і класів. Згідно з даним стандартом, заклади ресторанного господарства класифікують за видами економічної діяльності, торговельно-виробничими ознаками, класами, комплексом продукції і послуг, сезонністю, потужністю, характером контингенту, використовуваними методами обслуговування.

5. В Розділі 2 охарактеризували господарську діяльність закладу ресторанного господарства «Катран», який розташований на Великому Фонтані, за адресою провулок Маячний, 13. Ресторан при готелі надає наступні послуги своїм гостям: послуги з приготування та організації харчування; організація та обслуговування бенкетів, весіль та святкових вечірок; бронювання місць у ресторані; послуги щодо організації дозвілля; послуги з організації музичного обслуговування – концерти живої музики.

Основні зали ресторану вміщують до 50 гостей одночасно, 3 банкетні VIP зали загальною місткістю до 30 осіб, відкрита тераса у вигляді палуби на борту фрегата – на 100 осіб з видом на море.

Ресторан «Катран» позиціонує себе як рибний ЗРГ, тому акцент зроблений на асортименті страв із риби та морепродуктів. Вагому частину меню складають страви української, європейської, японської кухні, які готують за авторськими рецептами шеф-повара. Ресторан «Катран» має цехову побудову, яка розділяється на цехи – заготівельні, доготівельні та спеціалізовані. У них облаштовані технологічні лінії, які оснащені необхідним обладнанням.

Проведений аналіз діяльності ресторану «Катран» свідчить про покращення показників діяльності, що пов'язано із збільшенням гостей міста – внутрішнім переміщенням осіб в країні в 2022р. (в минулому році відносно спокійний період для нашого регіону). За розглянутий період сума прибутку від продажів зросла майже на 212,5 тис. гривень. Проте, собівартість продукції зросла на 202 тис. гривень за рахунок здорожчання імпортової та вітчизняною сировини.

6. З метою підвищення ефективності функціонування ресторану «Катран» пропонуємо впровадження кейтерингових послуг за такими складовими: запропонували 3 бізнес моделі кейтерингового обслуговування; розробили структуру бізнес-плану кейтерингу та визначили перелік документів для відкриття бізнесу; здійснили підбір та розрахунок вартості обладнання; надали пропозиції щодо складу команди; розрахували витрати при відкритті кейтерингового бізнесу; розробили меню для фуршету на 25 осіб для кейтерингового обслуговування рестораном «Катран».

Терміни окупності кейтерингового бізнесу залежать: від економічних умов у країні; від попиту та популярності підприємства ресторанного господарства в конкурентному середовищі. В середньому окупність кейтерингового бізнесу становить від 12 до 24 місяців

СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про захист прав споживачів», (Документ 1023-XII, чинний, поточна редакція – Редакція від 19.11.2022, підстава – 2529-IX URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>).
2. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», (Документ 771/97-ВР, чинний, поточна редакція – Редакція від 31.03.2023, підстава – 2849-IX URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text>).
3. ДСТУ 4281:2004 Заклади ресторанного господарства (класифікація) [Чинний від 2004-09-02]. Київ: Держспоживстандарт України, 2004. 16 с. (Національний стандарт України);
4. ДСТУ 3862-99 «Ресторанне господарство. Терміни та визначення» [Чинний від 2000-07-01]. Київ: Держспоживстандарт України, 2000. 20 с. (Національний стандарт України).
5. Архіпов В. В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані. – 3-тє видання: навч. посібник / В. В. Архіпов, Т. В. Іванникова, А. В. Архіпова. К.: Центр учбової літератури, 2018. 383 с.
6. Асауленко, Н. В. Особливості інноваційного процесу на підприємствах індустрії гостинності [Електронний ресурс] / Н. В. Асауленко // Економіка харчової промисловості. – 2020. – Т. 12, вип. 3. – С. 81–87.
7. Басюк, Д. І. Оцінка впливу макроекономічних факторів на розвиток готельного господарства в Україні / Д. І. Басюк, Л. О. Івченко, Н. А. Ткачук, К. О. Верес // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2019. – Т. 25, № 1. – С. 33–46.
8. Бошота Н. В. Тенденції розвитку підприємств готельного господарства України / Н. В. Бошота // Державата регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2018. – № 3. – С. 66–72.

9. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. URL: <https://mkip.gov.ua/>.
10. 8 причин, чому кейтеринг краще ресторану. URL: https://gazeta.ua/articles/promotion/_8-prichin-pochemu-kejtering-vsegda-luchshe-restorana/799326.
11. Гук Х. З. Ідентифікація концептуальних особливостей функціонування та державного регулювання розвитку готельно-ресторанного бізнесу держави // Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип.6. С.134-139.
12. Гуменюк В. В. Готельно-ресторанна справа в системі координат ціннісно-орієнтованого управління [Електронний ресурс] / В. В. Гуменюк, С. Я. Кісь, Б. В. Гречаник // Фінансовий простір. – 2018. – № 4. –С. 109–116.
13. Гакова М. В. Мікропідхід до управління поведінкою персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства / М. В. Гакова // Проблеми системного підходу в економіці. – 2018. – Вип. 2. – С. 35–40.
14. Давидова О.Ю., Писаревський І.М. Збірник наукових праць ХДУХТ «Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг».2008. Випуск 2(8), частина 2. С.215-219.
15. Давидова, О. Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: методологія, теорія і практика : монографія / О. Ю. Давидова ; Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. – 447 с.
16. Демидова Е. Кейтеринг-тренди 2019. Очікування експертів. URL: https://tourlib.net/statti_tourism/demidova.htm
17. Доценко, В. Ф. Інформаційні технології в готельній індустрії України: реалії та перспективи / В. Ф. Доценко, О. Б. Шидловська, І. М. Медвідь, Л. С. Бедусенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2020. – № 1. – С. 51–57.

18. Економіка регіонів у 2015 році: нові реалії і можливості в умовах започаткованих реформ. К.: НІСД, 2015. 92 с.
19. Економіка ресторанного господарства : навч. посібник / Н. О. Власова, Н. С. Краснокутська, О. А. Круглова, І. В. Мілаш ; Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Харків : Світ книг, 2013. – 389 с.
20. Єгупова І.М. Порівняльний аналіз розвитку ресторанного бізнесу в Україні // Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В.Г. Герасименко, О.Л. Михайлюк. К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.
21. Єгупова І.М. Особливості функціонування закладів ресторанного господарства // Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В.Г. Герасименко, Г.К. Бедрадіна, С.С. Галасюк та ін. / За заг. ред. В.Г. Герасименко. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262 с.
22. Жегус, О. В. Управління лояльністю клієнтів у закладах готельно-ресторанного господарства в умовах нових викликів [Електронний ресурс] / О. В. Жегус, О. В. Ілляшенко // Проблеми економіки. – 2020. – № 3. – С. 118–125. URL : https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2020-3_0-pages-118_125.pdf
23. Захарчук В. Г., Кунділовська Т. А., Гайдукович Г. Є. Технологія продукції ресторанного господарства: навчальний посібник. – Одеса: ОНЕУ, Атлант BOI COIU, 2016 р. – 479 с.
24. Захарова С. Г. Державне регулювання якості готельно-ресторанних послуг шляхом їх сертифікації / С. Г. Захарова // Держава та регіони. Серія : Державне управління. – 2019. – № 1. – С. 10–15.
25. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів, правових, нормативно-правових та інших актів для закладів ресторанного господарства. – 4-те вид. переробл. та доповн. / Автор-розробник і укладач О. В. Шалимінов.- К. : Арій, 2019. - 992 с. УДК 641.55.

26. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі : підручник / М. М. Скопень, М. К. Сукач, О. П. Будя та ін. — Київ : Ліра-К, 2017. — 764 с.
27. Карпенко Р. В. Облік, калькуляція і звітність у закладах ресторанного господарства : навч. посіб. / Р. В. Карпенко, В. М. Кузнецов, Н. Г. Салогуб. — Харків : Світ Кн., 2017. — 288 с.
28. Кейтеринг в Україні: Основи, Можливості та Обладнання. URL: <https://food-equip.com.ua/ua/stati/keitering-v-ukraine-osnovy-vozmozhnosti-i-oborudovanie>
29. Krymska H. COMPONENTS OF RATIONAL FOOD IN RESTAURANT ESTABLISHMENTS // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 10 квітня 2024 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2024. 309 с. С. 12-15.
30. Мальська, М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. — 2-ге вид., перероб. та доп. — Київ : ЦУЛ, 2012. — 472 с.
31. Мостова Л. Н. Організація обслуговування в ресторанному господарстві : підручник / Л. Н. Мостова, О. В. Новікова, І. М. Ракленко. — Київ : Світ Книг, 2017. — 657 с.
32. Мандзяк, О. М. Індустрія гостинності в умовах глобалізованого світу: аспектуалізація проблеми [Електронний ресурс] / О. М. Мандзяк // Молодий вчений. — 2017. — № 1. — С. 651–654.: URL http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_1_157 (дата звернення: 10.03.2024).
33. Мендела І.Я. Планування інноваційних стратегій підприємствами готельного бізнесу / І. Я. Мендела // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. — 2013. — Вип. 9(1). — С. 125–129.

34. Мазаракі А.А., Благополучна Н.П., Гайовий І.І., Григоренко О.М., Литвиненко Т.Є. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: підручник. К.: КНТЕУ, 2005. 631 с.
35. Мазуркевич І.О. Дослідження ефективності управління закладами готельно-ресторанного бізнесу Вінниччини // Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально-економічних процесів: монографія. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2019.
36. Нелюбов В.О., Куруца О.С. Основи інформатики. Microsoft PowerPoint 2016: навч. посібник. Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2018. 122 с.
37. Ніколайчук, О. А. Інформаційне обслуговування на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу: сучасний стан та перспективи [Електронний ресурс] / О. А. Ніколайчук, Н. С. Приймак, О. О. Сімакова, А. В. Слащева // Інвестиції: практика та досвід. – 2020. – № 23. – С. 37–42.
38. Основи готельно-ресторанної справи : навч. посібник / Н. І. Данько та ін. ; за заг. ред. А. Ю. Парфіненка ; Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2017. – 287 с.
39. Офіційний сайт Державної статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>.
40. Обладнання для кейтерингу. URL: <https://torgoborud.com.ua/ua/for-catering>
41. Павлюченко О. С. Організація виробництва в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. / О. С. Павлюченко, А. В. Гавриш, Л. О. Шаран ; Нац. ун-т харч. технологій. — Київ : НУХТ, 2017. — 227 с.
42. Підбір професійного обладнання для кейтерингового обслуговування. URL: <https://technofood.com.ua/ua/stati/neobhodimoe-oborudovanie-dlia-keiteringa>
43. Рахман, М. С. Вплив структурних зрушень показників готельно-ресторанного бізнесу на іміджеву модель України [Електронний ресурс] /М.

С. Рахман, Н. С. Заїка. // Ефективна економіка. – 2018. – № 6.
URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2018_6_43 (дата звернення: 03.02.2024).

44. Ряшко Г. М. Проектування комплексних підприємств харчування при готелі : навч. посіб. / Г. М. Ряшко, Т. П. Новічкова ; Одес. нац. акад. харч. технологій. — Одеса : Чорномор'я, 2017. — 300 с.

45. Ресторанний ринок у 2023 році – зміни та підсумки. URL: <https://horeca-ukraine.com/restorannij-rinok-u-2023-roci-zmini-ta-pidsumki/>

46. Ресторан «Катран» - офіційний сайт. URL: <http://katran-club.com.ua/restaurant>

47. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 р. URL: <https://oda.od.gov.ua/odeshhyna/soczialno-ekonomichnyj-ta-kulturnyj-rozvytok/strategichni-plany-dij-ta-programy-rozvytku/strategiya-regionalnogo-rozvytku/strategiya-ekonomichnogo-ta-soczialnogo-rozvytku-odeskoyi-oblasti-do-2020-roku/>

48. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія // За заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2017. 514 с.

49. Технологія продукції ресторанного господарства: підручник / А. Д. Салавеліс, С. Л. Колесніченко, Ю. О. Козонова, С. О. Поплавська. — Одеса: Освіта України, 2017. — 312 с.

50. Як розрахувати вартість кейтерингу. Анатолій Дзюбенко. URL: <https://dzyga-catering.com.ua/ua/stati/yak-rozrahuvati-vartist-kejteringu/>