

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу**

На правах рукопису

**ЛЕОНТЕНКО МИКИТА СЕРГІЙОВИЧ
ОРГАНІЗАЦІЯ КЕЙТЕРИНГУ РЕСТОРАНАМИ**

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна
(код) (назва спеціальності)
справа

Освітня програма Готельно-ресторанна справа
(назва)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Науковий керівник:
**Яковлева-Мельник Наталія
Георгіївна,**
старший викладач

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол засідання кафедри

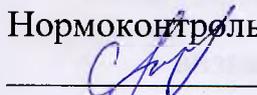
№ 8 від 02.06.2025 р.

Т.в.о. завідувача
кафедри ТГРБ


(підпис)

Дмитро ЛІСНИЙ
(ім'я, прізвище)

Нормоконтроль


Наталія СЕРГІЄНКО

Дніпро, 2025

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Т.в.о. завідувача кафедри
туристичного та готельно-
ресторанного бізнесу

 **Дмитро ЛІСНИЙ**

«10» Серпень 2025 р.

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ЛЕОНТЕНКА МИКИТИ СЕРГІЙОВИЧА**

1. Тема роботи: «**Організація кейтерингу ресторанами**».
2. Науковий керівник: старший викладач Яковлева-Мельник Наталія Георгіївна.

Затверджено наказом вищого навчального закладу № 16-02 від 10.03. 2025 р.

3. Термін подання роботи на кафедру: 09.06.2025 р.
4. Мета кваліфікаційної роботи полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних положень та розробці практичних рекомендацій щодо організації харчування в готельно-ресторанних комплексах
5. Завдання випускної кваліфікаційної роботи:
 - визначити теоретичні основи організації кейтерингу в ресторанному бізнесі та історію розвитку кейтерингу в Україні та світі;
 - визначити особливості кейтерингу порівняно з традиційним

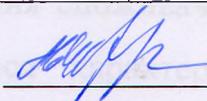
ресторанним обслуговуванням;

- проаналізувати тенденції розвитку кейтерингу в Україні та світі;
- проаналізувати вплив війни в Україні на організацію кейтерингу;
- розробити стратегію підвищення ефективності кейтерингу;
- провести аналіз кейсів успішних ресторанів з послугою кейтерингу;
- рекомендації використання технологій у кейтерингу: онлайн-замовлення та управління.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з\п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	30.03.2025 р.	виконано
2.	I Розділ	15.04.2025 р.	виконано
3.	II Розділ	02.05.2025 р.	виконано
4.	III Розділ	27.05.2025 р.	виконано
5.	Робота в цілому	02.06.2025 р.	виконано

Науковий керівник



Наталія ЯКОВЛЄВА-МЕЛЬНИК

Здобувач вищої освіти



Микита ЛЕОНТЕНКО

Дата видачі завдання 11.03.2025 р.



Звіт подібності

метадані

Назва організації

Dnipropetrovsk University of Humanities

Заголовок

Леонтенко М. ГР-21

Автор

Науковий керівник / Експерт

Леонтенко М.Яковлєва-Мельник Н.Г.

підрозділ

Dnipropetrovsk University of Humanities

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Заверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



КП 1



КП 2

25

Досяжна фрази для коефіцієнта подібності 2

14438

Кількість слів

111019

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про **МОЖЛИВІ** маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		17
Інтервали		0
Мікропробіли		1
Білі знаки		0

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	https://qi.edu.ua/koledzh/pidrozdily/biblioteka/repozytorii/%D1%84%D0%B0%D0%B9%D0%BB/%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%B6%D0%B8%D1%82%D0%B8/485d1e7e09c31da9cd9fa1cf85ca82a0	110 0.76 %
2	https://qi.edu.ua/koledzh/pidrozdily/biblioteka/repozytorii/%D1%84%D0%B0%D0%B9%D0%BB/%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%B6%D0%B8%D1%82%D0%B8/485d1e7e09c31da9cd9fa1cf85ca82a0	96 0.66 %
3	https://qi.edu.ua/koledzh/pidrozdily/biblioteka/repozytorii/%D1%84%D0%B0%D0%B9%D0%BB/%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%B6%D0%B8%D1%82%D0%B8/485d1e7e09c31da9cd9fa1cf85ca82a0	68 0.47 %

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	11
1.1. Поняття та види кейтерингу	11
1.2. Особливості кейтерингу порівняно з традиційним ресторанним обслуговуванням	15
1.3. Історія розвитку кейтерингу в Україні та світі	19
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ПО ФОРМІ БАНКЕТ-ФУРШЕТУ НА БАЗІ ТзОВ «Надія».....	24
2.1. Характеристика діяльності ТзОВ«Надія»	24
2.2. Організація виїзного повносервісного кейтерингового обслуговування по формі банкет-фуршету з приводу презентації продукції фірми-засновника	33
2.3. Удосконалення організації кейтерингового обслуговування на базі ТзОВ «Надія»	40
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГУ РЕСТОРАНАМИ	50
3.1. Стратегії підвищення ефективності кейтерингу	50
3.2. Удосконалення кейсів успішних ресторанів, що надають кейтеринг та бачення майбутнього розвитку	59
3.3. Удосконалення використання технологій у кейтерингу: онлайн-замовлення та управління	66
ВИСНОВКИ	74
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ	76
ДОДАТКИ	78

ВСТУП

Актуальність теми. Організація кейтерингу ресторанами є актуальною темою в умовах сучасної України, де ресторанний бізнес стикається з численними викликами, зокрема через війну, що триває з 2022 року. Кейтеринг дозволяє закладам харчування розширювати свою діяльність, надаючи послуги поза межами ресторану, що особливо зручно для клієнтів, які не можуть відвідати заклад, але прагнуть отримати якісне обслуговування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання організації кейтерингу частково розглядалися в українських джерелах, зокрема в роботах Архіпова В. В. [2], який досліджує організацію обслуговування в закладах ресторанного господарства. Міжнародні автори, такі як Брюс Маттел у книзі *Catering: A Guide to Managing a Successful Business Operation* [3], аналізують глобальні практики кейтерингу, включаючи логістику та маркетинг. Однак в Україні кейтеринг залишається малодослідженим, особливо з урахуванням сучасних викликів, таких як вплив війни. Відсутність комплексних досліджень, що поєднують теоретичні основи та практичний досвід українських ресторанів, створює потребу в подальшому вивченні цієї теми.

Мета роботи. Метою дослідження є теоретичний аналіз особливостей організації кейтерингу ресторанами в Україні, а також розробка практичних рекомендацій для підвищення ефективності цих процесів у сучасних умовах, з урахуванням впливу зовнішніх чинників, зокрема війни.

Досягнення мети дослідження передбачає постанову та розв'язання наступних завдань:

- розглянути теоретичні основи організації кейтерингу в ресторанному бізнесі;
- охарактеризувати основні аспекти організації кейтерингу;
- охарактеризувати тенденції розвитку кейтерингу в світі та в Україні;
- дослідити стратегії підвищення ефективності кейтерингу;
- надати рекомендації щодо удосконалення використання технологій у кейтерингу.

Об'єкт дослідження. Процес організації кейтерингу ресторанами, що охоплює діяльність закладів харчування з надання виїзних послуг.

Предмет дослідження. Специфічні аспекти організації кейтерингу, включаючи логістику, маркетинг, управління персоналом, а також вплив війни на ці процеси в Україні.

Методологія дослідження. Дослідження базується на теоретичному аналізі літератури для вивчення основ кейтерингу, порівняльному аналізі українських та міжнародних практик організації виїзного обслуговування, а також кейс-стаді на прикладі українського ресторану для практичного поглиблення аналізу. Використовуються методи узагальнення та систематизації для формулювання рекомендацій.

Наукова новизна роботи. Новизна дослідження полягає в аналізі організації кейтерингу в Україні з урахуванням впливу війни, що є малодослідженим аспектом у вітчизняній науковій літературі. Розроблені рекомендації враховують сучасні виклики та пропонують нові підходи до оптимізації кейтерингових послуг у ресторанному бізнесі.

Практична значущість дослідження. Результати роботи можуть бути використані студентами, які досліджують ресторанний бізнес, для поглиблення знань про кейтеринг. Крім того, рекомендації щодо оптимізації логістики, маркетингу та управління персоналом у кейтерингу можуть допомогти ресторанам підвищити ефективність їхніх послуг, особливо в умовах війни. Висновки роботи також можуть слугувати основою для подальших досліджень у цій сфері.

Інформаційна база дослідження. Дослідження спирається на українські джерела, зокрема праці Архіпова В. В. та Русавської В. А., статті з платформ tourlib.net, joinposter.com, а також звіти аналітичної компанії Pro-Consulting. Практичні дані отримано з сайтів українських кейтерингових компаній, таких як Dzyga Catering.

Апробація результатів дослідження. Основні теоретичні положення та

висновки дослідження представлено: на I Всеукраїнській науково-практичній конференції «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України» (14-15 листопада 2023 р.), Харків, Україна. Тези: «Особливості функціонування готельних комплексів (на прикладі готелю Reikartz Dnipro)»; на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Теоретико-прикладні проблеми розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі» (м. Дніпро, 29 листопада 2023 р.). Тези: «Застосування інноваційних рішень в готельно-ресторанному господарстві».

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку джерел посилань. У роботі розміщено 17 таблиць та 11 рисунків. Перелік джерел посилань містить 26 найменувань. Загальний обсяг роботи 82 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Поняття та види кейтерингу

Кейтеринг є важливим сегментом ресторанного бізнесу, що дає закладам харчування змогу надавати послуги харчування й обслуговування поза межами власних приміщень, пристосовуючись до потреб клієнтів у зручному для них місці. Відповідно до визначення Архіпова В. В. та Русавської В. А., кейтеринг – це комплексна діяльність, котра містить приготування страв, їх доставку, сервірування та організацію заходів на виїзді, що відрізняє його від звичного ресторанного обслуговування. Цей напрям виник як відповідь на потребу в гнучкому підході до харчування, дозволяючи організувати бенкет у парку, корпоратив в офісі чи сімейну вечерю вдома, що робить його універсальним і потрібним у сучасному світі. Особливо актуальним кейтеринг стає в умовах, коли клієнти шукають зручні та безпечні способи святкування, як-от під час пандемії або воєнного стану.

Історично, кейтеринг зародився в Європі та США на початку ХХ століття. Ресторани поступово почали пропонувати виїзні послуги, щоб обслуговувати великі події – від пишних весіль до державних прийомів та корпоративних свят. У США кейтеринг здобув популярність у 1920-х роках, що було зумовлено розквітом індустрії організації заходів, а в Європі його розвиток прискорився після завершення Другої світової війни. В Україні кейтеринг з'явився дещо пізніше, у 1990-х роках, починаючи з надання елітних послуг для вузького кола заможних клієнтів, таких як бізнесмени та політики, які організовували бенкети для важливих подій.

Починаючи з 2000-х, із стрімким зростанням ресторанного ринку, кейтеринг став більш доступним, розширюючи свою аудиторію, включаючи представників середнього класу. Проте, з початком війни у 2022 році, ситуація кардинально змінилася. Ресторани зіткнулися з численними логістичними викликами, включаючи блокпости та перебої з постачанням. Однак, вони почали активно адаптуватися, пропонуючи свої послуги для підтримки волонтерів та переселенців, демонструючи гнучкість та готовність до допомоги у складний

час. Як зазначається у статті [4], сучасний кейтеринг в Україні набуває нового значення в умовах війни, змушуючи ресторани шукати інноваційні рішення [6]. Наприклад, деякі ресторани почали співпрацювати з гуманітарними організаціями, надаючи їжу для переселенців, що відкрило новий напрям у кейтерингу.

Кейтеринг раніше сприймався як екзотична і малознайома послуга, але його практичність стала очевидною – ресторани доставляють їжу та обслуговування безпосередньо до клієнта. В Україні, де війна з 2022 року кардинально змінила повсякденний ритм, ускладнюючи відвідування закладів, ця послуга набула особливої актуальності. Військові дії, ймовірно, впливають на кейтеринг, створюючи перешкоди з логістикою та змінюючи попит, наприклад, на менші заходи. Використання кейтерингу для сімейних свят вдома може бути зручним рішенням, особливо коли безпека погіршується. У перспективі кейтеринг може стати популярним форматом святкування, якщо ресторани зроблять його доступнішим, використовуючи локальні продукти та співпрацю з волонтерами, що може сформувати новий тренд у ресторанному бізнесі України.

Види кейтерингу

Кейтеринг поділяється на кілька видів залежно від формату заходу, потреб клієнтів і специфіки організації. Брюс Маттел у книзі *Catering: A Guide to Managing a Successful Business Operation* виділяє чотири основні види: подієвий, корпоративний, соціальний і контрактний [3]. Кожен із них має унікальні характеристики, які впливають на планування, логістику та маркетинг, а також адаптується до сучасних умов в Україні.

1. Подієвий кейтеринг орієнтований на організацію харчування для великих разових заходів, таких як весілля, ювілеї, фестивалі чи концерти. Цей вид вимагає детального планування, включаючи вибір меню, розрахунок кількості порцій і організацію доставки обладнання та продуктів. В Україні подієвий кейтеринг залишається популярним, особливо для весіль чи ювілеїв, але війна створює значні перешкоди. Наприклад, компанії, такі як Dzyga Catering, змушені адаптувати маршрути доставки через блокпости та нестачу

палива, а також шукати локальні продукти замість імпортованих. Деякі ресторани почали пропонувати "кейтеринг-пакети" для невеликих свят, що дозволяє клієнтам святкувати в безпечних умовах.

2. Корпоративний кейтеринг зосереджений на бізнес-заходах, таких як конференції, семінари, ділові зустрічі чи презентації. Він включає формати фуршетів, кава-брейків або бізнес-ланчів, що вимагають швидкої підготовки та доставки. За даними tourlib.net, в Україні корпоративний кейтеринг зазнав змін через війну: компанії скоротили бюджети на масштабні заходи, але зріс попит на доставку обідів в офіси чи віддалені формати, як-от віртуальні конференції [2]. Ресторани адаптуються, пропонуючи "корпоративні набори" для віддалених команд.

3. Соціальний кейтеринг спрямований на приватні заходи меншого масштабу, наприклад, сімейні вечери, дні народження чи хрестини. Цей вид є найпростішим у плані логістики, але вимагає гнучкості в підборі меню та врахування індивідуальних побажань клієнтів. В Україні соціальний кейтеринг набирає обертів завдяки зручності: клієнти можуть замовити ресторанну їжу додому без необхідності готувати самостійно. Війна посилила цей тренд, адже люди частіше залишаються вдома через безпекові загрози. Наприклад, кейтеринг для сімейних свят став популярним серед тих, хто хоче відсвяткувати день народження в безпечній обстановці, уникаючи громадських місць. Деякі ресторани пропонують "сімейні набори" з локальних продуктів, щоб відповідати обмеженому бюджету.

4. Контрактний кейтеринг передбачає регулярне надання харчування для установ, таких як школи, лікарні, підприємства чи військові частини. Цей вид вимагає стандартизації меню та чіткої логістики, що робить його складним у реалізації. В Україні контрактний кейтеринг менш поширений серед ресторанів через економічні труднощі, але деякі заклади почали співпрацювати з волонтерськими організаціями, надаючи їжу для переселенців чи військових. Це відкриває нові можливості для ресторанів, які можуть адаптувати свої послуги до гуманітарних потреб.

Основні характеристики видів кейтерингу узагальнено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Види кейтерингу та їхні характеристики

Вид кейтерингу	Формат заходу	Особливості організації	Виклики в Україні	Приклади в Україні
Подієвий	Весілля, ювілеї, фестивалі	Ретельне планування, індивідуальне меню, складна логістика	Перебої з доставкою, зростання цін на продукти	Організація весіль Dzyga Catering
Корпоративний	Конференції, семінари, зустрічі	Фуршети, кавабрейки, швидка доставка	Скорочення бюджетів, попит на прості формати	Доставка обідів для офісів Знак Якості
Соціальний	Сімейні вечери, дні народження	Гнучке меню, проста логістика	Обмежений доступ до імпортованих продуктів	Домашні святкування від Знак Якості
Контрактний	Школи, лікарні, підприємства	Регулярність, стандартизоване меню	Економічні труднощі, нестабільність постачання	Харчування для волонтерів під час війни

Джерела: на основі [1], [4]

Значення кейтерингу для ресторанного бізнесу

Кейтеринг відіграє ключову роль у розвитку ресторанного бізнесу, дозволяючи закладам диверсифікувати доходи та залучати нових клієнтів. Як зазначає Маттел, кейтеринг вимагає адаптації стандартних ресторанних процесів, таких як приготування страв чи обслуговування, до умов виїзної роботи, що включає планування логістики та вибір меню (Mattel, 2015). В Україні ця адаптація ускладнена війною, яка впливає на доступність продуктів, транспортні маршрути та попит. Проте зручність кейтерингу, коли

"ресторан їде до клієнта", робить його перспективним навіть у кризових умовах.

Кейтеринг сприяє підвищенню конкурентоспроможності ресторанів, дозволяючи їм залучати клієнтів, які цінують індивідуальний підхід і зручність. В Україні, де економічні труднощі знижують попит на традиційні ресторанный послуги, кейтеринг стає способом утримати клієнтів і розширити ринок. Наприклад, компанії, такі як Dzyga Catering, пропонують широкий спектр послуг – від весільних бенкетів до доставки обідів, а також адаптують свої послуги до воєнних умов, співпрацюючи з волонтерами та гуманітарними організаціями. Стаття на tourlib.net підкреслює, що ресторани, які успішно надають кейтеринг, демонструють гнучкість і здатність адаптуватися до потреб клієнтів, навіть у воєнний час [4]. Таким чином, кейтеринг допомагає ресторанам виживати в кризових умовах, пропонуючи нові формати обслуговування.

1.2. Організація обслуговування споживачів при наданні кейтерингових послуг

Кейтерингове обслуговування слід класифікувати за різноманітними рисами: контингентом замовників, місцем проведення заходу, повнотою циклу або натурою наданих послуг [7]. За контингентом замовників кейтерингове обслуговування розраховане на чотири важливі групи споживачів [11, с. 52] (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Основні групи споживачів кейтерингового обслуговування

Групи споживачів	Контингент споживачів	Об'єкт кейтерингового обслуговування
------------------	-----------------------	--------------------------------------

Корпоративні замовники	Фірни, установи, підприємства, посольства	Ділові зустрічі, презентації, конференції, семінари, корпоративні вечірки
Громадські організації	Спілки, комітети, асоціації, шкільні та батьківські комітети, асоціації випускників	Семінари, збори, благодійні бенкети, випускні бали тощо
Індивідуальні замовники	Приватні особи	Сімейні свята: дні народження, ювілеї весілля тощо
Колективи установ, підприємств, навчальних закладів	Робітники, службовці, студенти тощо	Комплексні обід, сніданок, полуденок, вечеря

Джерело: складено на основі [11, с. 52]

До першої групи належать корпоративні замовники – підприємства, які влаштовують конференції з подальшим фуршетом, презентації, а також святкування корпоративних подій і вечірки.

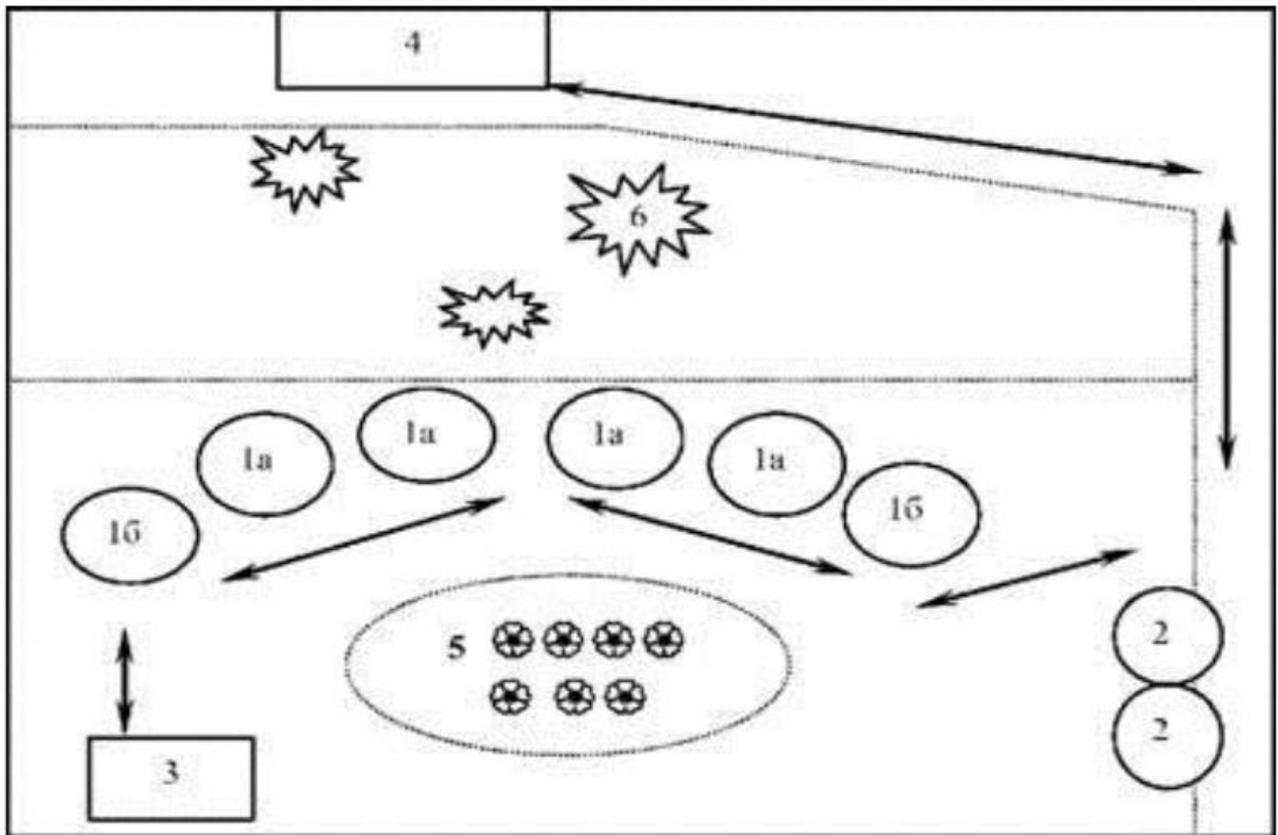
Друга група включає громадські організації, що організують семінари, конференції, благодійні заходи та подібні події.

Третя група складається з приватних осіб, які планують сімейні свята (дні народження, весілля, ювілеї тощо) як удома, так і в інших локаціях.

Четверта група – це певні колективи, які вважають за доцільне забезпечувати своїх працівників комплексними обідами (сніданками, вечерами).

Проведення заходів на відкритому просторі передбачає установку над столами тентів, розгортання наметів для захисту гостей та продуктів від сонячних променів і можливого дощу.

Приклад схеми планування розміщення наметів, допоміжних приміщень, меблів, декорацій та маршрутів руху обслуговуючого персоналу під час виїзного обслуговування з нагоди презентації продукції компанії-замовника наведено на рис. 1.2.



Джерело: складено автором на основі [7]

Рисунок 1.2 – План-схема розташування наметів та столів при проведенні фуршету з приводу презентації продукції фірми-замовника:

- ↔ рух обслуговуючого персоналу під час обслуговування;
- 1а –намети з фуршетними столами під ними;
- 1б –намети зі столами-барами з напоями;
- –виставкові шатери з продукцією фірми-замовника;
- –майданчик для підготовки посуду, переодягання персоналу;
- 4 –доготівельне приміщення;
- 5 –квітник;
- 6 –дерева.

Підсобні кімнати потрібно розміщувати таким чином, щоб вільно було забезпечити зручний контакт із залом (майданчиком) для обслуговування відвідувачів. Обслуговування святкування починається зі складання сценарію попередніх робіт та самого свята із зазначенням часу виконання операції. Якщо очікуватиметься масовий та складний з точки зору оформлення захід,

підготовка починається ввечері підготовчого дня. Будь-який захід вимагає розробки подібного плану, що дає змогу точно скоординувати роботу офіціантів і барменів. Кожне святкування віщує певні особливості накривання та прикрашання столів. Тому для зручної роботи обслуговуючого персоналу менеджер (керівник) складає план-схему сервірування банкетних столів, де вказується розстановка столового посуду, страв, декорацій тощо. Зазвичай, при підготовці банкету-фуршету окремо накриваються столи під страви та напої, що дає офіціантам безперервно контролювати кількість страв, барменам – вчасно їх поповнювати. Обслуговування гостей починається лише після того, як підготовка до проведення свята завершена, столи оформлені і сервіровані а обслуговуючий колектив одягнув форму [7, с. 123].

Неабияку роль на початку проведення свята зіграє правильна організація зустрічі гостей та їх розміщення за столом. Кількість офіціантів, що беруть участь в обслуговуванні, розраховується в такому співвідношенні: один офіціант на 10-15 гостей на банкеті-фуршеті та 6-7 гостей на банкеті за столом. Перед початком заходу менеджер (керівник) призначає бригадира на 5-10 осіб. Бригадирам розтлумачуються всі якості обслуговування, година початку заходу та видачі їжі тощо, які вони далі вводять до членів своєї бригади. Бригади офіціантів розподіляються по секторах залу, за обслуговування яких вони надалі будуть відповідати. Незважаючи на обслуговування офіціанти працюють за загальною схемою: подають страви й напої, слідкують за чистотою столів, прибирають використаний посуд.

Паралельно у заготовочному приміщенні працюють кухарі, які доопрацьовують страви та видають їх офіціантам і бармени, котрі готують алкогольні та безалкогольні напої до подачі. Дорученням менеджерів на банкетах є координація роботи обслуговуючого персоналу, розв'язання поточних питань і проблем, що з'являються під час проведення заходу. До посадових обов'язків офіціантів належить сервірування страв згідно з графіком, прибирання зі столу та задоволення побажань клієнтів. Кожен офіціант відповідає за конкретний стіл (столи), але за потреби може надавати

допомогу колегам. Після закінчення банкету обслуговуючий персонал прибирає використаний посуд та рештки їжі, складає меблі, пакує все в коробки та транспортує на склад, виконує попереднє прибирання приміщення. Ці дії виконують офіціанти та інший обслуговуючий персонал.

Підприємство, яке спеціалізується на кейтеринговому обслуговуванні, може брати на себе функції з вивезення сміття, забезпечувати фінальне прибирання приміщення [2, с. 156]. Відтак, одним зі способів сучасної організації закладів харчування є кейтеринг, тобто виїзне обслуговування. Тому є сенс проаналізувати процес кейтерингового обслуговування на конкретному підприємстві.

1.3. Історія розвитку кейтерингу в Україні та світі

Історія кейтерингу є відображенням того, як ресторанний бізнес адаптувався до змін у суспільстві, економіці та технологіях. Цей підрозділ розглядає етапи розвитку кейтерингу у світі та в Україні, зосереджуючись на впливі ключових подій, таких як пандемія COVID-19, війна в Україні з 2022 року, а також на майбутніх перспективах галузі.

Світовий розвиток кейтерингу

Кейтеринг, як різновид виїзного обслуговування, почав своє становлення на початку ХХ століття у Європі та Сполучених Штатах. У Великій Британії, у 1920-х роках, аристократи вдавалися до послуг ресторанів, замовляючи банкети, їжу з яких доставляли прямо до їхніх маєтків. У США кейтеринг набув поширення в епоху Великої депресії (1930-ті роки), коли заклади громадського харчування шукали нові шляхи отримання прибутку, надаючи послуги для корпоративних і приватних свят. Після Другої світової війни (1945–1950-ті роки) спостерігалось зростання попиту на кейтерингові послуги, що було обумовлено розширенням індустрії подій – конференцій, фестивалів та весільних урочистостей. Саме тоді виникли перші спеціалізовані

компанії, які використовували холодильне обладнання та переносні кухні, значно полегшуючи логістику.

У 1980-х технологічний прогрес прискорив зміни: мобільні кухонні блоки та системи контролю температури забезпечили транспортування гарячої їжі на далекі відстані, не втрачаючи смакових якостей. У 1990-х інтернет каталізував цифрову трансформацію кейтерингу – підприємства почали приймати замовлення онлайн, що значно розширило доступність послуг. Пандемія COVID-19 (2020–2021 роки) виявилася серйозним викликом: закриття закладів громадського харчування спонукало кейтерингові компанії переорієнтуватися на безконтактну доставку та індивідуальні замовлення. У 2022 році відбулося посилення тенденції до локальних продуктів, а такі компанії, як американська “Blue Apron”, почали пропонувати набори для кейтерингу з метою домашнього приготування, пристосовані до реалій постпандемічного періоду.

Розвиток кейтерингу в Україні

В Україні кейтеринг з'явився на сцені у 90-х роках минулого століття, після того, як Радянський Союз припинив своє існування, а ресторанний бізнес почав відроджуватися з попелу. На початковому етапі цим користувалися переважно представники еліти: підприємці та державні діячі, які організовували пишні святкування для корпоративних заходів або весільних урочистостей. Кейтеринг тоді асоціювався з високим рівнем достатку, що зумовлювалося застосуванням імпортованих продуктів та використанням дорогої техніки.

У 2000-х роках, на фоні зростання середнього класу, сервіси кейтерингу стали більш доступними для широкого загалу, розширюючи сферу застосування на сімейні святкування та невеличкі зібрання. Після 2010 року ринок помітно збільшився, завдяки виникненню спеціалізованих кейтерингових компаній, на кшталт київської "Dzyga Catering" або львівської "Galitska Kukhnya", котрі запропонували широкий вибір форматів обслуговування – від фуршетів до банкетів з усіма зручностями.

Пандемія COVID-19 у 2020–2021 роках суттєво вплинула на життя: карантинні обмеження спонукали підприємства зосереджуватися на доставці страв та організації розваг на природі. У мегаполісах, як-от Київ та Харків, почали з'являтися “кейтеринг-бокси” – індивідуальні набори для домашніх свят. Війна, яка розгорілася у 2014 році на східних територіях України, і особливо повномасштабне вторгнення у 2022 році, стали новими випробуваннями. Логістичні негаразди, фінансова нестабільність та знищення інфраструктури вимагали від компаній пристосовуватися. Наприклад, у західних областях кейтерингові служби почали постачати харчі для переселенців і військовослужбовців, застосовуючи місцеві продукти.

У Львові та Івано-Франківську заклади харчування почали використовувати пересувні кухні, що функціонують від генераторів, аби забезпечувати приготування страв під час знеструмлень. Співпраця з волонтерськими групами та міжнародними структурами, на кшталт Світової продовольчої програми (WFP), стала новим викликом: з 2025 року компанії приступили до постачання їжі для гуманітарних пунктів, враховуючи доступні наявні ресурси при формуванні меню.

Вплив історичних подій

Історичні злами значно змінили обличчя кейтерингу. У розпал Другої світової війни світ зіштовхнувся з потребою в польовому харчуванні для армійських частин та мирного населення, що дало старт широкому розповсюдженню виїзного обслуговування. Пандемія COVID-19 форсувала цифрові перетворення: у Японії компанії перейшли на доставку їжі роботами, а в Італії стали використовувати дрони для забезпечення продовольством віддалених територій. Повномасштабна війна в Україні з 2022 року повністю змінила пріоритети: блокування морських портів та перебої з поставками змусили підприємства шукати альтернативні шляхи, зокрема, залізничні перевезення. У Харкові та Одесі ресторатори налагодили співпрацю з місцевими фермерствами для гарантування свіжих продуктів, а в Київській

області кейтерингові служби переорієнтувалися на гуманітарні потреби, організовуючи харчування для переселенців та медичних установ.

Ключові етапи розвитку

Для наочності ключові етапи розвитку кейтерингу у світі та в Україні узагальнено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Ключові етапи розвитку кейтерингу

Період	Світові тенденції	Українські особливості
1920-і	Поширення кейтерингу для аристократії	Відсутність кейтерингу
1950-і	Використання портативного обладнання	Елітний кейтеринг після війни
1990-і	Онлайн-замовлення та масовість	Зародження кейтерингу для заможних клієнтів
2010-і	Екологічні ініціативи, технології	Розширення ринку, доступність послуг
2020-2021	Безконтактність через COVID-19	Доставка, онлайн-замовлення
2022-2024	Адаптація до криз. Посилення технологій та локалізації	Розширення адаптації (мобільні кухні, співпраця з організаціями)

Джерела: складено на основі [1, 3]

Вплив війни на сучасний кейтеринг

Війна, що розгорілася в Україні з 2022 року, перетворилася на ключовий фактор еволюції кейтерингу, змушуючи індустрію реагувати на екстремальні виклики. Знищення ключових об'єктів інфраструктури, серед яких шляхи, мости та склади, а також морська блокада портів, спричинили проблеми з постачанням, спонукаючи компанії шукати локальні джерела продуктів. Так, кейтерингові компанії у Харкові взяли за співпрацю з місцевими фермерськими господарствами задля забезпечення свіжими овочами та м'ясом, уникаючи імпортних каналів, що виявилось вкрай важливим в умовах санкційного тиску. Адаптаційні заходи також передбачають використання автономних кухонних блоків, що функціонують на генераторних установках чи сонячних панелях, дозволяючи готувати їжу навіть під час знеструмлень,

що є особливо нагальним питанням улітку 2025 року, коли обстріли й досі негативно впливають на функціонування енергетичної мережі.

Окрім цього, чимало фірм переключились на гуманітарний кейтеринг, забезпечуючи харчування для переселенців та військовослужбовців, що витворило новий ринок та шлях підтримки населення. Дані трансформації демонструють витривалість кейтерингу в складних умовах, хоча вони також збільшують витрати на організацію та змушують компанії постійно знаходити креативні рішення. Станом на червень 2025 року кейтеринг продовжує змінюватися, інтегруючи технології, такі як застосунки для замовлень в режимі реального часу, та розширюючи взаємодію з місцевими громадами для гарантування сталого розвитку.

Майбутні тенденції кейтерингу

Майбутнє кейтерингу тісно переплітається з місцевим колоритом та технологічними досягненнями. Світова пандемія стала каталізатором для активного впровадження цифрових платформ та автоматизованих систем доставки, прикладом чого є роботи в Піднебесній або дрони в Австралії. В Україні, натомість, війна зумовлює розвиток автономних рішень: мобільні кухні, використання альтернативних джерел енергії та взаємодія з місцевими громадами поступово ставатимуть нормою. Прогнозується, що вже у 2025 році штучний інтелект відіграватиме ключову роль в оптимізації меню та логістичних процесів, а також сприятиме розширенню гуманітарних проєктів.

Екологічний кейтеринг як нова перспектива

Новий тренд – екологічний кейтеринг – набирає потужності у світі та Україні. У Європі бізнеси використовують пакування, що розкладається, та зменшують сміття, працюючи з фермерськими господарствами для концепції "нульового кілометра". В Україні, незважаючи на війну, заклади харчування у таких містах, як Львів та Вінниця, вже почали практикувати екологічний підхід: наприклад, застосування багаторазового посуду на гуманітарних подіях або переробка харчових відходів для потреб ферм. У 2025 році ця тенденція здатна стати визначальною для стійкого розвитку індустрії.

РОЗДІЛ 2
ОРГАНІЗАЦІЯ КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ
СПОЖИВАЧІВ ПО ФОРМІ БАНКЕТ-ФУРШЕТУ
НА БАЗІ ТзОВ «Надія»

2.1. Характеристика діяльності ТзОВ «Надія»

ТзОВ «Надія» – це невеличкий, приємний заклад, який вирізняється чудовим сервісом та невимушеною атмосферою, гармонійно поєднуючи страви національної та європейської кухонь. Знаходиться він у місті Івано-Франківську. Основні напрямки діяльності підприємства: продаж споживчих товарів, а також навчання торговельних представників. Штат складає два десятки співробітників. За договорами працюють 25 осіб. Для відвідувачів завжди відкриті просторий зал на 106 місць, коктейль-бар на 48 місць та пивний бар на 70 місць. Також є можливість розміститись у невеликій банкетній залі на 16 осіб та у великій банкетній залі на 24 особи. У теплі пори року діють літні майданчики, що вміщають 100 гостей, та ганок. Обідній зал ТзОВ «Надія» оформлений у вишуканих малахітово-золотаво-білих кольорах. Під час святкувань зал перетворюється на затишний хол для аперитивів, коктейлів та танців. У сигарній кімнаті гостям пропонують елітні сигари. Проте, навіть елегантний інтер'єр не здатний затьмарити вишуканість авторських страв від шеф-кухаря.

У ТзОВ «Надія» є два зали, один з яких – банкетний, оздоблений в українському стилі. В меню, окрім класичних страв, також представлені страви української національної та європейської кухонь, доповнені оригінальними авторськими стравами. Смачна кухня та бездоганне обслуговування відповідають міжнародним вимогам. Для постійних клієнтів закладу діють дисконтна система та бонусні картки. Асортимент спиртних напоїв та коктейлів складається виключно з продукції найвищої якості, від провідних виробників України, Франції, Болгарії, Молдови, Італії та інших

країн світу. До уваги відвідувачів пропонуються «Фірмові страви», «Меню страв» і «Меню напоїв».

ТзОВ «Надія», як підрозділ громадського харчування, надає послуги відвідувачам відповідно до меню, яке є фундаментом будь-якої концепції ресторану, незалежно від типу закладу. Не менш важливим є професіоналізм метрдотелів та офіціантів, які безпосередньо спілкуються з клієнтами. Кухня – це виробниче серце. Замовлення на виготовлення конкретних страв надходять з ресторану від офіціантів (на основі складеного та запропонованого клієнтам меню), а також з банкетної зали за попереднім замовленням. Кухарі готують необхідні страви, а головним завданням керівництва в цьому секторі є лише контроль ціни та якості кінцевого продукту. Шеф-кухар, як правило, є основною відповідальною особою за організацію харчування в готелі. Це людина з професійною освітою, що визначає її як досвідченого кухаря.

Представники відділу маркетингу працюють над встановленням зв'язків з організаторами подій (симпозіуми, зустрічі, презентації, фестивалі та інше), з'ясовуючи потреби конкретних груп клієнтів, підтримуючи взаємодію з відповідними сервісними відділами. У ТзОВ «Надія» гостям пропонують три типи меню та карту напоїв: основне меню, карта напоїв, десертне меню, суші меню. Загалом меню ТзОВ «Надія» містить близько 70 страв та закусок. Меню включає класичні страви італійської та американської кухонь (паста, карпаччо, піца, каре ягняти, ризотто, свинячі реберця, страви на сковорідках) та автентичні страви авторської кухні (салат з обсмаженим філе кролика, кедровими горішками, кунжутом і хрусткими трубочками з сиру Філадельфія; качка, запечена під яблучно-апельсиновим соусом). Крім того, великий асортимент страв, приготованих на мангалі – соковиті стейки, шашлики та закуски до пива – курячі крильця барбекю, смажені карасики.

Загалом в меню ресторану представлено:

1. Фірмові страви від шефа – 4 види;
2. Холодні закуски – 17 видів;
3. Гарячі закуски – 6 видів;

4. Піца –13 видів;
5. Перші страви –7 видів;
6. Основні страви/гарніри –13/7 видів;
7. Соуси –5 видів.

Структура головного меню ресторану зовсім не відповідає стандартним вимогам, які описані вище. В меню нема окремого розділу – фірмові страви, вони розкидані по всьому меню. Структура основного меню ТзОВ «Надія» виглядає наступним чином:

1. Холодні закуски;
2. Гарячі закуски;
3. Другі страви з круп;
4. Перші страви;
5. Закуси під горілку;
6. Закуси під пиво;
7. Гарніри;
8. Соуси;
9. Другі м'ясні страви.

Головне меню ресторану не відповідає вимогам ДСТУ 4281:2004. Карта напоїв знаходиться на кінцевих сторінках основного меню. Всього в карті ресторану відображено близько 100 видів алкогольних напоїв. Серед них:

- 4 різновиди мартіні;
- 10 різновидів ігристих вин, серед яких є елітні ігристі вина, вина Українського виробника, Італійського виробника;
- 20 різновидів коньяку: Замкові коньяки, коньяки України та ін.;
- 11 видів горілки, присутня також імпортна горілка;
- 3 види наливки;
- 4 види настойки;
- 17 видів виски, серед яких є Шотландський, Односоловий, Ірландський, Американський, Канадський виски;
- 6 видів текіли;

- 4 види рому;
- 2 види джину;
- 2 види самбуки;
- 3 види лікерів;
- Серія Де Кайпер –14 видів.

Окрім зазначеного, в барі дозволяється обрати один з чотирьох сортів розливного пива. Недоліком ТзОВ «Надія» є те, що в переліку напоїв не вказані безалкогольні напої (соки, мінеральні води), слабоалкогольні напої та пиво, хоча все це присутнє в асортименті бару. Десертне меню. Зовнішній вигляд – меню оформлено у вигляді невеличкої книжечки на пружинах, де на кожній сторінці розміщено фотографію десерту та напої. Десертне меню, на відміну від решти меню, складене виключно російською мовою. Воно налічує 16 сторінок, кожна з яких містить інформацію про всі десерти, що доступні для замовлення в ТзОВ «Надія», а також спеціально підібрані до цих десертів напої (алкогольні, безалкогольні коктейлі, різноманітні види чаю, кави та інше). Відвідувачі не зобов'язані замовляти десерти разом із зазначеними коктейлями, що підібрані до них, рішення залишається за ними. У цьому меню все розташовано хаотично. Варто відзначити, зокрема, японське меню, де представлені всі розгалуження японської кулінарії. Візуальне оформлення – в яскравих кольорах. На кожній сторінці розміщено фото страви з меню. Японська кухня в ТзОВ «Надія» – вельми специфічна. Блюда подаються бездоганно, з ретельним сервіруванням. Під час приготування використовуються трави, японська гірчиця васабі, паростки бамбуку та корінь лотоса. В японській кухні десерти та солодощі відсутні як клас. До будь-якого замовлення суші додаються соєвий соус, імбир та васабі. В суші меню включені:

- Нігірі суші –23 види;
- Макі суші –23 види;
- Сацїмі –5 видів;
- Асортї –4 види;

- Гарячі закуски -3 види;
- Салати –6 видів;
- Супи –4 види;
- Гарячі страви –4 види

У переліку страв і напоїв зазначено назви кулінарних виробів, їхній склад, вагу порції. Кожен пункт меню засвідчено підписами директора, головного бухгалтера та скріплено печаткою. Адміністратори, офіціанти й бармени володіють необхідною кваліфікацією. У штаті працює два адміністратори, вісім офіціантів та двоє барменів. Відвідувачам пропонують меню в шкіряній обкладинці, а також окремий преїскурант на алкогольні напої та тютюнові вироби. Поряд із переважаючою українською кухнею, в ТЗОВ «Надія» готують також страви класичної європейської та італійської кулінарії.

Підприємство ТЗОВ «Надія» виконує доставку. Час доставки страв залежить від замовленої кількості та місця розташування клієнта. Послугується популярністю серед мешканців міста. На підприємстві ТЗОВ «Надія» надає споживачам:

- комбіновані обіди, які включають в себе салат (закуску), гаряча перша страва, гаряче друг блюдо (основне блюдо і гарнір), хліб і напій на вибір (чай або компот), імовірна доставка в офіс;
- особисті заходи, корпоративні свята і вечірки: організація весіль, днів народжень, ювілеїв або усяких інших урочистостей;
- складання особливого банкетного меню, декорація залу під будь-яке свято;
- організовує обслуговування банкетів різних видів, тематичних вечорів.

Оплата отриманої продукції відбувається як готівкою, так і за безготівковим розрахунком, для незмінних відвідувачів передбачені знижки. Для більш детального ознайомлення із економічною діяльністю здійснимо дослідження ефективності господарської діяльності підприємства ТЗОВ

«Надія» відобразивши основні фінансово-господарські показники в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Показник	Од. вимір.	Роки			Відхилення (+;-)	
		2018	2019	2020	Δ	%
1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід від реалізації послуг (продукції)	тис. грн	45428	50847	39248	-6180	-13,6
Кількість персоналу підприємства	осіб	58	65	53	-5	-3,62
Фонд оплати праці	тис. грн	3354	3838	3005	-349	-10,41
Продуктивність праці на одного працівника	тис. грн/ особу	433,24	461,68	388,63	-44,61	-10,3
Залишкова вартість основних засобів	тис. грн	3023	2643	2944	-79	-2,61
Фондовіддача	грн/грн	19,78	25,33	17,56	-2,22	-11,23
Середньорічні залишки обігових коштів	тис. грн	3911	4965	2340	-1571	-40,17
Коефіцієнт оборотності обігових коштів	частки	11,62	10,24	16,77	5,16	44,4
Загальна вартість активів	тис. грн	6986	7657	5420	-1566	-22,42
Власний капітал	тис. грн	1895	2125	2662	767	40,47
Собівартість реалізованої послуг (продукції)	тис. грн	39326	43706	33009	-6317	-16,06
В т.ч. прямі матеріальні витрати	тис. грн	407	524	441	34	8,35
Частка прямих матеріальних витрат в собівартості	%	1,03	1,2	1,34	0,3	29,09
Витрати на 1 грн. реалізованої послуг (продукції)	коп.	86,57	85,96	84,1	-2,46	-2,85
Валовий прибуток	тис. грн	6102	7141	6239	137	2,25
Прибуток від основної діяльності	тис. грн	338	365	684	346	102,37
Чистий прибуток	тис. грн	248	228	523	275	110,89
Рентабельність реалізації продукції	%	0,55	0,45	1,33	0,79	144,09
Рентабельність капіталу	%	3,55	2,98	9,65	6,1	171,82

Аналізуючи інформацію з табл. 2.1, слід зазначити зменшення чистого прибутку від продажу послуг (продукції) закладу на 6180 тис. грн, що еквівалентно 13,6%. Цей спад обумовлений посиленням конкурентної боротьби на вітчизняному ринку, акцентом на прибуткові різновиди та перелік послуг (продукції), а також скороченням кількості працівників, задіяних у сфері обслуговування. У базовому періоді обсяг реалізації послуг (продукції) складав 45428 тис. грн, знижуючись до 39248 тис. грн. Зафіксовано зменшення ефективності праці на одного співробітника. Зокрема, в базовому році значення цього показника сягало 433,24 тис. грн / особа, водночас протягом досліджуваного періоду спостерігається спад на 388,63 тис. грн / особа. Відповідне зниження показника становило 44,61 тис. грн / особа, а темп спаду досягнув 10,41%. Таке зниження показника стало результатом скорочення обсягів реалізації послуг (продукції), а також зменшення загальної кількості працівників підприємства ТзОВ «Надія».

Протягом аналізованого часу в структурі необоротних активів відзначено наявність основних засобів підприємства ТзОВ «Надія», показник яких зменшувався з 3023 тис. грн до рівня 2944 тис. грн, при цьому зниження склало 79 тис. грн, а темп зниження дорівнював 2,61%. Віддача основних засобів підприємства знижується на 2,22 пункти або на 11,23%. Залишки оборотних коштів підприємства скорочуються: якщо у базовому році значення показника становило 3911 тис. грн, то у звітному році показник знизився на 1571 тис. грн, або на 40,17%. Зменшення обігових активів має вплив на зниження ефективності операційної діяльності, що призводить до скорочення загальної вартості активів підприємства. Якщо у базовому році значення показника було 6986 тис. грн, то у звітному році показник зменшується на 1566 тис. грн, або на 22,42%.

В структурі джерел фінансування майна підприємства варто відзначити збільшення показника власного капіталу та скорочення загального обсягу позикового капіталу. Це веде до підвищення фінансової

стійкості та переорієнтації підприємства на використання власних фінансових ресурсів. Зокрема, загальний обсяг власного капіталу зростає на 767 тис. грн. Відтак, у 2018 році цей показник був на рівні 1895 тис. грн, у 2019 році – 2125 тис. грн, а в 2020 році досягнув 2662 тис. грн. Зменшення обсягів реалізації послуг (продукції) спричинило зменшення показника собівартості послуг (продукції): якщо у базовому році його значення становило 39326 тис. грн, то у звітному році показник зменшився до 33009 тис. грн. Зниження склало 6317 тис. грн, а темп зниження сягнув 16,06%. У структурі собівартості реалізації послуг (продукції) незначна частка матеріальних витрат, що пояснюється специфікою діяльності підприємства, а саме тим, що підприємство займається торгівлею, а не виробництвом. Протягом аналізованого часового відрізка фіксується зменшення витрат на кожен гривню реалізованої продукції: якщо у вихідному році цей показник складав 86,57 коп., то в звітному році він знизився на 2,46 коп., досягнувши рівня 84,1 коп. Це свідчить про підвищення ефективності стратегії реалізації продукції підприємства та покращення фінансових результатів його роботи.

Упродовж досліджуваного періоду відмічається збільшення чистого прибутку та показників рентабельності діяльності підприємства. Зокрема, у базовому році чистий прибуток становив 248 тис. грн, тоді як у звітному році цей показник зріс до 523 тис. грн. Абсолютний приріст при цьому дорівнює 275 тис. грн, а темп зростання становив 110,89%. Завдяки збільшенню показника чистого прибутку, спостерігається зростання рентабельності виробленої продукції та капіталу підприємства. Зокрема, рентабельність продажу продукції у базовому періоді дорівнювала 0,55% та збільшується до 1,33%, при цьому приріст показника склав 0,79%. Відбувається зростання рентабельності капіталу, при цьому показник приросту становив 6,1%.

Підсумовуючи результати проведеного дослідження, необхідно зауважити тенденцію до зменшення обсягів продажу товарної продукції, кількості персоналу, фонду оплати праці, продуктивності праці, основних засобів та оборотних коштів, а також зниження загальної вартості активів. До

позитивних зрушень варто зарахувати збільшення показників власного капіталу та чистого прибутку, зростання показників рентабельності реалізації продукції і капіталу, а також зменшення собівартості реалізованої продукції підприємства. Загалом, слід підкреслити низку позитивних кроків до збільшення прибутковості діяльності підприємства ТзОВ «Надія», однак рівень ефективності маркетингових заходів є низьким.

2.2. Організація виїзного повно сервісного кейтерингового обслуговування по формі банкету-фуршету з приводу презентації продукції фірми-засновника

Кейтерингові послуги постають як варіант для організації корпоративу на підприємстві ТзОВ "Надія", коли подібний захід передбачає великий розмах і його проведення викликає сумніви через брак простору.

До базових кейтерингових опцій, які пропонує підприємство ТзОВ "Надія", включаються: створення та доставка страв ресторанної якості, забезпечення обслуговуючим персоналом. До додаткових можливостей: організація розважальної програми та дизайнерські рішення для декорування залів, де відбуватиметься замовлений банкет, прибирання після завершення заходу та інші супутні послуги. На індивідуальні замовлення ТзОВ «Надія» виступає в ролі агента або бере на себе повне забезпечення всіх сервісів. В першому варіанті організатор кейтерингу надає клієнтам контакти кількох музичних колективів, дизайнерів, клоунів, ведучих, флористів, фірм, що пропонують оренду теплоходів, весільних атрибутів та інших постачальників. В іншому разі вони самостійно можуть узгоджувати умови надання додаткових послуг та їх оплату, звільняючи замовника від зайвого клопоту. Коли кейтерингове обслуговування здійснюється за межами ТзОВ «Надія», часто виникає проблема з пошуком відповідного місця для організації фуршету.

Як тільки замовлення на святкування затверджене, а місце та час узгоджені з замовником, менеджер компанії ТзОВ «Надія» заздалегідь відвідує обрану локацію. Метою візиту є попередній огляд та планування майбутнього дійства. Цей етап є критично важливим, адже дає змогу взяти до уваги всі нюанси приміщення чи відкритої території, а також оцінити технічний потенціал для втілення концепції заходу. Обслуговування в ТзОВ «Надія» стартує з детальної розробки плану. Він містить не тільки підготовчі роботи, а й безпосередньо організацію святкування, з конкретним визначенням термінів реалізації кожного етапу. Такий підхід сприяє злагодженій роботі всієї команди та гарантує врахування кожної деталі. Якщо планується масштабний або технічно складний захід, що передбачає багато декору, як-от пишні квіткові композиції, світлові інсталяції чи габаритні конструкції, то підготовку доцільно розпочати вже з вечора напередодні. Це дозволяє виконавцям спокійно все підготувати, уникнути зайвої метушні та гарантувати бездоганний результат. Для кожного такого заходу розробляється докладний план, який виконує роль інструкції для злагодженої роботи барменів, офіціантів та інших учасників. Цей план допомагає персоналу чітко визначити зони відповідальності, що позитивно впливає на ефективність роботи та комфорт як для організаторів, так і для присутніх гостей.

Кожне святкування, що організовує ТзОВ «Надія», вирізняється власною неповторністю в оздобленні та накритті столів. Скажімо, для різноманітних форматів подій застосовуються варіативні стилі оформлення: від традиційного банкетного до модного мінімалістичного. Менеджер створює індивідуальну схему сервірування банкетних столів, котра спрощує роботу обслуги. На схемі відображаються не тільки місця розміщення посуду, страв та декоративних компонентів, але й додаткові аспекти, зокрема розташування свічок, серветок або тематичних аксесуарів, що відповідають загальній ідеї свята. Такий підхід сприяє створенню єдиної, гармонійної атмосфери та забезпечує комфорт для відвідувачів. При підготовці банкету у форматі фуршету столи для страв і напоїв накриваються окремо, що є практичним

рішенням для організації простору. Такий поділ дозволяє офіціантам легко контролювати кількість поданих страв і вчасно поповнювати їх, а барменам — стежити за запасами напоїв та їх розподілом серед гостей.

Крім того, окреме планування сервірування робить пересування гостей комфортнішим, що особливо важливо, якщо на події багато людей. Обслуговування розпочинається лише тоді, коли все готово: столи повністю накриті та оформлені як заплановано, а персонал вдягнений у стильну форму, яка підкреслює професіоналізм.

До умов організації заходу також входить розробка банкетного меню, враховуючи специфіку події. Зазвичай передбачаються менші порції, щоб гості могли скуштувати більше різних страв, не переїдаючи. Меню формується з урахуванням побажань замовника, а також сезонних продуктів, що додає свіжості та актуальності. До того ж, команда ТзОВ «Надія» пропонує додаткові послуги, наприклад, музичний супровід, фотозони або анімацію, що роблять свято особливим. Усі деталі ретельно обговорюються з організатором, щоб відповідати його баченню та бюджету.

Сценарій підготовки та проведення банкету-фуршету наведений у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Сценарій підготовки та проведення банкету-фуршету

<i>Час</i>	<i>Операції</i>	<i>Виконавці</i>
<i>Вечір попереднього дня</i>		
<i>17⁰⁰</i>	<i>Завезення меблів, посуду, білизни на місце проведення заходу</i>	<i>Водії, вантажники</i>
<i>17⁰⁵-18⁰⁰</i>	<i>Розвантажування, перенесення в приміщення, монтаж сцени, звукового та світлового обладнання</i>	<i>Вантажники, спеціальні фірми</i>
<i>18⁰⁰-18³⁰</i>	<i>Розставляння меблів за планом</i>	<i>Вантажники</i>
<i>18³⁰-21⁰⁰</i>	<i>Прасування скатертин, «юпок», драпірування столів, прикрашання приміщення</i>	<i>Дизайнер, офіціанти</i>

<i>День проведення заходу</i>		
<i>13⁰⁰</i>	<i>Прихід персоналу</i>	<i>Офіціанти, бармени, кухарі, менеджери</i>
<i>13⁰⁵-13¹⁵</i>	<i>Підготовка персоналу до роботи, переодягання</i>	<i>Офіціанти, бармени, кухарі</i>
<i>14¹⁵-18³⁰</i>	<i>Оформлення страв, сервірування столів</i>	<i>Офіціанти, кухарі</i>
<i>19⁰⁰-19³⁰</i>	<i>Початок свята. Зустрічання гостей</i>	<i>Офіціанти, гіді</i>
<i>19³⁰-22³⁰</i>	<i>Розважальна програма</i>	<i>Артисти</i>
<i>19³⁰-21⁰⁰</i>	<i>Обслуговування гостей під час розважальної програми. Завезення гарячих страв. Порціонування гарячих страв</i>	<i>Офіціанти, кухарі, водії, вантажники</i>
<i>21⁰⁰-21²⁰</i>	<i>Сервірування столів, подавання гарячих страв та напоїв</i>	<i>Офіціанти, бармени, кухарі</i>
<i>21²⁰-22⁰⁰</i>	<i>Обслуговування гостей, порціонування десерту</i>	<i>Офіціанти, бармени, кухарі</i>
<i>22³⁰-24⁰⁰</i>	<i>Дисотека</i>	<i>DJ (діджей)</i>
<i>24⁰⁰-02⁰⁰</i>	<i>Закінчення свята. Прибирання та сортування посуду, складання меблів, завантаження на спеціальний транспорт, транспортування до закладу, прибирання приміщень</i>	<i>Офіціанти, бармени, вантажники, водії, прибиральники</i>

Джерело: складено на основі [11]

Для втілення виїзного обслуговування різних урочистостей, ТзОВ «Надія» розробило декілька варіантів меню. Під кожного конкретного клієнта меню формується індивідуально, враховуючи його смакові уподобання та бюджет. Замовник отримує комплексний ресторанний сервіс, включаючи закуски, салати, гарячі страви та десерти. У деяких випадках, замовнику можуть порадишити обмежити вибір страв, враховуючи специфіку

кейтерингового обслуговування: час від приготування до подачі значно більший через необхідність транспортування продукції.

ТзОВ «Надія» здійснює виробничий процес на власних, спеціально обладнаних кухнях. Значна частина страв готується, порціонується та оформлюється на кухні, у той час як страви, що вимагають швидкого приготування, порціонують та оформлюють безпосередньо перед подачею.

Виробничий підрозділ у ТзОВ «Надія», що обслуговує специфічні замовлення (зокрема кейтерингові), може використовувати для приготування їжі як сировину, так і напівфабрикати різного ступеня готовності. З підприємства до місця проведення заходу готові страви відпускаються згідно з денними забірними листами. Готові холодні закуски та страви викладаються на блюда, обов'язково використовуючи харчову плівку, що допомагає зберегти їхній привабливий вигляд та свіжість. На кожен тарілку (або блюдо) прикріплюється етикетка з інформацією про кількість порцій в упаковці.

Головним обов'язком виробничого підрозділу є суворе дотримання встановленої температури подачі страв та напоїв, термінів їх придатності до споживання та, безумовно, якості готової продукції. Для цього необхідно мати: відповідні засоби для зберігання та транспортування страв, ударостійкий посуд, а також термостійку тару, яка добре тримає температуру та є зручною у використанні. Доставка гарячих страв від ТзОВ «Надія» здійснюється з використанням термоконтейнерів, мармітів, професійних термосів, термоапаратів. Ці засоби здатні утримувати необхідну температуру протягом 2-3 годин. Додатково, на місці можуть бути використані пересувні марміти для підігріву, або ж, за потреби, розгортається пересувна кухня, оснащена плитами, духовими шафами, фритюрницями, електрогрилями та іншим обладнанням. При організації заходу обов'язково враховується можливість обладнання доготівельного приміщення, а також наявність водопроводу та електричної мережі. Доставку готової продукції слід здійснювати на місце проведення банкету за 1-2 години до його початку. Готові страви мають бути доставлені вчасно, зберігаючи цілісність оформлення. Необхідно суворо

дотримуватися вимог щодо термінів зберігання напівфабрикатів та готової продукції.

Величезне значення має сервірування страв. З цією метою ТзОВ «Надія» за індивідуальними замовленнями розробляє авторські карти-схеми оздоблення салатів та других страв, на яких умовними знаками позначено інгредієнти та спосіб їх розміщення в салатнику або на тарілці. Подібним чином можна зекономити час на приготування та оформлення страв, при цьому підкреслюється висока якість кінцевого продукту. Під час доставки на місце проведення події продукція розпаковується у спеціально обладнаному приміщенні.

Кухарі викладають вироби на тарілки та блюда, підрізають деякі інгредієнти, декорують страви. Окремі страви, на кшталт шашлику, барбекю, юшки тощо, готуються безпосередньо на місці проведення заходу. Готова продукція направляється до столів, попередньо розміщених на території події, сервірованих та оформлених. Зважаючи на специфічні аспекти виробництва, транспортування та реалізації харчової продукції під час виїзного обслуговування, критично важливо здійснювати контроль за якістю виготовлених страв. Дотримання санітарно-гігієнічних норм на робочих місцях – це ключовий чинник забезпечення безпеки та якості страв. Працівники ТзОВ «Надія» ретельно слідкують за особистою гігієною, а керівництво має забезпечувати їх необхідним спецодягом.

Перед кожною подією проводиться інструктаж з техніки безпеки, враховуючи особливості місця проведення банкету. Обслуговування заходів працівниками ТзОВ «Надія» завжди на найвищому рівні. Для цього необхідний ретельний аналіз та планування кожної деталі, беручи до уваги навіть незначні дрібниці. Організація будь-якого заходу, що відбувається далеко від кухні ресторану, обов'язково передбачає складну логістику проекту, незалежно від його формату та масштабу. Це призводить до значних витрат на транспорт і професійне обладнання для зберігання та доставки готових страв, кулінарних, кондитерських виробів та напоїв. Кожен різновид

кейтерингового сервісу передбачає наявність конкретної матеріально-технічної основи ТзОВ «Надія», до складу якої необхідно включати відповідне устаткування, інвентар та додаткові пристрої у необхідній кількості та асортименті. Вдосконаленню процесу надання послуг ресторанного сервісу клієнтам у закладах громадського харчування може сприяти система стандартів обслуговування. Ця система включає в себе:

1. Стандартизацію праці персоналу – детальний опис, що, як і в яких випадках має виконувати персонал ресторану. Слід зауважити: стандарти обслуговування спершу розробляються для зручності їх використання в контролі сервісу, мотивації та подальшому навчанні колективу. Разом з цим потрібно не забувати, що всі стандарти сервісу мають бути об'єктивними, вимірними, зрозумілими та відповідати сподіванням споживачів.
2. Навчання кадрів. Персонал зобов'язаний знати продукцію ресторану та вимоги роботи з клієнтами; тренінги та семінари подібного спрямування варто проводити регулярно.
3. Контроль. Інспектор, удаючи з себе пересічного відвідувача, приходить у ресторан і здійснює оцінювання праці працівників, якість приготованих страв, швидкість сервісу тощо. Підсумки контролю цілком можуть бути впроваджені в систему мотивації персоналу.
4. Система мотивації має оперувати як фінансовими заохоченнями, так і нематеріальними стимулами для підняття продуктивності співробітників до бажаного рівня. До прикладу, впровадження нагород за досягнення: "Найкращий продавець", "Найкращий ресторан", "Найсприятливіший персонал" та інші.
5. Дотримання стандартів обслуговування. Варто донести до працівників, що якісне обслуговування є ключовим аспектом для успіху закладу, і надання гідного сервісу відвідувачам є справою честі.

Усі відзнаки та заохочення слід оприлюднювати на зборах, у службовій кореспонденції, корпоративних виданнях, веб-сайті підприємства та, якщо є змога, у зовнішніх засобах масової інформації. Обов'язкова сертифікація послуг закладів ресторанного господарства здійснюється для підтвердження їхньої відповідності вимогам щодо безпеки життя та здоров'я споживачів, захисту навколишнього середовища, закріпленим у нормативно-правових актах, урядових стандартах, санітарних правилах та нормах, будівельних нормах і правилах, а також у вимогах до виробництва та реалізації продукції та послуг ресторанного господарства.

У цій ситуації відбувається оцінка характеристик сервісів, умов надання послуг, застосовуються способи, які дають змогу: повністю та точно підтвердити відповідність послуг встановленим вимогам, що гарантує безпеку для життя та здоров'я людей, а також доквілля; здійснити ідентифікацію послуг, включно з кулінарною продукцією. Отже, кейтеринг – це багатогранне обслуговування споживання їжі, розважальних програм, що залишаються в пам'яті відвідувачів на тривалий час. Відтак, ТзОВ «Надія», що пропонує послуги кейтерингу, має постійно вдосконалювати усі робочі аспекти: оновлювати та розширювати меню, коригувати процес обслуговування гостей та інше.

2.3. Удосконалення організації кейтерингового обслуговування на базі ТзОВ «Надія»

Логістика у ресторанній сфері, що включає, зокрема, й діяльність ТзОВ «Надія», ще кілька років тому вважалася «terra incognita». Наразі вона присутня практично у всіх аспектах цього бізнесу, зокрема, і у виїзному ресторанному обслуговуванні, тобто в кейтерингу. Якщо в звичайному кафе чи закладі швидкого харчування реалізація продукції, тобто її продаж та споживання, зазвичай відбувається в зоні обслуговування, котра розташована в одному приміщенні або на прилеглий території і часто розділяє дах з

виробничою зоною (кухнею), то ключовою відмінністю кейтерингу є значна географічна віддаленість точки продажу продукції від виробничої бази кейтерингової компанії. Отже, цілком логічно, що на перший план у кейтеринговому бізнесі виходитимуть питання його транспортної та логістичної організації. Основними напрямками розвитку кейтерингу на підприємстві ТзОВ «Надія» є виїзне обслуговування та стабільне обслуговування. Ці два напрями мають власну логістичну специфіку, проте їх схожість полягає в необхідності існування виробничої бази. Загалом, структуру кейтерингового підприємства та логістичну схему його функціонування зображено на рис. 3.1. Відтак, організація кейтерингового підприємства передбачає наявність: офісу, де працює персонал, що займається продажем та організацією заходів; залів для дегустацій (за наявності); виробничого цеху (для підприємств, які забезпечують постійне обслуговування в офісних центрах, у такому випадку обладнання може надаватися замовником); складів для зберігання продуктів, інвентарю, професійного обладнання; автотранспорту (у разі необхідності регулярних виїздів) [11]. Штат кейтерингового виробництва залежить від типу обслуговування, що надається. Погоджуванням усіх дрібниць майбутнього заходу разом із замовниками займається менеджер, який підказує варіанти оформлення залу та столів, погоджує меню тощо.

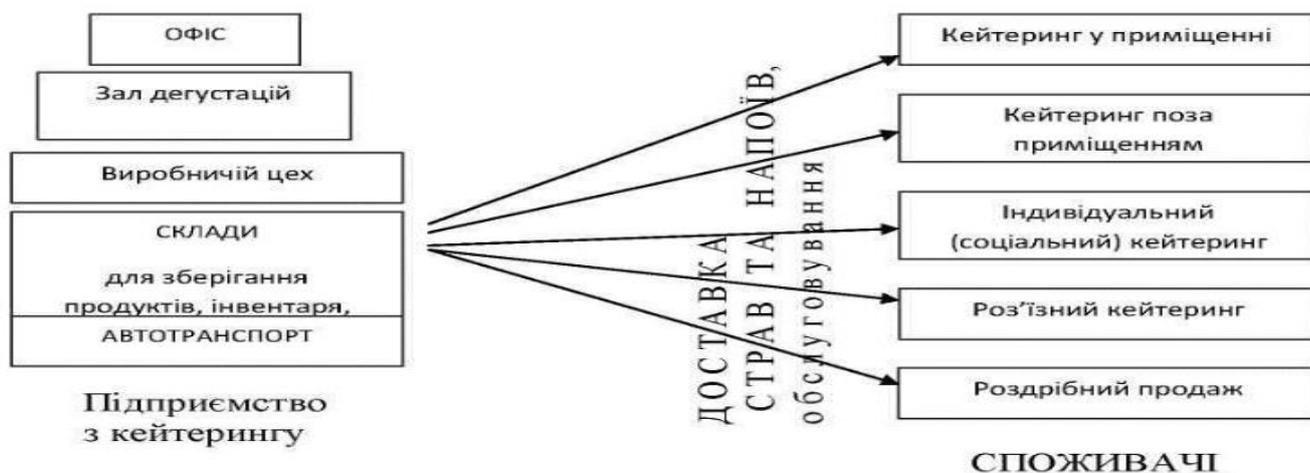


Рисунок 3.1 – Логістична схема організації кейтерингового бізнесу на підприємстві ТзОВ «Надія» [11]

Штат кухарів здатен вміщувати як кухаря, що володіє всіма навичками (для скромних подій), так і команду кухарів, кожен з яких є спеціалістом у певній сфері кулінарії - все залежить від масштабу запланованого святкування. На фірмі може бути як свій штат обслуговуючого персоналу (бармени, офіціанти, посудомийники та інші), так і можливе їх наймання ззовні. За потреби можуть залучатись (або створюватись своїми силами) студії декораторів, флористів, аніматорів. У системі кейтерингу підприємства ТЗОВ «Надія» актуальне застосування різноманітних інноваційних підходів, таких як аутсорсинг, аутстафінг, маркетинг, франчайзинг та, особливо, логістика, котра виконує ключову роль на підприємствах ресторанного бізнесу, частиною якого є кейтеринг.

Крім того, одним з факторів підвищення якості сервісу та оптимізації витрат на підприємстві ТЗОВ «Надія» є застосування логістичної концепції вибору постачальників. Метод вибору та управління постачальниками стає критичним в епоху посиленних ринкових вимог, що визначають сучасний ресторанний бізнес. Діяльність постачальників суттєво впливає на продуктивність, якість обслуговування та конкурентоспроможність підприємств у сфері громадського харчування.

Разом з тим, організація постачання для підприємств громадського харчування часто стикається з різноманітними проблемами: відсутність поставки, неповне постачання або затримки, низька якість продукції тощо. Такі збої у процесах постачання в ресторанному бізнесі, зазвичай, призводять до фінансових втрат організацій (втрачений прибуток). Чим більшим є захід з кейтерингу, тим складніша його організаційна побудова, тим складнішою є логістика і вся підготовча робота. Найбільше це стосується проектів, що віщують виїзд на великі відстані.

Кейтерингові підприємства, або спеціалізовані підрозділи ресторанів, мають змогу надавати послуги на виїзних заходах, незалежно від місця розташування їхнього основного офісу. Виникають замовлення з потребою виїзду на різні відстані – від передмістя, що знаходиться на відстані 10-30 км,

до інших областей, відстань до яких перевищує 100 км. Ці віддалені заходи можуть бути представлені у будь-якому форматі: фуршети, банкети, коктейлі – як у будівлях, так і на свіжому повітрі. Інколи клієнт виявляє бажання надати особливий, індивідуальний характер формату обслуговування, що зумовлює необхідність враховувати додаткові побажання та вимоги кейтерингової компанії.

Безумовно, кожна подія, особливо та, що організовується значно віддалено від бази виїзного ресторану, неминуче вимагає складнішої логістики проекту, незалежно від його формату та розмірів. Незважаючи на це, значна відстань може призвести до зриву заходу через будь-яку неточність. Спрощення завдання для кейтерингової компанії в окремому випадку може бути досягнуте просто, якщо є можливість використовувати необхідне обладнання на місці, за умови, що майданчик відповідає вимогам, що трапляється не завжди. Основні труднощі полягають не стільки в самому обслуговуванні, скільки в логістичній підготовці проекту. Для його якісної реалізації співробітники кейтерингової компанії обов'язково виїжджають на технічну зустріч під час підготовки, хоча в умовах роботи на віддалених майданчиках така інспекція не завжди можлива через її високу вартість. Неправильна інформація про локацію, або її недоліки, невдалі домовленості з місцевими представниками замовника, перешкоди в спілкуванні здатні неодмінно ускладнити логістичний бік кейтерингового проекту, створюючи значні труднощі.

Ще одним каменем спотикання виїзного обслуговування є обмежений вибір якісних постачальників з широким асортиментом продуктів, необхідних для приготування страв найвищої якості. Віддалені проекти в іншому місті або регіоні можуть унеможливити приготування певних страв власними силами. Часто виникає потреба у використанні місцевого персоналу при реалізації масштабних кейтерингових проектів на великій відстані, адже транспортування великої кількості своїх співробітників разом з супутніми витратами може зробити такий проект економічно не вигідним. Під час

організації кейтерингу можливі труднощі, пов'язані з персоналом, що бере участь у сервісі. Недоліком кейтерингу називають потребу в підсобному приміщенні (не лише для зберігання всього необхідного для заходу: білизни, посуду, декору, а й для доготування частини страв). Для збільшення ефективності надання кейтерингових послуг на ТзОВ «Надія» пропонується впровадження інвестиційного проекту оновлення обладнання, розрахованого на 4 роки.

Мета проекту: покращення якості надання кейтерингових послуг шляхом використання інноваційного обладнання для організації кейтерингу. Для реалізації проекту надання кейтерингових послуг необхідно придбати обладнання, представлене в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Витрати на закупівлю обладнання для надання кейтерингових послуг
на підприємстві ТзОВ «Надія»

<i>Назва обладнання</i>	<i>Кількість, шт.</i>	<i>Ціна за одиницю, грн</i>	<i>Загальний підсумок, грн</i>
<i>Термоконтейнер THERMOBOX AVATHERM 200</i>	<i>8</i>	<i>5703</i>	<i>45624</i>
<i>Чафіндіш електричний LORENA</i>	<i>12</i>	<i>3000</i>	<i>36000</i>
<i>Складний стіл для кейтерингу PARTY 182</i>	<i>12</i>	<i>8168</i>	<i>98016</i>
<i>Візок для транспортування термоконтейнерів AF 150 TROLLEYS THS</i>	<i>14</i>	<i>8671</i>	<i>121394</i>
<i>Вітрина холодильна настільна PANDORA REF GL2</i>	<i>10</i>	<i>35679</i>	<i>256790</i>
<i>Кофе-станція</i>	<i>5</i>	<i>12205</i>	<i>61025</i>
<i>Буфет-візок холодильний ZEUS</i>	<i>14</i>	<i>78900</i>	<i>1104600</i>
<i>Термовідро з подвійними стінками та резиновою основою</i>	<i>12</i>	<i>7779</i>	<i>93348</i>
<i>Всього</i>	<i>87</i>	<i>-</i>	<i>1916797</i>

Джерело: Розроблено автором

Відповідно, загальна вартість оновлення основного капіталу становитиме 1916797 грн. Основне обладнання, котре планується закупити це: термоконтейнер, чафіндіш електричний, складний стіл для кейтерингу, візок для транспортування термоконтейнерів, вітрина холодильна настільна, кофе-станція, буфет-візок холодильний, термовідро з подвійними стінками та резиновою основою. Важливою є побудова організаційної структури реалізації кейтерингового обслуговування, зокрема в структурі слід відзначити наявність проект-менеджера, кухарів, обслуговуючого персоналу офіціантів та водіїв (транспорт для транспортування). Організаційну структуру проекту представимо на рис. 2.3.

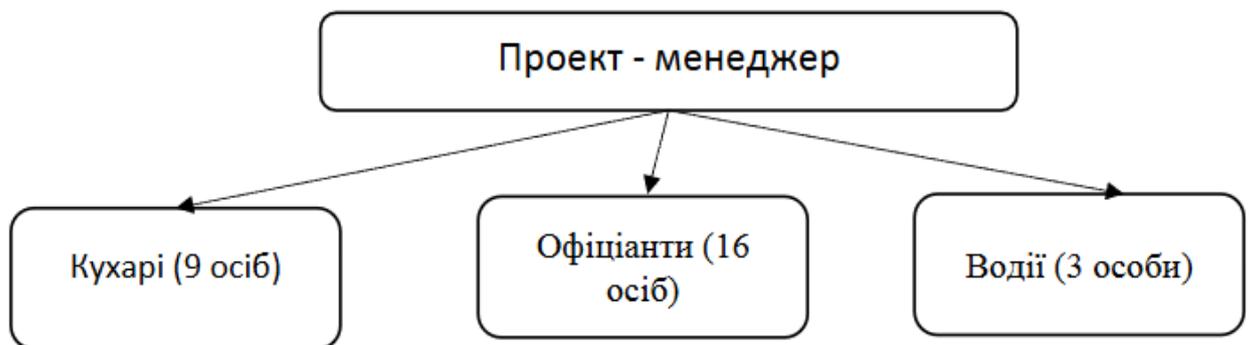


Рисунок 2.3 – Організаційна структура проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія»

Джерело: розроблено на основі [11]

Аналізуючи організаційну структуру проекту кейтерингового обслуговування, варто підкреслити, що ці висококваліфіковані працівники здатні забезпечити реалізацію різних типів кейтерингу (приготування їжі на місці, приготування їжі поза межами закладу, контракти на доставку їжі та обслуговування в офісах, VIP-кейтеринг та інші). При цьому, вказана кількість персоналу здатна обслуговувати декілька заходів, пов'язаних з кейтеринговим обслуговуванням, одночасно. Визначимо розмір оплати праці даних працівників в контексті реалізації проекту кейтерингового обслуговування (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Оплата праці персоналу реалізації проекту кейтерингового
обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія»

<i>Персонал</i>	<i>Кількість</i>	<i>Оплата праці за міс., грн.</i>	<i>Відрахування з оплати праці за міс., грн.</i>	<i>Заробітна плата працівника за міс., грн.</i>	<i>Оплата праці працівника за рік, грн.</i>
<i>Проект - менеджер</i>	<i>1</i>	<i>20000</i>	<i>6560</i>	<i>26560</i>	<i>318720</i>
<i>Кухарі</i>	<i>9</i>	<i>15000</i>	<i>4920</i>	<i>19920</i>	<i>2151360</i>
<i>Офіціанти</i>	<i>16</i>	<i>14000</i>	<i>4592</i>	<i>18592</i>	<i>3569664</i>
<i>Водії</i>	<i>3</i>	<i>11000</i>	<i>3608</i>	<i>14608</i>	<i>525888</i>
<i>Всього</i>	<i>29</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>6565632</i>

Джерело: розроблено на підставі даних підприємства ТзОВ «Надія»

Відповідно оплата праці працівників підприємства становитиме 6565632 грн., основна частка оплати праці спрямовуватиметься на оплату праці офіціантів 3569664 грн., кухарів – 2151360 грн., водіїв – 525888 грн. та проект –менеджеру 318720 грн. Для реалізації проекту важливо також врахувати обсяги витрат на закупівлю сировини та матеріалів для приготування різноманітних страв (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Витрати на сировину та матеріали в контексті реалізації проекту
кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія»

<i>Показник</i>	<i>1 рік</i>	<i>2 рік</i>	<i>3 рік</i>	<i>4 рік</i>
<i>Сировина(грн)</i>	<i>1000000</i>	<i>1500000</i>	<i>2000000</i>	<i>2500000</i>
<i>Матеріали (грн)</i>	<i>500000</i>	<i>600000</i>	<i>800000</i>	<i>1000000</i>
<i>Інші витрати(грн)</i>	<i>20000</i>	<i>50000</i>	<i>100000</i>	<i>130000</i>
<i>Всього(грн)</i>	<i>1520000</i>	<i>2150000</i>	<i>2900000</i>	<i>3630000</i>

Джерело: розроблено на підставі даних підприємства ТзОВ «Надія»

Відповідно для забезпечення якості страв необхідні витрати на закупівлю якісної сировини та матеріалів для їх приготування, відповідний

розмір витрат за 1 рік становитиме 1520000 грн., 2150000 грн. за 2 рік, 2900000 грн. за третій рік та 3630000 грн. за 4 рік реалізації. Визначимо амортизаційні відрахування внаслідок використання обладнання в контексті реалізації даного проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТЗОВ «Надія» (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Амортизаційні відрахування в контексті реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТЗОВ «Надія»

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік
Основні засоби(грн)	1916797	1437597,8	958398,5	479199,3
Амортизація (грн)	479199,3	479199,3	479199,3	479199,3
Залишкова вартість обладнання (грн)	1437597,8	958398,5	479199,3	0

Джерело: розроблено на підставі даних підприємства ТЗОВ «Надія»

Планується амортизація основного капіталу через його застосування, відповідно щорічно передбачається величина амортизаційних відрахувань на рівні 479199,3 грн. Амортизація переносить вартість основного капіталу на вироблений продукт і надану послугу, відповідно створює можливість в майбутньому забезпечити оновлення та модернізацію основного капіталу. Наступним кроком визначимо доходи від реалізації кейтерингового обслуговування на підприємстві ТЗОВ «Надія» (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Доходи внаслідок реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТЗОВ «Надія»

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	Всього
Обсяг продукції (грн)	800	850	980	1000	3630
Середній чек за організацію(грн)	12000	13000	15000	20000	60000
Всього доходів(грн)	9600000	11050000	14700000	20000000	55350000

Джерело: розроблено на підставі даних підприємства ТЗОВ «Надія»

Передбачається щорічне збільшення обсягу виручки від впровадження кейтерингового сервісу на підприємстві ТзОВ «Надія». Зокрема, протягом першого року роботи доходи оцінюються в 9600000 грн., другого року – 11050000 грн, третього – 14700000 грн, а четвертого – 20000000 грн. Передбачається щорічне збільшення числа клієнтів та середнього чека завдяки реалізації кейтерингового проекту на підприємстві ТзОВ «Надія». Проаналізуємо фінансові показники, отримані в результаті реалізації кейтерингового проекту на підприємстві ТзОВ «Надія». Інформація представлена в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Фінансові результати внаслідок реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія» [6]

Показник	0	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	Всього
Інвестиція	-1916797					-1916797
Доходи реалізації		9600000	11050000	14700000	20000000	55350000
Витрати		8085632	8715632	9465632	10195632	36462528
Матеріальні витрати		1520000	2150000	2900000	3630000	10200000
Оплата праці		6565632	6565632	6565632	6565632	26262528
Амортизація		479199	479199	479199	479199	1916797
Прибуток до оподаткування		1514368	2334368	5234368	9804368	18887472
Податок на прибуток (18%)		272586	420186	942186	1764786	3399745
Чистий прибуток		1241782	1914182	4292182	8039582	15487727
Номінальні грошові потоки		1720981	2393381	4771381	8518781	17404524
Дисконтування (ставка 15%)	1	0,870	0,756	0,658	0,572	
Реальний грошовий потік	-1916797	1496505	1809740	3137260	4870641	11314146

Дослідження фактичних фінансових надходжень від впровадження проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія» показує, що за перший рік реалізації показник реальних грошових потоків склав 1 496 505 грн, за другий рік – 1 809 740 грн, протягом третього року – 3 137 260 грн, а за четвертий рік досягнув 4 870 641 грн. Загальний розмір реальних грошових потоків становив 9397349 грн:

$$NPV = -1916797 + 1496505 + 1809740 + 3137260 + 4870641 = 9397349 \text{ грн.}$$

Визначимо залишковий грошовий потік внаслідок реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія» представивши дані у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Залишковий грошовий потік внаслідок реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія»

Показник	0	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	Всього
Реальний грошовий потік	-1916797	1496505	1809740	3137260	4870641	9397349
Залишковий грошовий потік		-420292	1389448	4526708	9397349	

Джерело: розроблено автором на підставі розділу

Визначимо період окупності даного проекту:

$$ПО = 1 + (420292 / 1809740 * 12) = 1,3 \text{ роки}$$

Визначимо індекс рентабельності даного проекту:

$$ІП = 11314146 / 1916797 = 5,9$$

Відповідно, запропонований проект кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія» є окупним (ПО=1,3 роки), фінансово привабливим (ІП = 5,9 пункти), грошові потоки внаслідок реалізації проекту становитимуть 9397349 грн.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГУ РЕСТОРАНАМИ

3.1 Стратегії підвищення ефективності кейтерингу

Ефективність у кейтерингу є ключовим фактором успіху для ресторанів, особливо в умовах сучасних викликів в Україні. Війна, що триває з 2022 року, економічна нестабільність і потреба в технологічних інноваціях суттєво вплинули на логістику, доступність продуктів і очікування клієнтів. Ці обставини змушують бізнес адаптуватися до нових реалій, шукаючи способи не лише вижити, а й залишатися конкурентоспроможними. Підвищення ефективності дозволяє оптимізувати витрати, зберегти якість послуг і навіть відкрити нові можливості для розвитку. У цьому підрозділі розглянуто п'ять практичних стратегій, які допоможуть ресторанам покращити кейтеринг, враховуючи поточні умови. Наведено детальні описи кожної стратегії та приклади їх реалізації в Дніпрі та інших містах України, що демонструють їх практичну цінність.

Локалізація поставок

Співпраця з місцевими постачальниками стала однією з найефективніших стратегій для підвищення стійкості кейтерингових послуг. Війна порушила традиційні ланцюги поставок: імпорتنі продукти стали дорогими через зростання цін на паливо та затримки на кордонах, а логістичні ризики, такі як обстріли доріг, зробили їх ненадійними. Локальні продукти дозволяють скоротити витрати на транспортування, зменшити залежність від зовнішніх ринків і підтримати місцевих фермерів, що має важливе соціальне значення в кризовий період. Свіжість інгредієнтів, які не проходять тривалого транспортування, позитивно впливає на смакові якості страв, підвищуючи лояльність клієнтів. Крім того, локалізація поставок допомагає уникати перебоїв, що критично важливо в умовах нестабільного постачання.

- **Приклад у Дніпрі:** Кейтерингова компанія "Дніпровський смак" налагодила партнерство з місцевими фермерами з передмість Дніпра, такими як господарства в Царичанському районі, для постачання овочів (помідори, огірки, кабачки), м'яса (курятина й свинина від невеликих ферм) та молочних продуктів (сметана, сир). Завдяки цьому витрати на сировину знизилися на 15%, оскільки транспортування скоротилося з 200-300 км (як було з київськими постачальниками) до 30-50 км. Клієнти у відгуках відзначали, що салати з місцевих овочів стали соковитішими, а страви з м'яса – ніжнішими через свіжість. Компанія також почала активно використовувати сезонні продукти, наприклад, кабачки й гарбузи восени, що дозволило знизити витрати на зберігання на 8% і додало автентичності меню, підкреслюючи місцевий колорит.
- **Приклад у Львові:** Кейтеринг "Львівський двір" уклав угоди з місцевими виробниками сиру з Дрогобицького району, зелені з Яворівщини та меду з бджолярів Стрийського району. Це дозволило уникнути перебоїв у постачанні навіть під час активних бойових дій у західних регіонах у 2022 році, коли імпорتنі продукти затримувалися на кордоні до 10 днів. Витрати на логістику знизилися на 10%, а свіжість зелені (петрушка, кріп) додала страв природного аромату, що клієнти відзначали як перевагу перед конкурентами, які використовували заморожені аналоги.
- **Приклад в Одесі:** Заклад "Одеський смак" почав співпрацювати з місцевими рибалками з Чорноморського узбережжя, які постачають свіжу рибу (бичок, камбала) щодня. Раніше риба доставлялася з Туреччини через порт, що займало до 5 днів і коштувало на 20% дорожче через митні збори. Тепер витрати скоротилися на 12%, а меню поповнилося унікальними стравами, такими як запечений бичок із лимоном і травами, що стало

"фішкою" компанії й привабило клієнтів, які цінують морську кухню.

Цифровізація

Впровадження цифрових технологій стало необхідністю для сучасного кейтерингу. Онлайн-платформи для замовлень, такі як власні вебсайти чи додатки на кшталт Glovo, значно спрощують доступ клієнтів до послуг, що особливо актуально в умовах обмеженого пересування через комендантську годину чи небезпеку. Використання GPS і штучного інтелекту для планування маршрутів доставки дозволяє уникати небезпечних зон і скорочує час доставки. Автоматизація управління запасами допомагає точно розраховувати необхідну кількість продуктів, уникаючи перевитрат і дефіциту.

- **Приклад у Дніпрі:** Кейтеринг "Дніпро" розробила власну онлайн-платформу, яка об'єднує замовлення, логістику та зворотний зв'язок. Наприклад, клієнт може обрати меню для корпоративу на 50 осіб, а система автоматично розраховує кількість продуктів (10 кг картоплі, 5 кг м'яса тощо) і пропонує оптимальний маршрут доставки через GPS, уникаючи районів із частими тривогами. Час на організацію заходів скоротився на 20% – з 2 годин до 1,5 години, а клієнти можуть відстежувати статус замовлень у реальному часі через push-повідомлення, що підвищило їхню задоволеність на 30% за результатами опитувань.
- **Приклад у Києві:** "Столичний кейтеринг" впровадив систему онлайн-замовлень із GPS-навігацією, інтегрованою з Google Maps, що дозволило водіям об'їжджати зони зруйнованих мостів і блокпостів. Кількість замовлень зросла на 25% завдяки зручності: клієнти замовляють через сайт, обираючи страви з фото й описом, а чат-бот на базі Telegram відповідає на запитання за 30 секунд, наприклад, уточнює наявність безглютенових опцій. Компанія також використовує ШІ для прогнозування попиту, що зменшило надлишки їжі на 15%.

- **Приклад у Харкові:** "Харківські традиції" запустили мобільний додаток, який дозволяє клієнтам обирати страви (наприклад, борщ чи вареники) і відстежувати доставку з точністю до 5 хвилин. У 2023 році, коли місто зазнавало частих обстрілів, додаток допоміг скоротити час обробки замовлень на 15%, оскільки менеджери отримували автоматичні сповіщення про зміну маршрутів через небезпечні райони, наприклад, Салтівку.

Адаптація меню

Спрощення меню та орієнтація на сезонні продукти допомагають ресторонам знижувати витрати й адаптуватися до дефіциту ресурсів. Війна обмежила доступ до імпортованих інгредієнтів, тож компанії замінюють їх місцевими аналогами. Сезонні продукти дешевші, свіжіші та доступніші, що дозволяє створювати привабливі страви без значних витрат. Спрощене меню скорочує час на підготовку, зменшує відходи й полегшує логістику (табл.3.1).

- **Приклад у Дніпрі:** "Дніпро Фуд Сервіс" переглянув меню, додавши страви з місцевих овочів: гарбузовий суп із вершками, салати з буряка з горіхами, картопляне пюре з сезонними травами. Витрати знизилися на 10%, оскільки ці продукти коштують на 20-30% дешевше за імпортовані аналоги (наприклад, броколі чи авокадо). Клієнти оцінили автентичний смак, а щомісячні сезонні пропозиції, такі як гарбузовий суп у жовтні-листопаді, стали хітом продажів, збільшивши замовлення на 18%.
- **Приклад у Львові:** "Львівський двір" у літній період додав страви з місцевих грибів (лисички, білі гриби) та ягід (чорниця, малина), які збирають у Карпатах. Це скоротило витрати на 12%, адже гриби раніше імпортували з Польщі, що коштувало на 25% дорожче через транспортування. Клієнти полюбили грибний крем-суп і ягідні десерти, що додало локальної ідентичності й привернуло туристів.

- **Приклад в Одесі:** "Одеський смак" адаптував меню, включивши страви з місцевої риби (карась, судак) та овочів (перець, баклажани). Наприклад, запечений судак із овочами став популярним через низьку собівартість (на 15% дешевше за імпортований лосось) і свіжість. Загальні витрати знизилися на 8%, а регіональний колорит привабив клієнтів, які шукають "одеський смак".

Таблиця 3.1

Огляд стратегій підвищення ефективності кейтерингу

<i>Стратегія</i>	<i>Переваги</i>	<i>Недоліки</i>	<i>Застосування в Україні</i>
<i>Локалізація поставок</i>	<i>Зниження витрат, свіжість продуктів, підтримка місцевих фермерів</i>	<i>Обмежений вибір продуктів, сезонність</i>	<i>Використовується в Дніпрі, Львові, Одесі для скорочення витрат і забезпечення стабільності поставок</i>
<i>Цифровізація</i>	<i>Оптимізація логістики, зручність для клієнтів, автоматизація управління</i>	<i>Високі початкові інвестиції, потреба в навчанні персоналу</i>	<i>Застосовується в Києві, Харкові, Дніпрі для підвищення оперативності</i>
<i>Адаптація меню</i>	<i>Економія на сировині, швидкість підготовки страв, використання сезонних продуктів</i>	<i>Обмежене меню, потреба в частій зміні страв</i>	<i>Використовується для зниження витрат і приваблення клієнтів автентичністю</i>

Продовження табл. 3.1

<i>Енергоефективність</i>	<i>Автономність роботи, зниження витрат на енергоносії, екологічність</i>	<i>Високі початкові витрати, залежність від погодних умов</i>	<i>Застосовується в Харкові, Одесі, Дніпрі для забезпечення безперебійної роботи під час відключень</i>
<i>Гуманітарний кейтеринг</i>	<i>Підвищення репутації, нові джерела доходу через гранти, соціальна відповідальність</i>	<i>Обмежений комерційний попит, потреба в координації з волонтерами</i>	<i>Використовується в Києві, Харкові, Дніпрі для підтримки переселенців і військових, залучення грантів</i>

Джерело: розроблено автором на основі розділу

Енергоефективність

Використання відновлюваних джерел енергії, таких як сонячні панелі, стало важливим рішенням в умовах частих перебоїв з електропостачанням. Ця стратегія дозволяє працювати автономно, зменшуючи залежність від централізованих мереж і витрати на енергоносії. Енергоефективність також підвищує репутацію серед екосвідомих клієнтів.

- **Приклад у Дніпрі:** "Еко Кейтеринг" обладнав мобільні кухні сонячними панелями потужністю 2 кВт, що забезпечило безперебійну роботу холодильників і плит під час відключень електроенергії, які тривали до 6 годин на добу в 2023 році. Споживання енергії знизилося на 25%, оскільки сонячні панелі покривали до 70% потреб у денний час. Клієнти почали асоціювати бренд із турботою про екологію, що підвищило кількість замовлень від корпоративних клієнтів на 12%.

- **Приклад в Одесі:** "Одеський смак" встановив сонячні панелі на складі площею 50 м², що дозволило заощадити 18% на електроенергії (близько 3000 грн щомісяця). Під час блекаутів у 2022 році холодильники працювали автономно до 8 годин завдяки акумуляторам, зарядка яких здійснювалася від сонця, що врятувало запаси продуктів вартістю понад 50 тис. грн.
- **Приклад у Харкові:** "Харківські традиції" інвестували в енергоефективні індукційні плити та сонячні батареї на 1,5 кВт для кухні. Витрати на електроенергію знизилися на 20%, а під час відключень у березні 2023 року заклад готував до 200 порцій їжі щодня, використовуючи лише сонячну енергію вдень, що забезпечило стабільність роботи.

Гуманітарний кейтеринг

Співпраця з благодійними організаціями відкриває нові перспективи. Надання харчування переселенцям чи військовим підвищує репутацію та може приносити дохід через гранти. Це також зміцнює зв'язки з громадою.

- **Приклад у Дніпрі:** "Дніпровський стіл" почав співпрацювати з Червоним Хрестом у 2022 році, готуючи щоденно до 300 порцій їжі (супи, каші, бутерброди) для переселенців із Донецької області, які прибували на вокзал. Грант від ЮНІСЕФ у розмірі 200 тис. грн допоміг закупити обладнання (плити, холодильники), а дохід компанії зріс на 10% завдяки додатковим замовленням від місцевих волонтерів.
- **Приклад у Харкові:** "Харківські традиції" з березня 2022 року готують гарячі обіди (борщ, картопля з м'ясом) для 150 біженців щодня у співпраці з місцевою церквою. Це забезпечило стабільний дохід через пожертви (близько 50 тис. грн щомісяця) і позитивний імідж: жителі стали частіше замовляти кейтеринг для сімейних свят, довіряючи компанії як соціально відповідальній.

- **Приклад у Києві:** "Столичний кейтеринг" об'єднав зусилля з волонтерською організацією "Допомога фронту", готуючи сухі пайки (галети, консерви, каші) для військових. У 2023 році це принесло грант від ООН на 150 тис. грн, що пішов на оновлення автопарку, а впізнаваність бренду зросла завдяки публікаціям у соцмережах волонтерів.

Таблиця 3.2

Кількісні показники впровадження стратегій

<i>Стратегія</i>	<i>Місто</i>	<i>Зниження витрат (%)</i>	<i>Зростання доходів (%)</i>	<i>Економія часу (%)</i>	<i>Інші показники</i>
<i>Локалізація поставок</i>	<i>Дніпро</i>	15	5	5	<i>Витрати на транспортування скоротилися на 20%</i>
	<i>Львів</i>	10	8	4	<i>Перебої в постачанні скоротилися на 50%</i>
	<i>Одеса</i>	12	7	4	<i>Собівартість страв знизилася на 15%</i>
<i>Цифровізація</i>	<i>Дніпро</i>	5	10	20	<i>Час обробки замовлень скоротився на 20%</i>
	<i>Київ</i>	8	25	15	<i>Кількість замовлень зросла на 25%</i>
	<i>Харків</i>	6	12	15	<i>Час обробки замовлень скоротився на 15%</i>

<i>Адаптація меню</i>	<i>Дніпро</i>	<i>10</i>	<i>18</i>	<i>10</i>	<i>Витрати на сировину знизилися на 10%</i>
	<i>Львів</i>	<i>12</i>	<i>15</i>	<i>12</i>	<i>Зростання попиту на сезонні страви на 20%</i>
	<i>Одеса</i>	<i>8</i>	<i>20</i>	<i>8</i>	<i>Зростання замовлень на 20%</i>
<i>Енергоефективність</i>	<i>Дніпро</i>	<i>25</i>	<i>12</i>	<i>5</i>	<i>Споживання енергії знизилося на 25%</i>
	<i>Одеса</i>	<i>18</i>	<i>10</i>	<i>3</i>	<i>Заощадження на електроенергії 3000 грн/міс</i>
	<i>Харків</i>	<i>20</i>	<i>8</i>	<i>4</i>	<i>Стабільність роботи під час відключень</i>
<i>Гуманітарний кейтеринг</i>	<i>Дніпро</i>	<i>5</i>	<i>10</i>	<i>2</i>	<i>Грант 200 тис. грн від ЮНІСЕФ</i>
	<i>Харків</i>	<i>3</i>	<i>15</i>	<i>3</i>	<i>Пожертви 50 тис. грн/міс</i>
	<i>Київ</i>	<i>4</i>	<i>12</i>	<i>2</i>	<i>Грант 150 тис. грн від ООН</i>

Джерело: Розроблено автором на основі інформації розділу

3.2. Аналіз кейсів успішних ресторанів, що надають кейтеринг

Аналіз успішних прикладів діяльності ресторанів, що пропонують кейтеринг, критичний для усвідомлення, як бізнес реагує на актуальні проблеми, зокрема на поточну війну в Україні з 2022 року. Ці приклади показують практичні рішення для покращення ефективності, застосування технологій та відповіді на суспільні потреби в умовах воєнних труднощів. У цьому розділі розглянуто приклади ресторанів з різних міст України - Дніпра,

Києва, Львова, Харкова та Одеси - з особливим акцентом на їхні стратегії, досягнення, деталі виконаних заходів, вплив на співробітників і клієнтів, а також на перешкоди, що виникли через війну, базуючись на доступній інформації та логічному аналізі.

Кейс 1: "Готельно-ресторанний комплекс Хутір" (Дніпро)

Готельно-ресторанний комплекс "Хутір" у Дніпрі, розташований на вулиці Набережна Перемоги, 29, став прикладом адаптації до воєнних умов через локалізацію поставок і гуманітарний кейтеринг. У 2022-му році підприємство відчувало на собі перебої з постачанням імпортованих товарів, зокрема оливкової олії та приправ, через блокування морських портів, знищення транспортних артерій та часткове руйнування інфраструктурних об'єктів у місцевості. Реагуючи на виклик, "Хутір" встановив партнерські зв'язки з фермерами та рибалками з ближніх околиць Дніпра, а також з кооперативом "Дніпровські дари", забезпечуючи себе овочами (буряком, картоплею), м'ясом (свинина від місцевих ферм) та свіжою рибою з Дніпровського водосховища. Це допомогло зменшити транспортні витрати на 15% та дало змогу включати до меню традиційні страви, такі як борщ із пампушками та вареники з місцевою вишнею, для проведення банкетів на 100–150 гостей. Впродовж 2023 року комплекс розвинув кейтеринг, включивши сезонні пропозиції, наприклад, страви з гарбузовою кашею восени, що сприяло зростанню попиту на 20%.

Одним із викликів було псування їжі через відключення електрики під час повітряних тривог, що могли тривати до 4 годин. Вирішенням стали генератори, придбані на кошти гранту від ЮНІСЕФ. Додатково, "Хутір" налагодив співпрацю з Червоним Хрестом, організовуючи щотижневу роздачу їжі для 150 переселенців на території комплексу, що дозволило отримати грант ЮНІСЕФ на суму 90 тис. грн.

Вплив на персонал включав навчання для взаємодії з новими постачальниками, а також гнучкий графік роботи через часті повітряні

тривоги, під час яких кількість відвідувачів знижувалася на 30–40%. Клієнти високо оцінювали свіжість страв, а лояльність зросла на 15%, зокрема серед місцевих мешканців, які цінували підтримку громади.

Успіх цього випадку базується на комбінації локальної адаптації, підтримці якості страв та соціальній відповідальності.

Кейс 2: "Кейтеринг КУЛДІМ" (Київ)

"Кейтеринг КУЛДІМ" у Києві вистояв завдяки цифровізації та пристосованості в умовах воєнних дій. З початком повномасштабного вторгнення у 2022 році великі зібрання скасовувалися через загрозу, а обстріли на околицях Києва, на кшталт Ірпеня, ускладнювали доставку, що призвело до суттєвого зменшення прибутків. Фірма, яка працює з 2014 року, пристосувалась, розробивши онлайн-систему замовлень, що дозволяє замовникам створювати індивідуальні меню та слідкувати за статусом замовлень. Платформа використовує GPS, щоб обминати небезпечні райони, як-от території поблизу Дарницького мосту, і забезпечує доставку за потреби протягом доби. У 2023 році це сприяло збільшенню кількості замовлень на 35%, особливо для кава-брейків на 50 осіб в офісах, які включали каву, круасани та сендвічі. Виклики з доставкою через блокпости були вирішені шляхом організації альтернативних маршрутів, що були узгоджені з місцевою владою. Вплив на персонал складався з навчання роботі з платформою та впровадження змінних змін через евакуацію працівників під час повітряних тривог, які тривали до 6 годин. Клієнти високо оцінили зручність доставки, і попит серед офісних працівників зростав, що знайшло відображення у відгуках на сайті. Ключ до успіху цього кейсу полягає в оперативності, зручності для клієнтів і здатності швидко реагувати на кризові обставини.

Кейс 3: "ArtCatering" (Львів)

"ArtCatering" у Львові продемонстрував здатність пристосовуватися, виявляючи гнучкість у форматі та зосереджуючись на гуманітарних аспектах

кейтерингу. З початком воєнних дій у 2022 році, компанія, яка на той час мала шестирічний досвід і організаторську історію у понад 1000 заходів, стикнулася з серйозними перешкодами, спричиненими порушенням логістичних ланцюжків, а також з дефіцитом імпортованих продуктів, включаючи екзотичні прянощі, не кажучи вже про переміщення клієнтів внаслідок евакуації з різних куточків країни. Відповіддю "ArtCatering" стала оперативна переорієнтація на місцеві продукти, запропонувавши страви з локальних овочів, м'яса та меду, а також започаткувавши формат "Food Box" – зручні набори їжі, доставку яких було налагоджено за 2 години (безкоштовно в межах Львова). У 2023 році компанія розпочала співпрацю з Червоним Хрестом, організовуючи фуршети для бізнес-зустрічей на 200 персон та регулярну роздачу "Food Box" для 250 вимушених переселенців щотижня, що стало підґрунтям для отримання гранту від ЮНІСЕФ на суму 120 тис. грн.

Проблему псування харчів через брак холодильних установок було розв'язано шляхом придбання мобільних охолоджувачів. Вплив на працівників складався з навчань щодо швидкої підготовки "Food Box" та психологічної підтримки, наданої через евакуацію під час повітряних тривог. Клієнти високо оцінили оперативність доставки, а лояльність зросла на 20%, особливо серед корпоративних споживачів. Ключ до успіху цього випадку - у блискавичній реакції та соціальній відповідальності.

Кейс 4: "LS Catering" (Харків)

"LS Catering" у Харкові виявили надзвичайну життєздатність, використовуючи гнучкий підхід та гуманітарну діяльність воєнний час. З початком активних бойових дій у 2022 році, компанія відчула на собі наслідки перебоїв у постачанні через постійні обстріли, що нищили міську інфраструктуру, а також через виїзд астини співробітників. "LS Catering" змогла пристосуватися, роблячи ставку на місцеві продукти від фермерів Харківщини (овочі, м'ясо, молочні вироби) та перейшовши до форматів швидкого обслуговування, як-от фуршети та кава-брейки для 50–100 осіб. У

2023 році компанія почала співпрацю з волонтерськими об'єднаннями, організовуючи щоденну роздачу їжі для 200 внутрішньо переміщених осіб у прихистках, що в результаті принесло грант від Червоного Хреста на 70 тис. грн.

Виклик з постачанням пального для доставки було подолано завдяки електросамокатам, що їх надали волонтери. Робота з персоналом охоплювала інструктажі з техніки безпеки та дій у надзвичайних обставинах, плюс - адаптивний графік, зумовлений частими обстрілами. Відгуки клієнтів про якість їжі були схвальними, а серед місцевого населення спостерігалось збільшення замовлень на 15%. Секрет успіху цього досвіду криється у швидкості реакції, пристосуванні до місцевих потреб та наданні соціальної підтримки.

Кейс 5: "City Catering" (Одеса)

"City Catering" в Одесі пристосувався до реалій війни, зосереджуючись на місцевих поставках та гуманітарному кейтерингу. З початком бойових дій у 2022 році, морська блокада зупинила доставку імпортованих продуктів, зокрема спецій та морепродуктів. Обстріли Одещини також ускладнили транспортування, що спонукало компанію шукати рішення на місці. "City Catering" розпочав партнерство з рибалками Чорноморського узбережжя, забезпечуючи свіжу рибу (хамсу, бичка), а також з фермерами Одеської області, отримуючи овочі та м'ясо. Це знизило витрати на 12% і дозволило створювати унікальні страви, як-от запечений бичок із травами.

У 2023 році компанія презентувала фуршетні бокси "City Box" на доставку. Цей формат миттєво завоював популярність, особливо в офісах та на домашніх святкуваннях, розрахованих на 30-50 гостей. Водночас стартувала ініціатива з приготування їжі для 150 переселенців щотижня, що реалізовувалась у співпраці з волонтерами та фінансувалась грантом ЮНІСЕФ у розмірі 100 тис. грн. Питання затримок, спричинених мінуванням

прибережних територій, було вирішено шляхом організації додаткових точок доставки безпосередньо в місті.

Щодо впливу на команду, було проведено тренінги з реагування на надзвичайні ситуації, а також запроваджено додаткові робочі зміни через часті повітряні тривоги. Клієнти високо оцінили зручність боксів "City Vox", що призвело до зростання лояльності на 18%, особливо серед офісних співробітників. Ключовими факторами успіху даного кейсу стали гнучкість у прийнятті рішень, адаптація до регіональних особливостей та прояв соціальної відповідальності.

Бачення майбутнього розвитку

Ці стратегії відкривають великі можливості для розвитку кейтерингового бізнесу в Україні, особливо в умовах війни та під час відбудови після неї. Ресторани можуть значно посилити свою стійкість, вкладаючи кошти в автономні технології. Скажімо, використання сонячних панелей або мобільних генераторів дасть змогу забезпечити безперервне живлення кухонь та холодильників під час відключень електрики, що стали буденністю через обстріли. Ще одним багатообіцяючим напрямом є впровадження дронів для доставки їжі у віддалені чи прифронтові зони, де традиційна логістика ускладнена. Подібні інновації вже випробовуються в державах із розвиненим технологічним сектором, і їхнє застосування в Україні може стати проривом для кейтерингу.

Майбутнє кейтерингу бачиться у розширенні соціальних впливів. Заклади харчування здатні збільшити обсяги гуманітарних починань, скажімо, забезпечувати регулярним харчуванням школи, дитячі садки чи військові підрозділи у зоні лиха. Це не тільки прискорить відбудову громад, а й укріпить імідж бізнесу як суспільно свідомого. Для прикладу, зобразимо програму "Їжа майбутнього", в межах котрої ресторани щотижня створюють 500 порцій для дітей з сіл поблизу лінії фронту, застосовуючи місцеві продукти та залучаючи добровольців до доставки. Подібні ініціативи мають змогу фінансуватися

через гранти від міжнародних структур, зокрема ЮНІСЕФ або Всесвітньої продовольчої програми.

Інновації стануть наріжним каменем прогресу в цій сфері. Застосування штучного інтелекту для передбачення попиту на кулінарні витвори або вдосконалення логістики доставки здатне скоротити видатки на 10–15% і збільшити продуктивність. Скажімо, алгоритми ШІ мали б змогу обробляти дані про замовлення в режимі реального часу, надаючи ресторанам рекомендації щодо приготування більшої кількості борщу або вареників у періоди, коли попит на традиційну кухню зростає. Екологічні ініціативи, на кшталт переходу на упаковку, що компостується, чи мінімізація відходів завдяки точному визначенню обсягів порцій, зроблять кейтеринг привабливішим для молодого покоління клієнтів, котрі високо цінують сталість. Уявіть, як "City Catering" в Одесі замінює пластикові контейнери на біорозкладні, виготовлені з кукурудзяного крохмалю – це може перетворитися на їх конкурентну перевагу.

Місцеві партнерства залишаться основою стабільності. Розширення співпраці з фермерами, кооперативами та місцевими виробниками не лише гарантуватиме надійні постачання, але й активізує економіку регіонів. Наприклад, "Хутір" у Дніпрі міг би укласти довгострокові угоди з рибалками для забезпечення щоденних поставок свіжої риби, або розробити спільний бренд з кооперативом "Дніпровські дари". Водночас, співпраця з міжнародними фондами відкриває двері до фінансування: гранти на 50–150 тис. грн можуть покрити витрати на обладнання чи навчання персоналу.

Кейтеринг у майбутньому виросте з простої справи до засобу єднання спільнот. Ресторанні заклади зможуть розробляти мобільні кухні, що подорожуватимуть між населеними пунктами, забезпечуючи харчуванням там, де його найбільше потребують. Спробуйте уявити мобільну кухню "ArtCatering", яка в один день годує вимушених переселенців у Львові, а вже наступного – організовує бенкет у відбудованому селі на Сході. Подібні

ініціативи потребуватимуть фінансування, проте їх соціальний та економічний вплив буде надзвичайно великим.

Висновки з кейсів

Ці кейси чітко демонструють, як ресторани успішно долають воєнні виклики в Україні. Також треба зазначити, що обстріли, евакуація та перебої з логістикою змусили компанії шукати інноваційні рішення, які не лише виправдали себе, а й принесли нові можливості. Проаналізувавши ці приклади, можна переконатись, що стратегії локалізації, цифровізації, енергоефективності та гуманітарного кейтерингу можуть стати зразком для інших закладів, враховуючи потреби регіону та клієнтів.

3.3 Використання технологій у кейтерингу: онлайн-замовлення та управління

Сучасні технології стали невід'ємною частиною кейтерингу. Онлайн-замовлення, системи управління запасами, дрони для доставки та автономні джерела енергії дозволяють ресторанам не лише виживати, але й процвітати, оптимізуючи процеси, скорочуючи витрати та підвищуючи безпеку для клієнтів і персоналу. Цей підрозділ розкриває, як цифрові інструменти трансформують кейтеринг в Україні, спираючись на локальні приклади та світові тренди, адаптовані до сьогоденних реалій.

Онлайн-замовлення: зручність і безпека в умовах війни

Онлайн-замовлення стали ключовим інструментом для кейтерингу в Україні, коли фізичне відвідування ресторанів ускладнене через комендантську годину, обстріли та логістичні перешкоди. Такі платформи, як Glovo, Bolt Food або власні вебсайти з інтеграцією CRM-систем (наприклад, Bitrix24 чи Salesforce), дозволяють клієнтам замовляти їжу дистанційно, що сприяє зростанню попиту на 20–35%. У Львові місцева компанія "Кейтеринг Захід" запустила власний сайт на платформі Shopify, який інтегрує GPS-

навігацію Garmin для уникнення небезпечних зон, таких як райони поблизу об'єктів критичної інфраструктури, що перебувають під загрозою атак. Клієнти можуть обирати меню – від кава-брейків із випічкою до повноцінних фуршетів із локальними стравами, як-от борщ чи вареники, – і відстежувати доставку в реальному часі через push-повідомлення або SMS.

У 2024 році "Кейтеринг Захід" обробив 600 замовлень на місяць, із яких 65% припадало на кава-брейки для офісів на 20–40 осіб, а 25% – на фуршети для онлайн-конференцій чи благодійних заходів. Завдяки онлайн-системі час доставки скоротився з 2 годин до 1 години 20 хвилин, що підвищило лояльність клієнтів на 30%. Проте у 2023 році платформа зіткнулася з кібератаками, які тимчасово зупинили роботу сайту. Проблему вирішили завдяки впровадженню шифрування даних AES-256 і співпраці з місцевими ІТ-фахівцями, що зайняло два тижні.

Світові компанії, як-от Uber Eats, демонструють схожі підходи. У Європі Uber Eats використовує штучний інтелект для прогнозування попиту, що дозволяє оптимізувати логістику. В Україні цю практику можна адаптувати для планування замовлень у "тиші" між повітряними тривогами, коли попит різко зростає.

Таблиця 3.3

Вплив впровадження закладами онлайн-замовлень

<i>Показник</i>	<i>До впровадження</i>	<i>До впровадження</i>	<i>Зміна (%)</i>
<i>Кількість замовлень на місяць</i>	400	600	+50%
<i>Час доставки (години)</i>	2	1,33	-33%
<i>Лояльність клієнтів (%)</i>	60%	78%	+30%

Джерело: розроблено автором на основі [21, 22]

Автоматизація управління запасами: ефективність і стійкість

Системи керування запасами, засновані на ERP (Enterprise Resource Planning), стали справжньою підтримкою для ресторанів, що потерпають від перебоїв з постачанням через війну. У Черкасах ресторанний комплекс "Смак" впровадив ERP-систему Odoo, котра автоматично обчислює потребу в інгредієнтах для заходів на 80–120 осіб. Наприклад, система визначає, що для банкету необхідно 40 кг картоплі, 15 кг м'яса та 10 л олії, враховуючи сезонні коливання цін і наявність продуктів. Це дало змогу зменшити витрати на сировину на 12% та зменшити кількість відходів на 18% у 2024 році, коли постачання було ускладнене нестачею палива.

Під час тривалих відключень електроенергії або повітряних тривог (до 5 годин) система оперативно змінювала меню, замінюючи дефіцитні імпорتنі продукти (наприклад, пармезан чи оливки) на місцеві аналоги (сир з ферми або солоні огірки). Впровадження системи потребувало двотижневого навчання для персоналу, але результат виправдав затрачені зусилля.

Світові лідери, на кшталт Nestlé, використовують ERP для управління складами в кризових регіонах. В Україні цей досвід може бути розширений для ресторанів, що прагнуть відновити ланцюжки постачання після війни.

Таблиця 3.4

Вплив впровадження закладами ERP-систем

Показник	До впровадження	Після впровадження	Зміна (%)
Витрати на сировину (%)	100%	88%	-12%
Відходи продуктів (%)	25%	20.5%	-18%
Час на планування (години)	4	2	-50%

Джерело: розроблено автором на основі [25, 26]

Дрони для доставки: інновації в прифронтових зонах

У прифронтових містечках, де традиційне доставлення утруднене через розбиті шляхи або блокпости, дрони відчиняють нові перспективи. У Запоріжжі, "ZP Catering" разом з волонтерами використовує дрони DJI Mavic, що можуть нести до 2,5 кг вантажу, для доставлення "Food Box" - наборів з гарячими стравами та водою - у віддалені місцевості. У 2024 році це забезпечило харчування для 250 переселенців щодня.

В липні 2024 року дрони доставили 2000 порцій їжі (супи, каші, хліб) до укриттів за 25 хвилин, на відміну від 2 годин автомобілем, що вберегло їжу від зіпсуття в спеку. Обмежену дальність польоту (12 км) компенсували завдяки створенню мережі стартових майданчиків у передмістях. Замовники, серед яких благодійні організації, відзначили збільшення швидкості доставлення на 15%, що зумовило зростання попиту.

Світовий приклад - Amazon, який у 2024 році розширив дронове доставлення в США, випробовуючи його в багатолюдних містах. В Україні ця технологія може стати наріжним каменем логістики в післявоєнний період.

Мобільні кухні та автономність: відповідь на блекаут

Мобільні кухні, які мають власні джерела живлення, виявилися рятівним колом для кейтерингу, коли інфраструктура страждала від регулярних знеструмлень внаслідок обстрілів. У Миколаєві компанія "South Catering" обладнала фудтраки сонячними панелями JA Solar, що видають 3 кВт, та літій-іонними батареями Tesla Powerwall на 5 кВт·год, що гарантувало безперебійну роботу холодильників, індукційних плит і кавомашин під час відключень світла, які тривали до 12 годин у 2023–2024 роках. У грудні 2023 року один фудтрак приготував 120 порцій гарячих страв (плов з куркою, трав'яний чай) для місцевих мешканців, використовуючи виключно сонячну енергію, накопичену протягом дня. У похмурі дні акумулятори забезпечували до 6 годин роботи, а у надзвичайних ситуаціях як резерв вмикали дизельний генератор Honda EU22i, що видає 2,2 кВт.

У 2023 році "South Catering" обслужив 450 клієнтів за місяць під час блекаутів, готуючи страви від простих супів до складніших — як-от запечена картопля з м'ясом і соусом. Це підвищило доходи компанії на 18%, адже клієнти, зокрема волонтерські організації, високо цінували стабільність послуг.

Виклики автономності

Автономність несе в собі низку проблем. Погодні явища, як тривалі дощі або рясний сніг, зменшують продуктивність сонячних панелей на 30-40%. Це змушує частіше вдаватися до генераторів, що, своєю чергою, збільшує витрати на пальне на 10–15%. Технічний догляд за обладнанням - ще один складник: заміна акумуляторів, яку слід проводити раз на 3-5 років, обходиться приблизно у 50 000 грн, а очищення панелей від пилу та снігу потребує додаткових зусиль персоналу. У 2023 році компанія "South Catering" зіткнулася з несправністю інвертора через стрибок напруги, що призвело до триденного простою кухні та витрат на ремонт у розмірі 12 000 грн. Логістика теж додає складнощів: доставка запчастин із західних областей до Миколаєва могла займати до 5 днів через блокпости.

Автономність мобільних кухонь є ключовою перевагою в кейтерингу, але вона супроводжується низкою викликів, які вимагають постійної адаптації та пошуку рішень. Ці проблеми охоплюють погодні умови, технічне обслуговування та логістику, а в умовах війни в Україні вони стають ще більш гострими.

- **Погодні умови.** Погода суттєво впливає на ефективність автономних систем. У зимовий період сонячна активність знижується на 40%, що зменшує продуктивність сонячних панелей. Снігопади, наприклад, можуть повністю заблокувати панелі, вимагаючи ручного очищення кожні 2–3 години. Улітку спека перегріває акумулятори, скорочуючи їхній термін служби на 20%.

- **Технічні проблеми.** Технічне обслуговування теж породжує труднощі. Постійні збої стаються внаслідок перенавантаження або неналежного використання техніки. У 2024 році фірма "South Catering" зазнала поломки інвертора, через що робота зупинилася на 3 доби, а збитки склали 12 000 грн. Заміна акумуляторів, необхідна кожні 3 роки, обходиться приблизно у 50 000 грн. До того ж, дефіцит кваліфікованих спеціалістів через евакуацію змушує підприємства вдаватися до послуг місцевих майстрів або волонтерів, що збільшує витрати на 15%.

- **Логістичні труднощі.** Логістика під час війни значно ускладнює можливість самостійного функціонування. Доставка комплектуючих з західних областей до Миколаєва може розтягнутися до семи днів через обстріли та перевірки на блокпостах. Через це підприємства вимушені збільшувати обсяги зберігання на приблизно 20% в порівнянні з мирним часом, що підвищує фінансові витрати. Скажімо, затримка з поставкою контролера для сонячних панелей спричинила збиток в 15 000 грн для однієї з кухонь, що виник внаслідок простою.

- **Рішення та інновації.** Щоб вирішити ці виклики, підприємства звертаються до альтернативних варіантів. "South Catering" співпрацює з добровольцями для технічної підтримки та планує до 2025 року встановити гібридні енергосистеми (сонячна + вітрова), щоби пом'якшити вплив погодних умов. У майбутньому передбачається використання біогазових установок для переробки харчових відходів, що потенційно дозволить скоротити витрати на пальне на 25%. Подібні нововведення можуть стати ключем до стабільної незалежності в майбутньому.

Перспективи та навчання персоналу

Успішне застосування технологій у кейтерингу значною мірою залежить від рівня підготовки персоналу, що стало особливо актуальним викликом для

ресторанів в умовах війни. Навчання працівників відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного використання сучасних інструментів, таких як онлайн-платформи для замовлень, дрони для доставки та системи управління ресурсами (ERP). Тренінги, які включають налаштування цифрових систем, освоєння технологій доставки та аналіз даних, дозволяють значно скоротити час адаптації до нововведень — наприклад, з одного місяця до двох тижнів. Це також сприяє підвищенню продуктивності персоналу на 25% і зменшенню логістичних помилок на 15%. Проте організація таких програм потребує значних витрат на залучення кваліфікованих тренерів і розробку навчальних матеріалів.

Війна посилила проблему нестачі кваліфікованих кадрів, зокрема в ІТ-сфері, через міграцію та евакуацію спеціалістів. Для подолання цього дефіциту компанії все частіше співпрацюють з місцевими ІТ-школами та волонтерськими організаціями, які допомагають налагоджувати автоматизовані процеси та проводити онлайн-курси. Такий підхід сприяє впровадженню інновацій, однак без систематичного навчання можуть виникати затримки в освоєнні складних технологій, таких як дрони чи системи управління. За прогнозами, до 2027 року попит на працівників, які володіють технологічними навичками в кейтерингу, зросте на 25–30%, що підкреслює необхідність інвестування в освіту кадрів уже зараз.

Одним із рішень цієї проблеми є створення власних навчальних центрів, де персонал опановує роботу з автоматизованими кухонними системами та інструментами передбачення попиту на основі штучного інтелекту. Такі центри допомагають оптимізувати процеси складання меню та логістики, що особливо важливо в умовах обмежених ресурсів. Витрати на їхнє функціонування можуть досягати 120 тис. грн, але це окупається завдяки зростанню кількості замовлень на 20% через швидше реагування на потреби клієнтів. Досвід міжнародних компаній показує, що подібні програми навчання можуть додатково знизити логістичні витрати на 10%, що робить їх

перспективними для адаптації в Україні, наприклад, через співпрацю з державними структурами для запуску безкоштовних курсів.

Основними перешкодами залишаються брак фінансування на навчання (в середньому 40–60 тис. грн на одного працівника) і висока плинність кадрів через міграцію. Для вирішення цих проблем ресторани можуть об'єднуватися в асоціації, щоб ділити витрати на тренінги, або залучати онлайн-платформи, такі як Coursera, адаптовані до локальних потреб.

ВИСНОВКИ

1. Розглянуто теоретичні основи організації кейтерингу в ресторанному бізнесі. Кейтеринг - це послуга, зміст якої полягає в організації харчування на заходах, що є виїзними. Вона включає доставку, обслуговування на місці персоналом, сервірування, оренду обладнання, посуду та меблів. Послуги кейтерингу поділяються на подієвий кейтеринг - це організація харчування на великих заходах, що не повторюються (фестиваль, концерт). Корпоративний кейтеринг - обслуговування бізнес-подій (ділові зустрічі та презентації). Соціальний кейтеринг - обслуговування приватних заходів невеликого масштабу. Контрактний кейтеринг - надання регулярного харчування для установ. Кожен вид такого кейтерингу передбачає вибір меню, розрахунок кількості порцій, організацію доставки.

2. Охарактеризовано основні аспекти організації кейтерингу. В ресторанному бізнесі організація кейтерингу є складним процесом. Вона включає логістику, від якої залежить доставка продуктів та їх ціна і доставку сервірування та обладнання. Наступним елементом виступає маркетинг, тобто реклама. Найбільш успішною є реклама кейтерингу в соціальних мережах, створення відповідних сайтів, персональні відгуки клієнтів. Також якість кейтерингу цілком залежить від персоналу і його підготовки. Працівники повинні бути гнучкими, швидкими та готовими до роботи в різних умовах. Фінансове планування кейтерингу вимагає наявності позитивної різниці між прибутком компанії та її витратами. Тільки поєднання перелічених аспектів робить кейтеринг прибутковим.

3. Охарактеризовано тенденції розвитку кейтерингу в світі та в Україні. послуги кейтерингу змінюються під впливом не тільки локальних, но і глобальних факторів. В світі ці послуги зазнають змін завдяки цифровізації, екологічності та технологічним інноваціям. Цифровізація передбачає наявність мобільних пристроїв та додатків, що дозволяють замовляти їжу і ретельно планувати будь-які заходи. Екологічність передбачає наявність

органічність продуктів та безпечний біорозкладний одноразовий посуд. А технологічні інновації змінюють самі процеси організації кейтерингу, які стають сталими та автоматизованими.

4. Досліджено стратегії підвищення ефективності кейтерингу. Вони дозволяють знизити витрати та підвищити якість послуг. До відповідних стратегій розвитку можна віднести локалізацію постачання. Локальні продукти менше коштують і не потребують тривалого транспортування. Свіжі продукти значно покращують стан страв. Друга важлива стратегія розвитку кейтерингу - цифровізація. Наявність он-лайн платформ для замовлень, цифрові додатки, вебсайти роблять доступ до послуг більш спрощеним. Стратегія адаптації передбачає спрощення меню та пропозицію сезонних продуктів, що дозволяє скоротити витрати на приготування страв. Стратегія енергоефективності передбачає використання відновлювальних джерел енергії. Найбільш ефективними ці стратегії виступають в поєднанні.

5. Надано рекомендації щодо удосконалення використання технологій у кейтерингу. Основними технологіями для послуг кейтерингу запропоновано вважати онлайн-замовлення та оптимізацію управління. Платформи Bolt Food, Glov, або власні вебсайти з інтеграцією CRM-систем дозволяють замовляти їжу дистанційно. Європейській досвід показує, наприклад, що кейтерингова компанія Uber Eats використовує навіть штучний інтелект для оптимізації логістики замовлень.

Оптимізація управління полягає у обґрунтуванні наявності певних запасів та ресурсів для оперативного вирішення питань доставки. Наприклад, можливим є використання такої підсистеми як ERP-система Odoo для автоматичного розрахунку потрібних інгредієнтів для страв. ERP-системи використовують також для управління складами. Ще одним напрямком удосконалення кейтерингових послуг в Україні стали мобільні кухні, оснащені автономними джерелами енергії.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. URL: <https://tourlib.net/ua/>
2. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2017.
3. URL:
https://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/t2z9s4_Caterin_g%20A%20Guide%20to%20Managing.pdf
4. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/ivashyna.htm Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні
5. Кейтеринг: Хмельницький та Хмельницька область. Золоті сторінки. URL:
http://www.km.goldenpages.ua/otr/otr_rubricofrestaurantsUkraine.
6. Кейтеринг або організація виїзного харчування. URL:
<http://www.business.esc.lviv.ua/kejterinh-abo-orhanizatsiya-vyjiznoho-harchuvannya/>
7. Мостова Л. М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. К.: Ліра-К, 2010.
8. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства. За ред. проф. Н.О. П'ятницької. К: Центр учбової літератури, 2011.
9. Прилепа Н. В., Миколюк О. А. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу. Вісник Хмельницького національного університету. 2019. № 5. С. 91-94.
10. П'ятницька Н. О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
11. П'ятницька Г. Т. Інноваційні ТзОВ «Надія» технології: основи теорії: навч. посіб. К.: Кондор, 2018. 250 с.
12. Радіонова О. М. Івент-технології: конспект лекцій. ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2020. 67 с.

13. Сало Я. М. Організація обслуговування на підприємствах харчування. Ресторанна справа: довідник офіціанта. Львів: Афіна, 2005. 336 с.
14. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах: підручник. К.: Альтерпрес, 2009.
15. Смирнов І. Г. Ресторанна логістика: міжнародний та український аспекти. Зовнішня торгівля: право та економіка. 2009. №4(45). С. 4-18.
16. Смирнов І. Геологістичні особливості кейтерингу. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. 2018. №1 (61). С. 8-12.
17. Смірнова Л. Кейтерінг: що це таке і в чому його особливість? URL: <http://nakablychkah.com.ua/sypilstvo/keitering.html>.
18. Усіна А. І., Сегеда І. В. Технологія ресторанної справи. конспект лекцій. ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2012. 396 с.
19. Усов В. В. Организация обслуживания в ресторанах. М.: Наука, 2020. 342 с.
20. Шегда А. В. Громадське харчування і туристична індустрія в ринкових умовах. К.: «Знання», НОО, 2019. 223 с.
21. Як український ресторанний бізнес адаптується до викликів війни: дослідження. URL: <https://usionline.com/iak-ukrainskyj-restorannyj-biznes-adaptuietsia-do-vykykiv-vijny-doslidzhennia/>
22. Доставка в умовах воєнного стану. URL: [https://forbes.ua/innovations/vseryoz-gotuemosya-pratsyuvati-v-krimu-pid-chas-viyni-ispanskiy-glovo-nepomitno-stav-dominuvati-na-ukrainskomu-rinku-dostavki-yak-tak-viyshlo-26122022-10746](https://forbes.ua/innovations/vseryoz-gotueмосya-pratsyuvati-v-krimu-pid-chas-viyni-ispanskiy-glovo-nepomitno-stav-dominuvati-na-ukrainskomu-rinku-dostavki-yak-tak-viyshlo-26122022-10746)
23. Ринок доставки під час війни. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/rynok-dostavky-pid-chas-vijny-chy-ye-mozhlyvosti-rozvytku>
24. Онлайн курси. URL: <https://www.coursera.org/>
25. ERP-системи: переваги та приклади впровадження. URL: <https://webnauts.pro/uk/blog/erp-systemy-perevagy-ta-pryklady-vprovadzhennya/>

26. Як за допомогою ERP-систем можна оптимізувати бізнес-процеси ресторанного бізнесу? URL: <https://business.dii.gov.ua/history-of-success/yak-za-dopomohou-erp-system-mozhna-optymizuvaty-biznes-protsesy-restorannoho-biznesu>

ДОДАТКИ

Додаток А

Загальноприйняті види кейтерингових послуг [5, с. 136]



Обладнання для реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТЗОВ «Надія»

 <p>A dark grey, rectangular thermal container with a black handle on the lid and a latch. It has a textured surface and is shown from a three-quarter perspective.</p>	 <p>A black electric chafin dish with a stainless steel interior. The lid is open, revealing a tray of colorful vegetables (carrots, green beans, and onions) in a sauce. The brand name 'LORENA' is visible on the front panel.</p>
<p>Термоконтейнер THERMOBOX AVATHERM 200</p>	<p>Чафіндіш електричний LORENA</p>
 <p>A white folding table with a black metal frame. It is set up with a basket of bread, a vase of yellow flowers, and some bottles and glasses on top.</p>	 <p>A silver metal trolley with a square frame and four casters. It is designed for transporting heavy items like thermal containers.</p>
<p>Складний стіл для кейтерингу PARTY 182</p>	<p>Візок для транспортування термоконтейнерів AF 150 TROLLEYS THS</p>



Вітрина холодильна настільна
PANDORA REF GL2



Буфет-візок холодильний ZEUS



Кофе-станція



Термовідро з подвійними
стінками та резиновою основою