

Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола
Відділення економіки та туризму

Кафедра готельно-ресторанної справи

КУРСОВА РОБОТА

**з дисципліни «Організація ресторанного господарства »,
«Організація готельного господарства»**

**на тему: «Організація кейтерингового обслуговування споживачів
на прикладі готельно-ресторанного підприємства ТзОВ «Надія»**

Виконав (ла): ст. гр. ГР-186

Василько Ірина

Науковий керівник: Муха Р.А.

Кількість балів _____

Національна шкала _____

ECTS _____

Члени комісії _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Тернопіль 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	5
1.1. Сутність кейтерингового обслуговування, його види та номенклатура послуг, що може надаватися споживачам.....	5
1.2. Організація обслуговування споживачів при наданні кейтерингових послуг.....	11
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ПО ФОРМІ БАНКЕТ-ФУРШЕТУ НА БАЗІ ТЗОВ «Надія»..	15
2.1. Характеристика діяльності ТЗОВ «Надія».....	15
2.2. Організація виїзного повносервісного кейтерингового обслуговування по формі банкет-фуршету з приводу презентації продукції фірми-засновника.....	24
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НА БАЗІ ТЗОВ«НАДІЯ».....	31
ВИСНОВКИ.....	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43

ВСТУП

Ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. Водночас, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем із високим ступенем конкуренції. У всьому цивілізованому світі ресторанний бізнес є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за оптимальне позиціонування на ринку та найбільш перспективні його сегменти, за пошук нових та утримання постійних клієнтів.

Сучасний ресторанний бізнес, як ніколи раніше, пропонує широку номенклатуру послуг. У ресторанній справі з'являються нові види послуг: послуги сомельє, гастрономічні шоу, урочиста презентація страв, бар-шоу, рибалка та кулінарне приготування у присутності гостя, караоке, виїзний кейтеринг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг тощо.

Останнім часом намітилася стійка тенденція переміщення послуг з організації споживання продукції та обслуговування споживачів із залів закладів ресторанного господарства до робочих місць (офіси, установи), місць відпочинку, місць святкування ювілеїв та інших офіційних та неофіційних святкових подій, до домівки.

Кейтеринг може стати дуже прибутковою справою: ресторани та кафе, які успішно реалізують свою продукцію, обов'язково прийдуть до системи оптових цін, знижок та акцій для своїх розповсюджувачів.

Останнім часом окремі аспекти розвитку кейтерингу як форми ресторанного бізнесу висвітлювалися у працях багатьох науковців, разом з тим існує ряд питань, які потребують додаткового вивчення, зокрема щодо особливостей розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу. Адже все нове завжди привертає увагу не тільки споживачів, але в першу чергу виробників, які безпосередньо турбуються про споживача, його

потреби і бажання. Тому, враховуючи обмеженість наукових та практичних розробок з цього питання, виникла загальна потреба у дослідженні розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу. Це і визначило мету цього дослідження.

Метою роботи є дослідження сучасних особливостей та актуальних проблем щодо розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу та вивчення досвіду організації кейтерингового обслуговування споживачів по формі банкет-фуршету на базі ТзОВ«Надія».

Відповідно до мети поставлені такі основні завдання дослідження:

- дослідити теоретичні основи організації кейтерингу та його суть;
- вивчити організацію кейтерингового обслуговування споживачів по формі банкет-фуршету на базі ТзОВ«Надія»;
- проаналізувати діяльність підприємства ТзОВ«Надія»;
- охарактеризувати особливості удосконалення організації кейтерингового обслуговування на базі ТзОВ«Надія».

Об'єкт дослідження – кейтеринг як інноваційна форми ресторанного бізнесу.

Предмет дослідження – організація кейтерингового обслуговування споживачів по формі банкет-фуршету на базі ТзОВ«Надія».

Для вирішення поставлених задач використовувався комплекс методів дослідження: ретроспективний і прогностичний аналіз джерел, структурно-функціональний аналіз, систематизація і класифікація.

Структура роботи: робота складається зі вступу, основної частини у 3-х розділах, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

1.1. Сутність кейтерингового обслуговування, його види та номенклатура послуг, що може надаватися споживачам

На даний час у системі ресторанного господарства визначалася тверда тенденція переміщення послуг з організації вживання продукції та обслуговування споживачів із залу закладів ресторанного господарства до робочих місць (офіси, школи, салони та інші установи); місць святкування ювілеїв, місць відпочинку та багато інших офіційних і неофіційних святкових подій. Ця послуга у міжнародній індустрії гостинності має назву «кейтеринг».

Слово «кейтеринг» походить від англійського дієслова ««cater»», що в перекладі на українську значить «поставляти провізію», «обслуговувати споживачів», та словосполучень «publice catering» - ресторанне господарство, а також «catering trade» - ресторанний бізнес [15, с.92]. Від часу створення компанії «Фігаро-Кейтеринг» розпочалося формування культури кейтерингу в Україні. Наступним кроком було заснування компанії «Best Events Catering», яка стала кейтеринг-партнером дипломатичного корпусу та представництв іноземних місій в Україні. У світовій практиці дефініція «кейтеринг» вивчається економістами протягом п'ятдесяти років та активно використовується у практичній діяльності вітчизняних та зарубіжних підприємств ресторанного господарства. В українській науковій літературі поняття «кейтеринг» відрізняється, відповідно на основі вивчення термінологічного фонду поняття «кейтеринг» зроблено узагальнення думок щодо визначення його сутності (додаток А).

Проведені дослідження дозволяють зробити висновок, що кейтеринг – це економічний вид діяльності (самостійний або як послуга підприємства ресторанного господарства), котрий забезпечує виготовлення постачання різноманітних страв, напоїв, а також надання послуг з організації дозвілля в

межах виїзного обслуговування у наданому підприємством або обраному замовником місці.

Досліджуючи функціонування кейтерингу на українському ринку, слід відмітити, що кейтерингове обслуговування споживачів з'явилося в 90-х роках ХХ сторіччя. Кейтерингова форма обслуговування є виїзною, відповідно постачання блюд поза межі власного ресторанного підприємства, а також усіх супутніх послуг, котрі надаються. Виділяють наступні основні різновиди кейтерингового обслуговування (додаток Б), а саме:

- виїзний кейтеринг - це коли надаються послуги з організації банкетів, прийомів, фуршетів і ювілейних вечорів коктейльних вечірок, кава-брейків, пікніків тощо. Тематична наповненість заходів може бути будь якою, як святковою (весілля, ювілей, день народження, корпоративна вечірка), так і діловою (семінар, конференція, презентація);
- стаціонарне обслуговування корпоративних клієнтів на «абонентській» основі, тобто буденне приготування та доставка харчування в офіси і підприємства соціальної сфери (школи, лікарні, дитячі садки, пологові будинки тощо). Якщо обслуговуванням заходів у нашій країні займають вже дуже багато компаній, то доставка обідів поки що тільки розвивається [14, с.90].

На сьогоднішній день кейтерингові послуги надають як часткові компанії, так і ресторани. Відмінність між ними є в тому, що для самостійних структур – це головний вид бізнесу, а для закладів ресторанного господарства – додатковий заробіток.

Доброякісність роботи підприємства визначає високопрофесійний персонал, правильно розроблене меню, присутність необхідного устаткування та інвентарю, уміння створювати атмосферу.

Головною перевагою кейтерингу є те, що заклад отримує замовлення і має можливість задовольнити потреби десятків, сотень, а інколи і тисяч гостей, яким надання послуг одночасно на власній території викликає певні труднощі.

Займаючись кейтерингом, ресторан має можливість збільшити обсяги обслуговування і продажу.

Основними особливостями реалізації кейтерингового обслуговування є (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Основними особливостями реалізації кейтерингового обслуговування

Особливість	Характеристика
1.Мобільність	Замовник самотужки може вибрати місце проведення свого заходу. Він не має обмежень в часі і місці розташування дійства. Для підприємств, які займається ресторанним обслуговуванням, не має вагомості, де буде проходити святкування: у мальовничому місцевості біля річки або в банкетному залі. За містом, є безліч красивих мальовничих місць, в яких замовник хотів би провести важливу для себе подію.
2. Економія часу і коштів	Клієнтові кейтерингової компанії необхідно просто повідомити, в яку пору і в якому місці має бути проведено ресторанне обслуговування, і більше ні про що він не зобов'язаний турбуватися. Крім того, замовник заощаджує на оренді приміщення, якщо дія розвивається на природі.
3. Високий професіоналізм	Кейтеренг має на увазі участь певного персоналу. Досвідчені кухарі обов'язані приготувати смачний обід, бармени та офіціанти – галантно обслуговувати
4. Відсутність проблем із обмеженою кількістю гостей	Якщо гулянка проводиться у здоровому залі або на природі, то можна не обмежувати себе в тому, яку кількість людей закликати.
5. Красиве оформлення	Окрім смачного приготування і доставки їжі, в кейтиринг вводиться тематичне оформлення, сервірування столів. При цьому буде при слухано до побажання клієнта. Якщо проводиться тематична вечірка, то співробітники компанії змінять відповідне оформлення святкового столу.

Тому кейтерингові послуги можуть забезпечувати, широкий спектр послуг ресторану, таким чином зарекомендувати його як сучасний багатoproфільний заклад. Варто зазначити, що існують чотири групи споживачів кейтерингового обслуговування (рис. 1.1).

I група	Належать корпоративні замовники – компанії, які проводять презентації, конференції з наступним фуршетом, а також корпоративні свята і вечери
II група	Громадські організації, які проводять семінари, конференції, благодійні заходи тощо
III група	Приватні особи, які влаштовують сімейні свята (дні народження, весілля, ювілеї та ін.) у себе в дома або в іншому місці
IV група	Певні колективи, які вважають за необхідне організовувати для своїх працівників комплексні обіди (сніданки, вечері)

Рис.1.1. Чотири групи споживачів кейтерингового обслуговування [16, с.78]

На сьогоднішній день послуги кейтерингу в Україні досить швидко удосконалюють і поглиблюють свої прийоми роботи із замовниками, розширяючи перелік послуг. За місцем проведення святкування кейтерингові обслуговування підрозділяються на :

- проводяться в приміщенні, зокрема у офісі, вдома, бізнес-центру будинку культури, на території виставкового центру, планетарію, музею тощо;
- проводяться на лоні природи, зокрема на галявині лісу, в береговій зоні тощо;
- проводяться на транспорті, зокрема на прогулянкових катерах, теплоходах та автомобільному транспорті. Неодноразово замовник сам призначає місце проведення заходу.

Якщо ви ще не зробили вирішальний вибір, то ресторан за особливими замовленнями (кейтерингова компанія) радить йому найрізноманітніші варіанти на обрання. За повнотою наданих послуг кейтерингове обслуговування поділяється на:

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

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

У світовій практиці виділяють такі види кейтеренгу (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2

Різновиди кейтерингу

Види кейтерингу	Характеристика
1. Кейтеринг у приміщенні (стаціонарне обслуговування)	Такий вид бізнесу застосовується при організації буденного харчування компаній, підприємств, офісних центрів. Якщо кейтерингова фірма запрошується підприємством, що займає повний будинок, на основі якого й організовується харчування для співробітників, то в даному випадку оператор їдальні не оплачує за оренду, а харчування надається на пільгових умовах. За умови, коли кейтеринг організують на основі офісного центру, оператор їдальні платить і за оренду, і за комунальні послуги, тому важливо порозумітися з власником будинку та одержати більш вигідні умови [17, с.11]. До обслуговування в приміщеннях відносять й організацію заходів (банкетів, презентацій тощо) на базі підприємства харчування, яке на відміну від простого ресторану, що працює протягом певних годин, відкрите тільки на пору бенкетів. Вагомі накладні витрати зумовлюють досить високі ціни на цей вид кейтерингу, однак наявність приміщень до зберігання продуктів та інвентарю є його плюсом порівнянь з іншими видами.
2. Кейтеринг поза приміщенням	За подібного випадку, з одного боку, нема необхідності у приміщеннях до обслуговування клієнтів, проте з іншого – потрібне спеціальне обладнання та транспортні засоби до перевезення їжі. Прикладами цього типу кейтерингу є доставка обідів у офіси, організація барбекю, витончених вечерь, шкільних випускних вечорів тощо. Цим звичайно займаються незначні фірми, які доставляють їжу або в одноразовому посуді з поліпропілену, або в термобоксах. Похожим чином відбувається й обслуговування різноманітних заходів (бенкетний кейтеринг) – в цьому випадку фірма може пропонувати, крім певного асортименту страв та напоїв, оздоблення залу, обслуговування офіціантами, організацією розважальних програм.

Продовження таблиці 1.2

3. Індивідуальний (соціальний) кейтеринг	Належить до найпростіших його типів, коли приготування страв здійснюється в приміщенні замовника та під його контролюванням, включаючи прибирання приміщення. В цьому сегменті кейтерингу фірми роблять, не витрачаючи фінансові засоби на будівництво чи оренду приміщень та придбання обладнання, що важливо для підприємців – початківців в даному бізнесі.
4. Роз'їзний кейтеринг	У багатьох випадках це елемент більш значного підприємницького проекту в суспільному харчуванні. За цієї форми обслуговування напівфабрикати, що доставляються з виробництва, проходять на місці заключну обробку та продаються. Прикладом пошкоженого виду кейтерингу є торгівля з автомобілю [20, с.45].
5. Роздрібний продаж	Продаж продукції на стадіонах, кінотеатрах та інших приміщеннях з великим напливом людей. Цей вид кейтерингу, як й інші, також передбачає поєднання його виробничої (виготовлення продукції) транспортної (доставка в місця продажу) та торгівельної (реалізація) складників. Кейтеринг в Україні тільки забирається розвиватися і знаходить вираз, наприклад, у доставці піци замовникам (це приклад кейтерингу поза приміщенням). Водночас із цим, кейтерингом зацікавилися традиційні ресторани, для яких це корисно, оскільки в обідній залі звільнюються місця. Додому до клієнта для святкування, наприклад до дня народження можна замовити повара, офіціанта, які організують свято не гірше, ніж в будь-якому ресторані. Вийде такий бенкет на третину дешевше, адже в ресторанах платять ще й за перебування у приміщенні закладу. Отже, виїзне обслуговування вигідне і клієнту, і ресторану.
6. VIP-кейтеринг	Віщує виїзне ресторанне обслуговування із притягненням високо кваліфікованих кухарів, офіціантів, барменів. У приміщенні замовника і під його оком відбувається попередня обробка продуктів і приготування страв. Включені виїзні роботи з замовником в довготривале турне [13, с.124].

Таким чином, зміст кейтерингового обслуговування лежить з тим, що ресторан за особливими замовленнями (кейтерингова компанія) забезпечує клієнтові приготування та доставку готової продукції ресторанного господарства в призначене ним місце (додому, в офіс, на робоче місце, в місце відпочинку тощо), а ще ресторанне обслуговування святкового заходу з наданням всіляких сервісних послуг. Сьогодні кейтерингове обслуговування надають як окремі компанії, так і ресторани. Вони різняться тому, що для самостійних структур – це головний вид бізнесу, а для закладів ресторанного господарства – додатковий зарібок. Відзнаку підприємства визначають

грамотний персонал, безпомилково розроблене меню, присутність необхідного устаткування та інвентарю, вміння створити атмосферу.

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 [11, с.52]

Групи споживачів	Контингент споживачів	Об'єкт кейтерингового обслуговування
Корпоративні замовники	Фірми, 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

До першої групи відносяться корпоративні замовники – компанії, які проводять конференції з наступним фуршетом, презентації, а також корпоративні святкування і вечірки.

Друга група замовників – громадські організації, котрі проводять семінари, конференції, благодійні заходи тощо.

Третя група – приватні особи, які організовують сімейні свята (дні народження, весілля, ювілеї та ін.) у себе вдома або в іншому місці.

Четверта група – певні колективи, які думають за необхідне організувати для своїх робітників комплексні обіди (сніданки, вечери).

Проведення заходу на відкритому повітрі передбачає зведення над столами шатер, встановлення наметів для захисту гостей та продуктів від сонячних променів і ймовірних опадів.

Приклад план-схеми розташування наметів, допоміжних приміщень, меблів, прикрас та руху обслуговуючого персоналу за час виїзного обслуговування з приводу презентації продукції фірми-замовника наведено на рис. 1.2 [8].

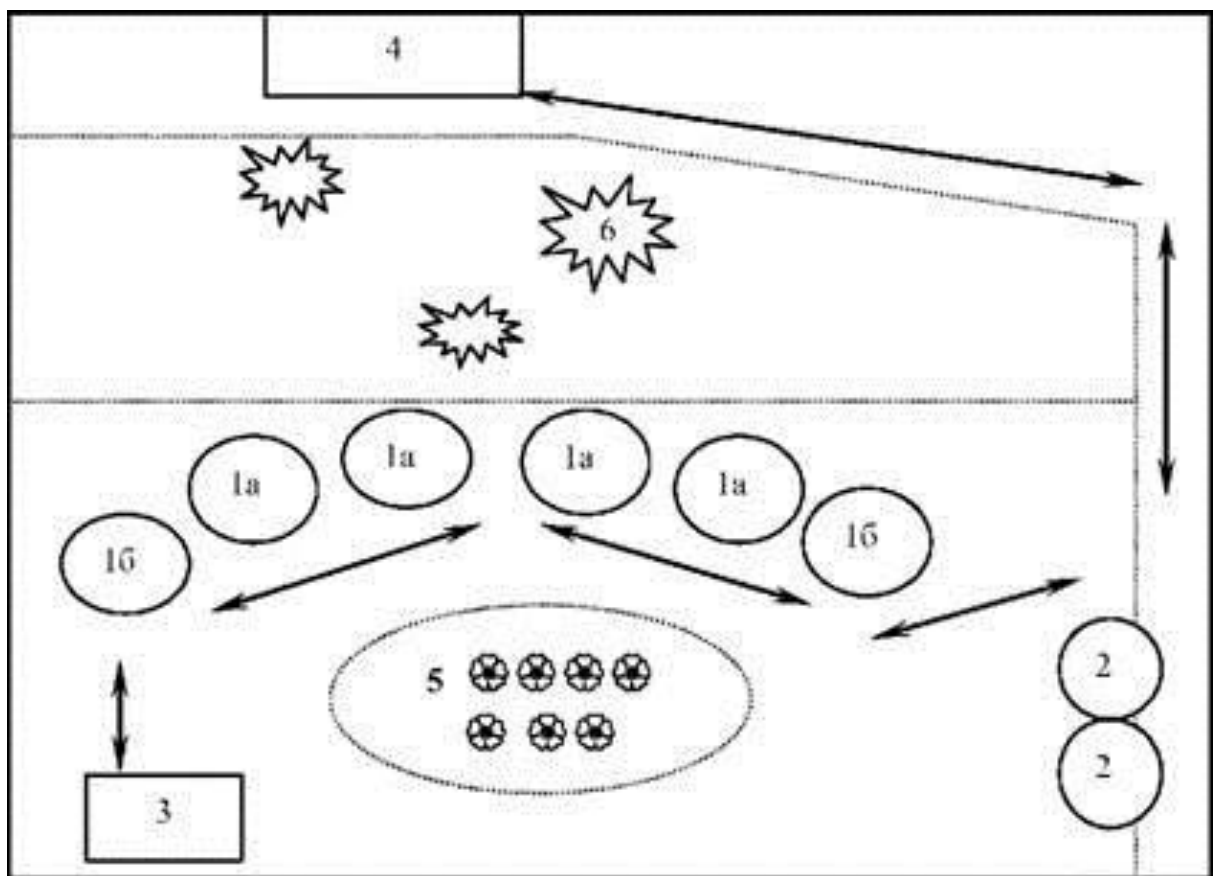


Рис.1.2 План-схема розташування наметів та столів при проведенні фуршету з приводу презентації продукції фірми-замовника: \longleftrightarrow - рух обслуговуючого персоналу під час обслуговування; 1a – намети з фуршетними столами під ними; 1b – намети зі столами-барами з напоями; 2 – виставкові шатери з продукцією фірми-замовника; 3 – майданчик для підготовки посуду, переодягання персоналу; 4 – доготівельне приміщення; 5 – квітник; 6 – дерева.

Підсобні приміщення необхідно розміщувати так, щоб вільно було забезпечити комфортний зв'язок із залом (майданчиком) для обслуговування гостей.

Обслуговування свята починається з складання сценарію попередніх робіт та самого свята із зазначенням пори виконання операції. Якщо очікуватиметься масовий та важкий з точки зору оформлення захід, підготовка починається ввечері підготовчого дня.

Будь-який захід потребує розробки аналогічного плану, що дозволяє точно скоординувати роботу офіціантів і барменів. Кожне свято віщує певні особливості накривання та прикрашання столів. Тому для комфортної роботи обслуговуючого персоналу менеджер (керуючий) складає план-схему сервірування банкетних столів, де вказується розстановка столового посуду, страв, декорацій тощо. Як правило, на підготовці банкету-фуршету окремо накриваються столи під страви та напої, що дозволяє офіціантам безперервно контролювати кількість страв, барменам – своєчасно їх поповнювати.

Обслуговування гостей розпочинається тільки після того, як підготовка до проведення свята виконана, столи оформлені і сервіровані а обслуговуючий колектив одягнув форму [7, с.123].

Немалу роль на початку проведення свята зіграє правильна організація зустрічі гостей та їх розстановка 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 (керуючий) призначає бригадир на 5-10 чоловік. Бригадирам пояснюються всі властивості обслуговування, час початку заходу та подавання їжі тощо, які вони далі вносять до членів своєї бригади.

Бригади офіціантів діляться по секторах залу, за обслуговування яких вони надалі будуть відповідати. Попри обслуговування офіціанти роблять за загальною схемою: подають страви та напої, слідкують за чистотою столів, прибирають використаний посуд.

Паралельно в доготівельному приміщенні працюють кухарі, які допомагають страви та видають їх офіціантам і бармени, котрі готують алкогольні та безалкогольні напої до подавання.

Дорученням менеджерів на банкетах є координація роботи обслуговуючого персоналу, рішення поточних питань і проблем, що появляються під час проведення заходу. До обов'язків офіціантів входить подавання страв по розкладу, прибирання столу і втіх прохань замовників. Будь-який офіціант є відповідальним за окремий стіл (столи), але у разі необхідності вміє допомагати іншим.

Після завершення банкету обслуговуючий персонал прибирає використаний посуд та остатки їжі, збирає меблі, спаковує все в коробки та перевозить на склад, проводить неповне прибирання приміщення. Ці операції виконують офіціанти та інший обслуговуючий персонал. Заклад, що спеціалізується на проведенні кейтерингового обслуговування, може взяти на себе обов'язки з експортування сміття, влаштовувати прибирання приміщення [2, с.156].

Отже, одним із способів нинішньої організації підприємств харчування є кейтеринг, тобто виїзне обслуговування. Тому доцільно розглянути процес кейтерингового обслуговування на визначеному підприємстві.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ПО ФОРМІ БАНКЕТ-ФУРШЕТУ НА БАЗІ ТЗОВ «НАДІЯ»

2.1. Характеристика діяльності ТзОВ «Надія»

ТзОВ «Надія» - це маленький затишний заклад із прекрасним обслуговуванням і поблажливою атмосферою в з'єднанні з національною кухнею і кухнею європейських країн. Розташований він у м. Івано-Франківську. Предметом діяльності організації є: реалізація товарів народного споживання, навчання торгових представників. У штатний склад входить двадцять чоловіків. По договорах працює 25 чоловік. Клієнтів завжди чекає велика зала на 106 осіб, коктейль-бар на 48 осіб, пивний бар на 70 осіб. Теж є невеличка банкетна зала на 16 осіб та велика банкетна зала на 24 особи. В теплий період року – літні майданчики на 100 осіб та ганок.

В ТзОВ «Надія» присутній обідній зал у малахітово-золотаво-білих тонах. Під час святкувань він змінюється в затишний хол для аперитивів, коктейлів і танців. У сигарній кімнаті відвідувачам пропонують висококласні сигари.

Однак, навіть елегантний інтер'єр не в силах затьмарити блиск авторських блюд від шеф-кухаря. У ТзОВ «Надія» дві зали, одна з яких – банкетна, оформлена в українському стилі. У меню, поряд із класичними стравами, також представлені страви національної української і європейської кухні з оригінальними авторськими стравами. Смачна кухня і бездоганне обслуговування відповідають міжнародним стандартам. Для клієнтів, які відвідують цей заклад постійно існує дисконтна система та бонусні картки. Асортимент спиртних напоїв і коктейлів тільки вищої якості, всіх основних виробників України, Франції Болгарії, Молдавії, Італії й інших країн світу. Увазі клієнтів пропонуються «Фірмові страви», «Меню страв» і «Меню напоїв».

ТзОВ «Надія» як підрозділ громадського харчування обслужує гостей узгоджено з меню, що є основною будь-якої ресторанної концепції, незалежно, до якого типу дане підприємство харчування відноситься. Немалу роль при цьому грає професіоналізм метрдотелів і офіціантів, що перебувають в безпосередньому контакті з клієнтами. Кухня є виробничою серединою. Замовлення на виготовлення конкретної продукції прибувають з ресторану від офіціантів (на основі складеного і пропонованого клієнтами меню), а ще з банкетного залу, що робить по попередньому замовленню.

Кухарі готують потрібні блюда, а головним обов'язком керівництва в цьому секторі є тільки контроль за ціною і якістю фінального продукту. При цьому основною особою, у керуванні якого знаходиться харчування в готелі, як норма, є шеф-кухар. Це людина, що одержала фахову освіту, що кваліфікує його як професійного кухаря. Представники відділу маркетингу займаються тим, що налагоджують контакти з організаторами заходів (симпозіумів, зборів, презентацій, фестивалів і т.п.), з'ясовують потреби визначених груп клієнтів, підтримуючи контакти з відповідними підрозділами обслуговування. В ТзОВ «Надія» гостям пропонується 3 види меню і карта напоїв: основне меню, карта напоїв, десертне меню, суші меню.

Загалом меню ТзОВ «Надія» складається приблизно з 70 страв і закусок. У меню представлені класична страва італійської та американської кухонь (паста, карпаччо, піца, каре ягняти, ризотто, свинячі ребра, страви на сковорідках) та автентичні страви авторської кухні (салат з обсмаженим філе кролика, кедровими горішками, кунжутом та хрусткими трубочками з сира Філадельфія; качка, запечена під яблучно-апельсиновим соусом). А ще великий асортимент страв, приготовлених на мангалі – соковиті стейки, шашлики і закуски під пиво – 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. Піцца – 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. Закуски під горілку;
6. Закуски 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.

Крім названого, на барі дозволено замовити один з чотирьох видів кегового пива. Мінусами ТзОВ «Надія» є те, що в карті напоїв не вказуються безалкогольні напої (соки, мінеральні води), слабоалкогольні напої і пиво, хоч все це є на барі.

Десертне меню. Зовнішній вигляд – меню виконане у вигляді маленької книги на пружинах, в якому на кожній сторінці розміщується фото десерту та напої. Десертне меню, на відмінність від інших меню написано тільки російською мовою. Воно складається із 16 сторінок, на кожній з яких показані всі варіанти десертів, які дозволено замовити в ТзОВ «Надія» і спеціально підібрані до цих десертів напоїв (алкогольні, безалкогольні коктейлі, різні види чаю, кави та ін.). Гостювальникам не обов'язково купляти десерти разом з названими коктейлями, які підібрані до цих десертів, за гостями лишається право вибору.

Недоладністю десертного меню є те, що за законом спочатку повинні розташовуватися гарячі, а далі холодні десерти. А в цьому меню всі десерти йдуть в розкиданому порядку. Зокрема варто відзначити японське меню, в якому представлені всі поділи японської кухні. Зовнішній вигляд – оформлене в сяйливих кольорах. На будь-якій сторінці показане фото страви з меню. Японська кухня в ТзОВ «Надія» дуже своєрідна. Страви подаються в бездоганному оформленні. При приготуванні використовується зелень, японська гірчиця васабі, пагони бамбука і коріння лотоса. В японській кухні нема десертних страв і солодоців. З будь-яким замовленням суші подаються соєвий соус, імбир, 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

В меню страв і картї напоїв вказана найменування страв, склад, вихід і всі вони підписані директором, головним бухгалтером та завірені печаткою.

Обслуговуючий колектив користується фірмовим одягом: біла ситцева сорочка і чорні брюки для чоловіків і біла ситцева блуза з чорною спідницею і жилетом для дівчат. Адміністратори, офіціанти, бармени кваліфіковані. Два адміністратори, вісім офіціантів, два бармени. Клієнтам пропонується меню в обгортці з шкіряною палітуркою, і так само вкладений преїскурант на виноградчані та тютюнові вироби. Крім того що в ТзОВ «Надія» домінує українська кухня там також готують страви класичної європейської та італійської кухні. Підприємство ТзОВ «Надія» виконує доставку. Час доставки страв залежить від замовленої кількості та місця розташування клієнта послуговується популярністю серед мешканців міста.

На підприємстві ТзОВ «Надія» надає споживачам:

- комбіновані обіди, які включають в себе салат (закуску), гаряча перша страва, гаряча друга 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 таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства ТзОВ
«Надія» за період 2018-2020 рр.

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

продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7
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

Досліджуючи дані представлені в таблиці 2.1. необхідно відмітити зниження чистого доходу від реалізації послуг (продукції) закладу на 6180 тис.грн. або на 13,6%, що зумовлено зростанням конкуренції на внутрішньому ринку, орієнтацією на дохідний асортимент та номенклатуру послуг (продукції), зменшенням чисельності персоналу залученого в обслуговуючий процес. Зокрема у базовому періоді показник реалізації послуг (продукції) становив 45428 тис.грн. і знижується до рівня 39248 тис.грн.

Спостерігається зниження продуктивності праці на одного працівника, зокрема у базовому році значення показника становило 433,24 тис.грн. / особу, при цьому показник знижується за досліджуваний період на 388,63 тис.грн. / особу, відповідне зниження значення показника становило 44,61 тис.грн./ особу, а темп зниження становив 10,41%. Зниження показника обумовило зниження обсягів реалізації послуг (продукції) та зниження загальної кількості працівників підприємства ТзОВ «Надія».

Протягом досліджуваного періоду в структурі необоротних активів спостерігалася наявність основних засобів підприємства ТзОВ«Надія», показник яких знижувався із значення 3023 тис.грн. до рівня 2944 тис.грн., при цьому зниження показника становило 79 тис.грн., а темп зниження складав

2,61%. Знижується віддача основних засобів підприємства на 2,22 пункти або на 11,23%.

Залишки обігових коштів підприємства знижуються, якщо у базовому році значення показника складало 3911 тис.грн., то у звітному році показник зменшується на 1571 тис.грн. або на 40,17%. Зниження оборотних активів впливає на зниження ефективності операційної діяльності, що обумовлює зниження загальної вартості активів підприємства, якщо у базовому році значення показника складало 6986 тис.грн., то у звітному році показник знижується на 1566 тис.грн. або на 22,42%.

В структурі джерел формування майна підприємства необхідно відмітити зростання показника власного капіталу та зниження загального обсягу позичкового капіталу, що обумовлює зростання фінансової стійкості і переорієнтацію підприємства на власні фінансові ресурси. Зокрема, загальний розмір власного капіталу збільшується на 767 тис.грн., відповідно у 2018 році показник становив 1895 тис.грн., у 2019 році – 2125 тис.грн., у 2020 році зростає до рівня 2662 тис.грн. Зниження обсягів реалізації послуг (продукції) обумовило зниження показника собівартості послуг (продукції), якщо у базовому році значення показника собівартості складало 39326 тис.грн., то у звітному році показник становив 33009 тис.грн., а зниження показника становило 6317 тис.грн., а темп зниження показника становив 16,06%.

В структурі собівартості реалізації послуг (продукції) незначна частка матеріальних витрат, що обумовлено природою діяльності підприємства, а саме те що підприємство здійснює торгівельну, а не виробничу діяльність. Протягом досліджуваного періоду спостерігається зниження витрат на 1 грн. реалізованої продукції, якщо у базовому році значення показника становило 86,57 коп., то у звітному році показник знижується на 2,46 коп. до рівня 84,1 коп., що свідчить про збільшення ефективності збутової політики підприємства та підвищення фінансової результативності діяльності підприємства.

У досліджуваному періоді спостерігається зростання чистого прибутку та показників рентабельності діяльності підприємства. Зокрема у базовому році значення показника чистого прибутку становило 248 тис.грн., то у звітному році показник збільшується до рівня 523 тис.грн., при цьому абсолютний приріст показника становив 275 тис.грн., а темп зростання складав 110,89%.

За рахунок приросту показника чистого прибутку спостерігається приріст рентабельності продукції та капіталу підприємства. Зокрема, рентабельність реалізації продукції у базовому періоді становила 0,55% і збільшується до рівня 1,33%, при цьому приріст показника становив 0,79%. Зростає рентабельність капіталу, при цьому показник зростання становив 6,1%.

Узагальнюючи результати проведеного дослідження необхідно відмітити тенденцію до зниження обсягів реалізації товарної продукції, кількості персоналу, фонду оплати праці, продуктивності праці, основних засобів та обігових коштів, а також зменшення загальної вартості активів. До позитивних тенденцій, слід віднести зростання показників власного капіталу та чистого прибутку, приросту показників рентабельності реалізації продукції та капіталу, а також зниження собівартості реалізованої продукції підприємства. В цілому, необхідно відмітити ряд позитивних кроків до зростання прибутковості діяльності підприємства ТзОВ «Надія», проте рівень ефективності маркетингових заходів низький.

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

Кейтерингове обслуговування є можливою альтернативою організації заходу на підприємстві ТзОВ «Надія», якщо схожа акція має масштабний характер і проведення її є сумнівним через недостатню кількість місць.

До основних кейтерингових послуг підприємства ТзОВ «Надія» належать: приготування і доставка продукції ресторанного господарства, обслуга офіціантів в обслуговуванні. До додаткових: організація культурного дозвілля та дизайнерська діяльність при оформленні приміщень, де буде проводитись зарезервований банкет, прибирання приміщення після банкету тощо.

За спеціальними замовленнями ТзОВ «Надія» виконує роль посередника або повністю на себе бере забезпечення всіх послуг. У першому випадку організатор кейтерингового обслуговування дає замовникам координати декількох музичних гуртів, дизайнерів, клоунів, ведучих вечорів, флористів, фірм, які займаються прокатом теплоходів, весільних аксесуарів тощо. В іншому випадку вони особисто можуть домовлятися про умови надання різних додаткових послуг і їх оплату, тим самим позбавити замовника від зайвих турбот.

Коли кейтерингове обслуговування проходить поза межами ТзОВ «Надія», буває складно знайти місце, де організувати процес приймання їжі. Після прийняття замовлення та узгодження місця та часу проведення свята, менеджер завчасно виїжджає на зазначене місце.

Обслуговування заходу в ТзОВ «Надія» розпочинається з написання плану попередніх робіт та самого свята із зазначенням часу реалізації операції. Якщо очікуватиметься масовий та важкий з точки зору оформлення захід, підготовка починається ввечері останнього дня. Будь-який такий захід потребує розроблення аналогічного плану, що дозволяє абсолютно налаштувати роботу барменів і офіціантів. Кожне свято у ТзОВ «Надія» передбачає особливості у накриванні та сервіруванні столів. Менеджер складає план-схему сервірування банкетних столів для зручності роботи обслуговуючого персоналу. На цій схемі вказується розміщення усього столового посуду, страв, декорацій тощо. При підготовці банкету-фуршету столи під страви та під напої накриваються окремо, що дозволяє офіціантам

контролювати кількість страв, барменам – кількість напоїв і своєчасно їх поповнювати.

Обслуговування споживачів починається після того, як закінчена підготовка до проведення свята, столи оформлені і сервіровані, обслуговуючий колектив одягнутий у уніформу. В умови організації входить меню банкету, яке складається зі зменшеним виходом порцій на одного споживача. Меню виїзного банкету подано у Таблиці 2.1. Сценарій підготовки та проведення банкету-фуршету наведений у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Сценарій підготовки та проведення банкету-фуршету

Час	Операції	Виконавці
Вечір попереднього дня		
17 ⁰⁰	Завезення меблів, посуду, білизни на місце проведення заходу	Водії, вантажники
17 ⁰⁵ – 18 ⁰⁰	Розвантажування, перенесення в приміщення, монтаж сцени, звукового та світлового обладнання	Вантажники, спеціальні фірми
18 ⁰⁰ – 18 ³⁰	Розставляння меблів за планом	Вантажники
18 ³⁰ – 21 ⁰⁰	Прасування скатертин, «юпок», драпірування столів, прикрашання приміщення	Дизайнер, офіціанти
День проведення заходу		
13 ⁰⁰	Прихід персонал	Офіціанти, бармени, кухарі, менеджери
13 ⁰⁵ –13 ¹⁵	Підготовка персоналу до роботи, переодягання	Офіціанти, бармени, кухарі

Продовження таблиці 2.1

14 ¹⁵ -18 ³⁰	Оформлення страв, сервірування столів	Офіціанти, кухарі
19 ⁰⁰ -19 ³⁰	Початок свята. Зустрічання гостей	Офіціанти, гіді
19 ³⁰ - 22 ³⁰	Розважальна програма	Артисти
19 ³⁰ - 21 ⁰⁰	Обслуговування гостей під час розважальної програми. Завезення гарячих страв. Порціонування гарячих страв	Офіціанти, кухарі, водії, вантажники
21 ⁰⁰ - 21 ²⁰	Сервірування столів, подавання гарячих страв та напоїв	Офіціанти, бармени, кухарі
21 ²⁰ - 22 ⁰⁰	Обслуговування гостей, порціонування десерту	Офіціанти, бармени, кухарі
22 ³⁰ - 24 ⁰⁰	Дискотека	DJ (діджей)
24 ⁰⁰ -2 ⁰⁰	Закінчення свята. Прибирання та сортування посуду, складання меблів, завантаження на спеціальний транспорт, транспортування до закладу, прибирання приміщень	Офіціанти, бармени, вантажники, водії, прибиральники

Для організації виїзного обслуговування різних видів свят ТЗОВ «Надія» має декілька варіантів меню. Для кожного конкретного замовника меню створюється окреме, піддаючись до його бажань та фінансових можливостей. Замовник одержує повноцінну ресторанну продукцію(закуски, салати, гарячі страви, десерти) з належним сервісом. Іноді замовнику можуть порекомендувати відмовитися від деяких страв, адже в організації кейтерингового обслуговування є певні особливості: час між приготування та реалізацією готової продукції досить довший, ніж при класичному обслуговуванні в ресторанах, через її транспортування.

ТзОВ «Надія» виконує виробничий процес у особистих вмісних обладнаних кухнях. Більша кількість страв готується, порціонується та оформляється на кухні, а страви неважкого приготування порціонують та оформлюють перед поданням.

Виробничий підрозділ у ТзОВ «Надія» за особливими замовленнями (кейтерингової компанії) може робити як на сировині, так і на напівфабрикатах всякого ступеня готовності. З підприємства на місце проведення заходу підготовані страви видаються за денними забірними листами. Готові холодні закуски та страви кладуться на блюда, за підмогою харчової плівки, що сприяє збереженню зовнішнього виду та свіжості продукції. На кожному тарілі (блюдо) кріпиться записка із зазначенням кількості робіт в упаковці. Ключовою умовою, якої зобов'язаний дотримуватись виробничий підрозділ, є забезпечення належної температури подавання страв та напоїв, термінів їх використання та якості готової продукції. Для цього потрібно мати: засоби накопичення та транспортування страв, підходящий посуд, який не б'ється, тару, яка зберігає довгий час температуру та практична в експлуатації.

Доставка приготовлених гарячих страв ТзОВ «Надія» відбувається в термоконтейнерах, мармітах, професійних термосах, термоапаратах, що спроможні підтримувати температуру протягом 2-3 години. Крім того, на місці можна застосувати пересувні марміти для розігріву, або у деяких випадках може бути зібрана пересувна кухня, оснащена плитами, жаровими шафами, фритюрницями, електрогрилями тощо.

При вирішенні місцевості проведення заходу неодмінно обумовлюється можливість обладнання доготівельного приміщення, присутність водопроводу та електромережі. Готову продукцію слід довозити на місце проведення заходу за 1-2 години до початку банкету. Приготовлена продукція повинна доставлятися своєчасно та без деформувань декорування страв. Потрібно дотримуватися вимог до строків зберігання напівфабрикату та готової продукції. Велике значення має оформлення страв. Для цього ТзОВ «Надія» за особливими замовленнями розробляє власні карти-схеми оформлення салатів

та другий страв, на котрий умовними позначками зазначено склад сировини та спосіб їх розташування в салатнику або на блюді. Аналогічним чином можна спростити час на приготування та оформлення страв, при цьому підноситься доброякісність готової продукції

При доставці на місце продукція розпаковується у спеціально відведеному приміщенні. Кухарі докладають вироби на тарілки та блюда, підрізають деякі продукти, прикрашають страви. Одиничні страви, такі, як шашлик, барбекю, юшка тощо готуються безпосередньо на місці проведення заходу.

Приготовлена продукція направитиметься на столи, попередньо розміщені на території проведення заходу, сервіровані та оформлені. Зважаючи специфічні властивості виробництва, транспортування та реалізації продукції харчування під час виїзного обслуговування, немалого значення приймає контроль за якістю виконаної продукції. Дотримання санітарно-гігієнічних угод на робочих місцях теж є запорукою забезпечення доброякісності страв. Працівники ТзОВ «Надія» додержуються особистої санітарії та гігієни, керівництву потрібно забезпечити їх відповідним спецодягом.

Напередодні кожним заходом проводиться інструктаж персоналу з техніки безпеки, зважаючи на особливості території, на якій організовується банкет.

Обслуговування заходу працівниками ТзОВ «Надія» завжди є бездоганим. Це вимагає докладного аналізу та планування всіх деталей з урахуванням навіть неваговитих дрібниць. Будь-який захід, що організовується на значній віддаленості від виробничої бази ресторану, неминуче тягне за собою складну логістику проекту незалежно від формату і масштабу. Це завдає високі витрати на транспортні засоби та професіональне обладнання для зберігання і доставки приготованих страв, кулінарних і кондитерських виробів та напоїв.

Кожний вид кейтерингового обслуговування віщує присутність певної матеріально-технічної бази ТзОВ «Надія», до складу якої зобов'язані входити потрібне обладнання, інвентар та помічні засоби у належній кількості та номенклатурі.

Поліпшенню ходу надання послуг ресторанного господарства споживачам в закладах ресторанного господарства уміє допомогти система стандартів обслуговування.

Ця система включає в себе:

1. Стандартизацію роботи персоналу – докладний опис того, що, як і в яких ситуаціях зобов'язаний робити персонал ресторану. Необхідно відзначити: стандарти обслуговування спершу розробляються для того, щоб їх було вигідно використовувати в ході контролю сервісу, мотивації і навчання колективу надалі. Попри цьому потрібно не забувати, що всі стандарти сервісу зобов'язані бути об'єктивними, вимірюваними, зрозумілими і відповідати очікуванням споживачів.

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

3. Контроль. Перевіряючий в ролі простого клієнта відвідує заклад ресторанного господарства і оцінює роботу співробітників, якість продукції, швидкість обслуговування і т.д. наслідками контролю можуть бути успішно інтегровані в порядок мотивації співробітників.

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

5. Якість здійснення стандартів обслуговування. Необхідно зацікавлювати співробітників, що якість обслуговування – це те, що справді потрібно закладу, що це гідно – забезпечувати людям достойний сервіс. Всі

винагороди, заохочення, повинні висвітлюватися на зібраннях, у листах, внутрішніх газетах, сайті компанії і по можливості у зовнішніх ЗМІ.

Обов'язкова сертифікація послуг ресторанного господарства відбувається на відповідність правилам безпеки життя і здоров'я споживачів, охорони довколишнього середовища, встановленим в законодавчих актах, урядових стандартах, санітарних законах і нормах, будівельних нормах і правилах, вимогах виробництва та реалізації продукції та послуг ресторанного господарства. В такому випадку перевіряються характеристики послуг, умови обслуговування і використовуються методи, що дозволяють: повно й достеменно підтвердити відповідальність послуг вимогам, що забезпечує безпеку для життя і здоров'я громадян, оточуючого середовища; виконати ідентифікацію послуг, в тому числі кулінарної продукції.

Отож, кейтеринг – комплексне обслуговування споживання їжі, шоу, що надовго запам'ятовується гостям. Тому ТзОВ «Надія», що надає кейтерингові послуги, необхідно безперервно удосконалювати всі робочі моменти: відновлювати і доповнювати меню, вносити поправки в обслуговування гостей тощо.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НА БАЗІ ТЗОВ «НАДІЯ»

Логістика у ресторанному бізнесі (в тому числі і на підприємстві ТЗОВ «Надія»), яку ще декілька років тому прозивали «terra incognita», зараз охоплює майже всі його напрямки, зокрема, це відноситься і до кейтерингу - виїзної форми ресторанного обслуговування. Якщо в звичайному кафе чи ресторані швидкого обслуговування збут продукції, тобто її продаж і споживання, здійснюються, як правило, у клієнтській зоні, яка розміщується в одній споруді або на сусідньому майданчику і неодноразово під одним дахом з виробничою зоною (кухнею), то головною особливістю кейтерингу є велика територіальна віддаленість місцевості збуту продукції від виробничої бази кейтерингової компанії. Отож, є закономірним, що на первинний план у кейтеринговому бізнесі виступатимуть питання його транспортної та логістичної організації.

Головними течіями розвитку кейтерингу на підприємстві ТЗОВ «Надія» є виїзне обслуговування та стабільне обслуговування. Ці два напрямки мають особисту логістичну специфіку, а їхня схожість пов'язана з необхідністю присутності виробничої бази. У загальному виді структура підприємства з кейтерингу та логістична схема його функціонування показана на рис. 3.1. Отож, побудова кейтерингового підприємства передбачає наявність: офісу, в якому влаштовується персонал, що займається продажом та організацією заходів; зали для дегустацій (за можливістю); виробничого цеху (для підприємств, котрі займаються неодмінним обслуговуванням в офісних центрах, в такому випадку устаткування може надаватися замовником); складів для зберігання продуктів, інвентарю, професіонального устаткування; автотранспорту (за необхідності систематичних виїздів) [4].

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.

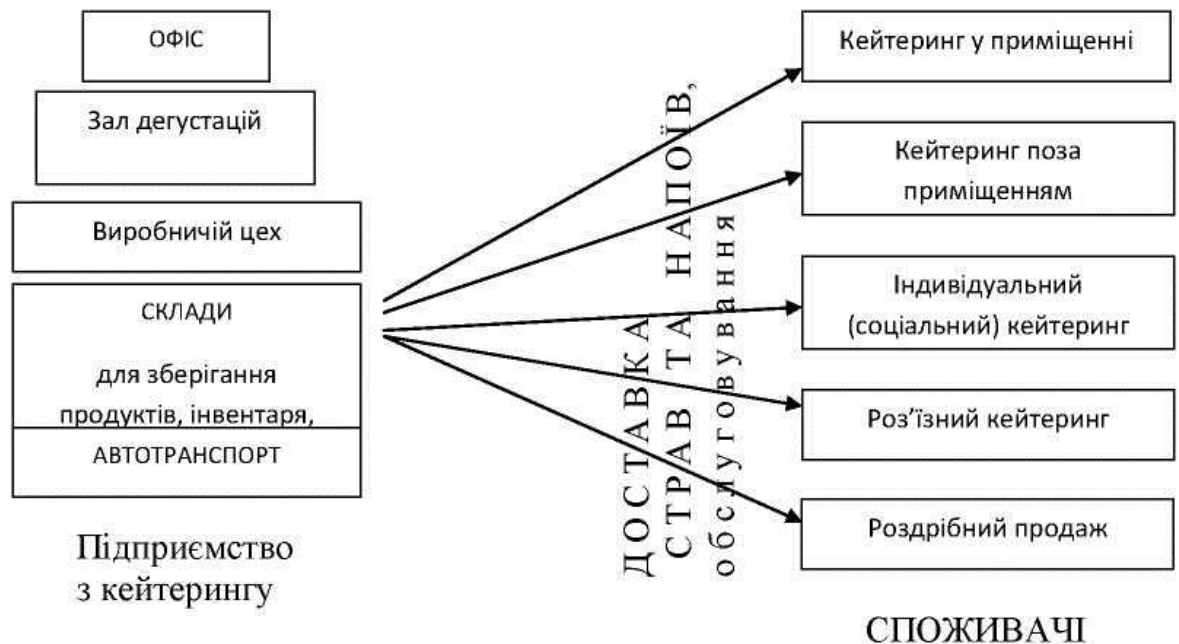


Рис.3.1. Логістична схема організації кейтерингового бізнесу на підприємстві ТЗОВ «Надія»

Штат кухарів може складатися або з кухаря - універсала (для незначних заходів), або з групи спеціалістів з харчування - це залежить від ступеня заходу. Підприємство може мати в особистому штаті або найняти обслуговуючий персонал (барменів, офіціантів, мийників посуду тощо). По необхідності може бути запрошена (або створена власна) студія декораторів, флористів, аніматорів.

У системі кейтерингу на підприємстві ТЗОВ «Надія» також актуально використовуються всілякі інновації, у т.ч. аутсорсинг аутстафринг, маркетинг, франчайзинг, нарешті, логістика, яка відіграє найбільше важливу роль на підприємствах ресторанної галузі, куди припадає і кейтеринг. Ще, один із напрямів підняття якості послуг та зниження видатків на підприємстві ТЗОВ «Надія» є застосування логістичної концепції вибору постачальників.

Метод вибору та керування постачальниками є неминучим в умовах більш високих ринкових правил, що пред'являються зараз до сучасного ресторанного бізнесу. Роботу постачальників здійснює неабиякий вплив на

продуктивність праці, доброякісність послуг та конкурентоспроможність підприємств у галузі загальнодоступного харчування.

Новітні тенденції до закупівлі всього потрібного на ринку замість створення власного виробництва, зниження об'ємів припасів, інтеграції в неподільну систему постачальників та виробників тощо, встановлюють потребу у стабільному контролі з сторони ресторану ефективності постачальників. Проте, при організації постачання підприємства загальнодоступного харчування неодноразово зіштовхуються з всілякими проблемами, як- то: непоставка, недопоставка або поставка із запізненням; невисока якість продукції, що поставлена, тощо.

Похожі порушення процесів постачання в ресторанному бізнесі зумовлюють, як правило, до економічних втрат організацій (неотримана вигода). 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.

Також кейтерингові заклади (або належні підрозділи ресторанів) можуть виїздити на обслуговування заходів не тільки в межах рідного міста. Так, як випадають замовлення, що потребують виїздів різної далекості – від найближчого передмістя відстанню 10-30 км до інакших регіонів на дистанцію понад 100 км. Подібні віддалені заходи можуть приймати усі формати: коктейлі, буфети, банкети – як у приміщеннях, так і на природному повітрі. Деколи замовник прагне привнести що-небудь індивідуальне у формат обслуговування, тим більше побажань та правил належить враховувати та брати до уваги кейтеринговій компанії.

Безсумнівно, кожний захід, а особливо той, що організується на вагомій віддаленості від виробничої бази виїзного ресторану, неодмінно передбачає ускладнену логістику проекту незалежно від формату та масштабу.

Попри цьому через немалу відстань будь-яка неточність може загрожувати невдачею заходу. Спрощення завдання для кейтерингової компанії в певній ситуації може бути досягнуте просто за можливості

застосовування необхідного устаткування на місці, якщо майданчик надає такі умови, що випадає не завжди. Головні труднощі полягають не стільки в обслуговуванні, скільки у логістичній підготовці проекту. З ціллю його якісної реалізації співробітники кейтерингової компанії неодмінно виїжджають на технічну зустріч під час підготовки, хоч в умовах праці на дальніх майданчиках така інспекція є не завжди здійснимою через її затратність.

Брак або негідна інформація про майданчик, неправильні домовленості з представниками замовника на місцях, перешкоди у комунікації можуть безперечно створити колосальні складнощі у роботі під час логістичного обслуговування самого кейтерингового проекту. Ще одна проблема виїзного ресторанного обслуговування лежить в тому, що не скрізь можливо відшукати постачальників дійсно відмінних продуктів у достатньо широкому асортименті для приготування високоякісних страв, оскільки виїзд до іншого міста чи регіону може значити, що деякі страви не можуть бути приготовлені в межах власного виробництва. Крім цього, появляється проблема притягнення стороннього персоналу до обслуговування заходу на суттєвій віддаленості. Нерідко використання місцевого найманого персоналу є неодмінним при здійсненні значних віддалених проектів з кейтерингу, оскільки перевезення персоналу у великій кількості та супутні великі витрати здатні перетворити такий проект у безглуздий з торговельної точки зору.

Під час організації кейтерингу можуть виникнути проблеми, пов'язані з персоналом, задіяним у сервісному процесі. Необхідність великої кількості персоналу стає гострим питанням в організації масштабних заходів.

Мінусом кейтерингу вважають необхідність наявності підсобного приміщення (не тільки для збереження всього необхідного для заходу (білизна, посуд, декорації), але й для доготовування частини їжі).

Для підвищення ефективності реалізації кейтерингового обслуговування на ТЗОВ «Надія» пропонується реалізація інвестиційного проекту оновлення обладнання, який розрахований на 4 роки.

Мета проекту: підвищення якості надання кейтерингових послуг за рахунок використання інноваційного обладнання для організації кейтерингу.

Для реалізації проекту надання кейтерингових послуг необхідно закупити обладнання, котре представлено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

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

Назва обладнання	Кількість, шт.	Ціна за одиницю, грн.	Загальний підсумок, грн.
Термоконтейнер THERMOBOX AVATHERM 200	8	5703	45624
Чафіндіш електричний LORENA	12	3000	36000
Складний стіл для кейтерингу PARTY 182	12	8168	98016
Візок для транспортування термоконтейнерів AF 150 TROLLEYS THS	14	8671	121394
Вітрина холодильна настільна PANDORA REF GL2	10	35679	356790
Кофе-станція	5	12205	61025
Буфет-візок холодильний ZEUS	14	78900	1104600
Термовідро з подвійними стінками та резиною основою	12	7779	93348
Всього	87	-	1916797

Відповідно, загальна вартість оновлення основного капіталу становитиме 1916797 грн. Дане обладнання покликане забезпечити якість та

свіжість страв, забезпечити якісне обслуговування, задовольнити вимоги споживачів, які хочуть отримувати якісні послуги кейтерингового обслуговування. Основне обладнання, котре планується закупити це: термоконтейнер, чафіндіш електричний, складний стіл для кейтерингу, візок для транспортування термоконтейнерів, вітрина холодильна настільна, кофестанція, буфет-візок холодильний, термовідро з подвійними стінками та резиноювою основою. Дане обладнання покликане не тільки забезпечити якість та свіжість страв, але й забезпечити наявність гарячих страв та гарячих напоїв, зберігання температури страв протягом тривалого періоду.

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.3.1.

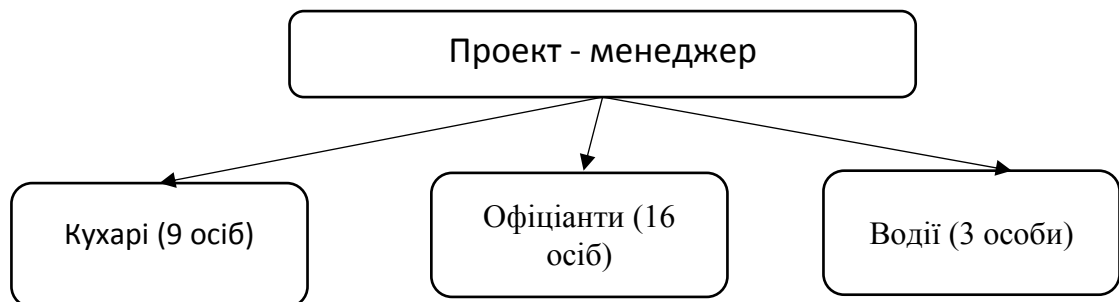


Рис.2.1. Організаційна структура проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія»

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

Визначимо розмір оплати праці даних працівників в контексті реалізації

проекту кейтерингового обслуговування (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2

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

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

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 (таблиця 3.3)

Таблиця 3.3

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

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік
Сировина	1000000	1500000	2000000	2500000
Матеріали	500000	600000	800000	1000000
Інші витрати	20000	50000	100000	130000
Всього	1520000	2150000	2900000	3630000

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» (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4

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

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

Планується амортизація основного капіталу внаслідок його використання, відповідно щорічно планується розмір амортизаційних відрахувань на рівні 479199,3 грн. Амортизація переносить розмір основного капіталу на виготовлений продукт та надану послугу, відповідно дає можливість в подальшому забезпечити оновлення та модернізацію основного капіталу.

Далі визначимо доходи внаслідок реалізації кейтерингового обслуговування реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія» (таблиця 3.5).

Таблиця 3.5

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

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

Планується щорічне зростання розміру доходів від реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія», зокрема за 1 рік реалізації доходи становитимуть 9600000 грн., за другий рік – 11050000 грн., за третій рік – 14700000 грн., за 4 рік – 20000000 грн. Планується щорічне зростання кількості та середнього чеку внаслідок реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія».

Визначимо фінансові результати внаслідок реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія», дані подавши у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

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

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

Досліджуючи реальні грошові потоки внаслідок реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві ТзОВ «Надія», слід відмітити, що протягом 1 року реалізації показник реальних грошових потоків становив 1496505 грн., за 2 рік – 1809740 грн., протягом 3 року 3137260 грн., за 4 рік складав 4870641 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 таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

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	

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.

ВИСНОВКИ

Дослідження яке здійснене вище, дозволяє сформулювати такі висновки по роботі:

1. Кейтеринг це галузь публічного харчування, пов'язати з наданням послуг на далеких точках, що залучає всі підприємства і служби, що надають підлеглі послуги з організації харчування співробітників компаній та приватних персон у приміщенні і на виїзному обслуговуванні, а ще виконують обслуговування заходів всілякого призначення і роздрібний продаж приготовленої кулінарної продукції.

Кейтеринг у вітчизняному ресторанному господарстві забезпечує: - рівномірне завантаження закладів харчування протягом часу роботи; - можливість проводити заходи там, де потрібно замовнику у будь-якому місці і о будь якій годині; - підвищення доходу підприємства за допомогою зростання кількості обслуговувань; - вихід на європейський ступінь надання послуг у галузі ресторанного господарства, що призведе до залучення більшої кількості споживачів. Кейтерингове обслуговування поділяється на головні та додаткові. До головних припадають: приготування та доставка продукції ресторанного господарства, обслуговування офіціантів, барменів; до додаткових: організація культурного відпочинку та дизайнерська діяльність при оформленні приміщень, де має проводитись майбутній банкет, прибирання приміщення після банкету тощо.

2. Далеко не всі ресторани пропонують кейтерингове обслуговування, цим видом діяльності займаються й окремі професійні компанії. В нашому випадку передбачає організацію послуг кейтерингу на базі ТзОВ «Надія».

ТзОВ «Надія» є закладом харчування, який працює в елітному сегменті. Основною метою роботи ресторану є забезпечення високої якості надання послуг і задоволення всіх побажань і прохань відвідувача. ТзОВ «Надія» повністю бере на себе забезпечення основних і додаткових послуг.

Компетентність послуг кейтерингу рівномірно залежить від фінансових

можливостей клієнта. Сума замовлення кейтерингової компанії залежить від чергових факторів: – ступеня кейтерингової фірми (класу та типу закладу); – кількості гостювальників (чим більше осіб обслуговується на банкеті, тим дешевше виходить вгощання для кожного з гостей); – складності меню, задуми (сценарію) проведення свята та перерахування додаткових послуг.

Найголовнішим чинником вдалої реалізації кейтерингового проекту на великій віддаленості є вправність банкетних менеджерів організувати виразне взаємодіяння із залученим персоналом, провести якісний інструктаж та інспекцію їхньої праці. При підготовці досить небезпечних заходів із застосуванням місцевих продуктів неодмінно виростають ризики відповідальності кейтерингової компанії за фінальну якість приготовлених страв. З мінімальним ризиком для благополучного здійснення проекту на дальньому майданчику «гастролюючи» кейтеринг вміє ефективно прилучити на місці тільки допоміжний персонал, який не потребує особливих навичок та вмінь.

3. Для підвищення ефективності реалізації кейтерингового обслуговування на ТзОВ «Надія» пропонується реалізація інвестиційного проекту оновлення обладнання, який розрахований на 4 роки. Мета проекту: підвищення якості надання кейтерингових послуг за рахунок використання інноваційного обладнання для організації кейтерингу. Загальна вартість оновлення основного капіталу (інвестованих коштів) становитиме 1916797 грн.

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

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архіпов В. В., Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства. К.: Центр учбової літератури, 2009. 342 с.
2. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2017.
3. Акімова Н.С., Наумова Т.А., Бойченко Н.В., Горбатюк Н.М. Організаційно-методичні аспекти обліку послуг виїзного кейтерингу на підприємствах ресторанного господарства. URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.
4. Кейтеринг або організація виїзного харчування. URL: <http://www.business.esc.lviv.ua/kejterinh-abo-orhanizatsiya-vyjiznoho-harchuvannya/>.
5. Кейтеринг: Хмельницький та Хмельницька область. Золоті сторінки. URL: http://www.km.goldenpages.ua/otr/otr_rubricofrestaurantsUkraine.
6. Литвиненко Т.К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу. К.:КНТЕУ, 2018. 215с.
7. Мостова Л.М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. К.: Ліра-К, 2010.
8. Никифоров А. Социальный кейтеринг. Кто накормит организованные коллективы? URL: www.tour.ru/food/articles.
9. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства. За ред.. проф. Н.О. П'ятницької. К: Центр учбової літератури, 2011.
10. Погодин К. Ресторан выездного обслуживания (кейтеринг). СПб.: Питер. 2012.220 с.
11. П'ятницька Г.Т. Інноваційні ТзОВ«Надія» технології: основи теорії: навч. посіб. К.:Кондор, 2018.250 с.
12. Прилепа Н.В., Миколук О.А. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019., № 5, С. 91–94.
13. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах

ресторанного господарства: підручник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 584 с.

14. Радіонова О.М. Івент-технології: конспект лекцій. ХНУМГ ім.О.М. Бекетова, 2020. 67 с.

15. Сало Я. М. Організація обслуговування на підприємствах харчування. Ресторанна справа: довідник офіціанта. Львів: Афіна, 2005. 336с.

16. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах: підручник. К.: Альтерпрес, 2009.

17. Социальное питание: прокормить и прокормиться. *HORECA Magazine*. 2011. №11. С.10-12.

18. Смирнов І.Г. Ресторанна логістика: міжнародний та український аспекти. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2009. №4(45). С.4-18.

19. Смирнов І. Геологістичні особливості кейтерингу. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. 2018. № 1 (61), С. 8–12.

20. Смірнова Л. Кейтерінг: що це таке і в чому його особливість?URL: <http://nakablychkah.com.ua/syspilstvo/keitering.html>. Сайт nakablychkah.com.ua.

21. Усіна А.І., Сегеда І.В. Технологія ресторанної справи. конспект лекцій. ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2012. 396 с.

22. Усов В.В. Организация обслуживания в ресторанах. М.: Наука, 2020. 342с.

23. Шегда А. В. Громадське харчування і туристична індустрія в ринкових умовах. К.: «Знання», НОО, 2019. 223с.

ДОДАТКИ

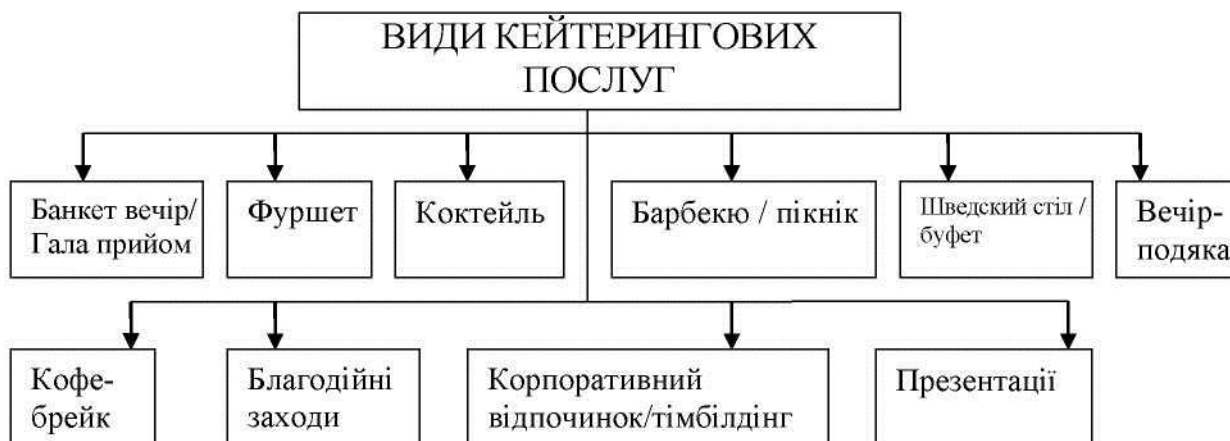
Додаток А

Визначення категорії «кейтеринг» [7]

№ з/п	Джерело	Визначення
1	ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація»	Ресторан за спеціальними замовленнями (catering)» заклад ресторанного господарства, призначений готувати і постачати готову їжу та організовувати обслуговування споживачів в інших місцях за спеціальними замовленнями .
2	Г. Т. П'ятницька	Сутність кейтерингового обслуговування полягає в тому, що ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) забезпечує замовнику приготування і доставку готової продукції ресторанного господарства в зазначене місце (додому, в офіс, на робоче місце, у місце відпочинку тощо), а також ресторанне обслуговування святкового заходу з наданням різних сервісних послуг
3	Т. Сушальська	Кейтеринг - це виїзне ресторанне обслуговування, яке включає в себе вміння не лише смачно приготувати, красиво оформити, але й ефективно подати страви та напої в будь-який час та в будь-якому місці, на яке вказує клієнт
4	О. О. Нестеренко, І. С. Коробкіна	Кейтеринг - самостійний вид підприємницької діяльності чи додаткову послугу закладу ресторанного господарства, яка полягає в наданні сервісу з організації харчування, виїзного обслуговування заходів різного призначення, роздрібного продажу готових страв і напоїв, у місцях, обраних замовниками.
5	І.М. Шамара [236, с.153]	Кейтеринг - обслуговування поза приміщень підприємств харчування.
6	В. О. Віннікова, В. Ф. Бондаренко, Д. В. Березовський	Кейтеринг - один із секторів, що динамічно розвивається у сфері громадського харчування. На практиці під кейтерингом мають на увазі не лише доставку і приготування їжі, обслуговування, сервірування, оформлення і тощо
7	Т. Н.Скоробогатова, А. В. Рябініна	Кейтеринг - це надання послуг харчування поза підприємств ресторанного господарства: при проведенні культурно-розважальних заходів в приміщенні інших підприємств (або спеціально орендованих приміщеннях), у транспортних засобах, в освітніх та медичних установах, що не мають власної кухні та ін.
8	О.М. Баканкова	Кейтеринг характеризується як виїзне ресторанне обслуговування клієнтів в конкретний час і в певному місці з повним комплексом послуг.
9	Л. Х. Мухаметзянова	Кейтеринг трактується як ресторанне обслуговування в узгоджене місце й час в будь-якому приміщенні, що обирає клієнт.

Додаток Б

Загальноприйняті види кейтерингових послуг [5, с.136]



Додаток В

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

 	 
<p>Термоконтейнер THERMOBOX AVATHERM 200</p>	<p>Чафіндіш електричний LORENA</p>
 	 
<p>Складний стіл для кейтерингу PARTY 182</p>	<p>Візок для транспортування термоконтейнерів AF 150 TROLLEYS THS</p>

	
<p>Вітрина холодильна настільна PANDORA REF GL2</p>	<p>Буфет-візок холодильний ZEUS</p>
	
<p>Кофе-станція</p>	<p>Термовідро з подвійними стінками та резиною основою</p>

Ім'я користувача:
Роксолана Муха

Дата перевірки:
24.06.2021 21:09:21 EEST

Дата звіту:
24.06.2021 21:17:25 EEST

ID перевірки:
1008356633

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

ID користувача:
100004238

Назва документа: Василько_ГР 186-2 перевірка

Кількість сторінок: 39 Кількість слів: 8087 Кількість символів: 63039 Розмір файлу: 164.02 KB ID файлу: 1008426252

19.4% Схожість

Найбільша схожість: 4.6% з Інтернет-джерелом (<https://skaz.com.ua/cultura/18038/index.html?page=32>)

19.4% Джерела з Інтернету

164

Сторінка 41

1.71% Джерела з Бібліотеки

9

Сторінка 42

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

62