Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.

Ефективна економіка. 2024. № 6.

DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.22

УДК 640.43

О. М. Головко,

к. т. н., доцент, доцент кафедри технології і організації ресторанного господарства, Ужгородський торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету

ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-4821-1598

Г. О. Сабадош,

к. т. н., доцент, доцент кафедри технології і організації ресторанного господарства, Ужгородський торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету

ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-4749-5608

Л. Ю. Чобаль,

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі, Ужгородський торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету

ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-9838-4051

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КЕЙТЕРИНГУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

O. Holovko,
PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Associate Professor the Department of Technology and Organization of Restaurant Business,
Uzhgorod Institute of Trade and Economics of State University of Trade and Economics
H. Sabadosh,
PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Associate Professor the Department of Technology and Organization of Restaurant Business,
Uzhgorod Institute of Trade and Economics of State University of Trade and Economics
L. Chobal,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor the Department of Department of Management, Entrepreneurship and Trade,
Uzhgorod Institute of Trade and Economics of State University of Trade and Economics

SPECIAL FEATURES AND PROSPECTS OF CATERING DEVELOPMENT IN ZAKARPATTIA REGION

Актуальність дослідження обумовлена тим фактом, що заклади ресторанного господарства належать до галузі, яка складає основу для підприємств, що відрізняються єдністю форм організації виробництва, технології продукції та обслуговування споживачів, але різняться за типами та спеціалізацією. За останній період часу в сфері діяльності закладів ресторанного господарства Закарпатської області відбулися значні зміни, обумовлені поширенням практики виїзного обслуговування (кейтерингу), яке стало неодмінною складовою їхньої політики та філософії діяльності. Метою статті є аналіз сутності та перспектив розвитку кейтерингу в Закарпатській області. У межах дослідження було констатовано, що суть кейтерингового обслуговування полягає в тому, що ресторан або кейтерингова компанія, за спеціальними замовленнями, забезпечує замовнику приготування та доставлення готової продукції ресторанного господарства в зазначене місце (додому, в офіс, на робоче місце, в місце відпочинку тощо), а також ресторанне обслуговування святкового заходу з наданням різних послуг. Зроблено висновок, що послуги за

межами торговельного залу можуть надавати й інші заклади ресторанного господарства. Доведено, що це надзвичайно актуально, враховуючи можливості залучення додаткових замовників, підвищення ефективності використання незадіяного виробничого ресурсного потенціалу та підвищення конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства. Звернено увагу на той факт, що для ефективної роботи закладів ресторанного господарства, які надають кейтерингові послуги, необхідно впроваджувати автоматизовані інформаційні системи управління. Це надасть змогу реалізувати програми ресурсозбереження та енергозбереження, підвищити кваліфікацію обслуговуючого персоналу та продуктивність праці, поліпшити якість виконуваних робіт і послуг, скоротити час надання послуг та підвищити якість обслуговування різноманітних заходів. Враховуючи трансформацію кейтерингу у самостійний вид бізнесу, перспективи подальших досліджень полягають у вивченні тенденцій попиту на кейтерингові послуги серед різних сегментів споживачів, таких як корпоративні клієнти, приватні особи, туристи тощо.

The relevance of the study is determined by the fact that restaurant establishments form an industry based on enterprises characterized by the unity of production organization forms, product technology, and customer service, and they differ by types and specialization. During the recent period, significant changes have occurred in the activities of restaurant establishments in the Zakarpattia region. These changes are due to the spread of off-premises catering services, which have become an integral part of their policy and operational philosophy. Thus, the aim of this study is to analyze the essence of off-premises catering services today and in the future in the Zakarpattia region. Within the study, it was established that the essence of catering services lies in the fact that a restaurant (catering company) prepares and delivers ready-made restaurant products to a specified location (home, office, workplace, leisure spot, etc.) based on special orders, and also provides restaurant services for festive events with various additional services. It was concluded that other restaurant establishments can also provide services outside the dining area. It has been proven

that this is extremely relevant, considering the possibilities of attracting additional customers, increasing the efficiency of utilizing unused production resource potential, and enhancing the competitiveness of the restaurant establishment. Attention is drawn to the fact that for the effective operation of restaurant establishments providing catering services, it is necessary to implement automated management information systems. These systems enable the implementation of resource and energy-saving programs, the enhancement of staff qualifications and labor productivity, the improvement of the quality of work and services, the reduction of service delivery time, and the enhancement of service quality for various events. Considering the transformation of catering into an independent type of business, the prospects for further research lie in studying the trends in demand for catering services among various consumer segments (corporate clients, private individuals, tourists, etc.).

***Ключові слова**: заклад ресторанного господарства, виїзне обслуговування. кейтеринг, культура, якість, безпечність.*
***Keywords:** restaurant establishment, out-of-town service. catering, culture, quality.*

Постановка проблеми. Актуальність дослідження обумовлена тим фактом, що заклади ресторанного господарства належать до галузі, яка складає основу для підприємств, що відрізняються єдністю форм організації виробництва, технології продукції та обслуговування споживачів, але різняться за типами та спеціалізацією. За останній період часу в сфері діяльності закладів ресторанного господарства Закарпатської області відбулися значні зміни, обумовлені поширенням практики виїзного обслуговування (кейтерингу), яке стало неодмінною складовою їхньої політики та філософії діяльності. Прикладом змін у сфері діяльності закладів ресторанного господарства Закарпатської області, зумовлених поширенням практики виїзного обслуговування (кейтерингу), може бути ресторан "Смак Закарпаття". До воєнного стану ресторан спеціалізувався виключно на обслуговуванні гостей у своєму закладі, пропонуючи традиційні закарпатські страви та напої. Проте, з огляду на зміни у попиті та нові обмеження,

керівництво закладу вирішило розширити свої послуги та впровадити кейтеринг. Наразі Тепер "Смак Закарпаття" пропонує виїзне обслуговування для корпоративних заходів, весіль, сімейних свят та інших подій. Зазначимо, що за прикладом окресленого суб'єкта є очевидним, що організація кейтерингу є складним, унікальним економічним завданням. Зокрема, потрібні спеціальні кейтерингові меню (які включають улюблені страви гостей, нові кулінарні рішення, адаптовані до виїзного формату), власний автопарк з обладнанням для транспортування їжі та виїзних кухонь, що дозволяє забезпечувати високу якість обслуговування на будь-якій локації. Зазначимо, що складні політичні, соціально-економічні умови, воєнний стан, міграційні процеси суттєво вплинули на економічний стан ресторанної сфери Закарпатської області. Однак, враховуючи, що основу ефективної діяльності закладів ресторанного господарства складає удосконалення наявних форм технології обслуговування й впровадження нових на основі що відповідають реаліям часу, саме кейтеринг здатний не лише зберегти клієнтську базу під час обмежень, але й значно розширив її, привернувши увагу нових клієнтів, які цінують зручність і мобільність ресторанних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень, публікацій та теоретичних положень свідчить про зростаючу увагу науковців до виїзного обслуговування (кейтерингу). Аспектами розвитку кейтерингу, як форми ресторанного обслуговування, займаються науковці багатьох сфер, серед яких можна відзначити В.В. Архіпова, І.С. Коробкіну, О.О. Нестеренко, М.З. Паска, А.В. Попеляра, Н.О. П’ятницьку, З.Т. Ратову, Я.М. Сало та інших. Проте, більшість науковців лише звертають увагу на той факт, що важливою частиною політики та філософії діяльності ресторанного закладу є спрямованість на гнучкість і адаптивність до змін на ринку, у той же час особливості та перспективи розвитку кейтерингу в Закарпатській області окремо не розглядаються.

Мета статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз сутності та перспектив розвитку кейтерингу в Закарпатській області. Для досягнення цієї дослідницької мети ініційовано наступні завдання:

1. Проведення аналізу сутності виїзного обслуговування (кейтерингу).
2. Виділення складових класифікації виїзного обслуговування (кейтерингу).
3. Окреслення проблематики організації, підходів до управління, планування діяльності, культури та якості обслуговування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ресторанний бізнес виїзного обслуговування (кейтерингу) відрізняється від інших видів бізнесу фокусом на інновації та гнучкі механізми діяльності, досвід, політику і філософію обслуговування, формування концепції діяльності й іміджу тощо. Враховуючи окреслені аспекти перші зачатки виїзного обслуговування (кейтерингу) з'явилися в Україні в середині 1990-х років, як відповідь вимогам того часу. Так, "обслуговувати" означає виконувати роботу, функції або дії, спрямовані на задоволення чиїхось запитів, потреб або очікувань [1]. У контексті кейтерингу це може включати приготування та подачу страв, організацію заходів, надання консультаційних послуг з вибору меню або допомогу з організацією подій.

В зарубіжних країнах кейтеринг давно став самостійним видом бізнесу. Зокрема, для ресторанів, які трансформувалися в кейтерингові компанії, це стало основним джерелом доходу. У закордонній літературі слово «кейтеринг» не просто означає «поставляти провізію» чи «обслуговувати споживачів». Воно інтерпретується як "catering trade" – ресторанний бізнес. Український кейтеринг частіше розглядається як супутня складова ресторанного бізнесу, що поділяється на такі основні різновиди: кейтеринг у приміщенні, кейтеринг поза приміщенням, роз'їзний кейтеринг, роздрібний кейтеринг, індивідуальний кейтеринг та VIP-кейтеринг [2]. Зазначимо, що незалежно від того, чи розглядається кейтеринг як самостійний вид бізнесу чи як його складова, основними кейтеринговими послугами залишаються приготування та доставка продукції ресторанного господарства, обслуговування офіціантів, організація культурного дозвілля, дизайнерська робота при оформленні приміщень для заходу, а також прибирання приміщення після нього.

Для ринку ресторанного господарства Закарпатської області подібний вид обслуговування не є новим - донедавна він мав більш звичну назву «виїзна

торгівля». У минулому система виїзного обслуговування розвивалася в межах державної політики й філософії, а обслуговування було соціально-орієнтованим (це передбачало надання послуг за доступними цінами або з урахуванням потреб окремих соціальних груп, таких як люди з низьким доходом або пенсіонери). Матеріально-технічна база галузі була недостатньо розвинена, використовувалося застаріле устаткування. Персонал мав недостатню професійну підготовку, відсутній був належний сервіз, а якість обслуговування та культура обслуговування залишалися на низькому рівні. Разом з тим, з 1990-х р., із змінами в споживчих уподобаннях, виїзна торгівля почала перетворюватися в більш сучасну форму обслуговування, з більшою акцентуацією на гастрономічний досвід, інновації в меню та сервісі, а також на використання технологій, що підвищують зручність і доступність ресторанного обслуговування для клієнтів.

В період воєнного стану діяльність закладів ресторанного господарства, які є однією зі складових сфери туризму, сприяють пожвавленню соціально-економічного розвитку Закарпатської області, враховуючи кілька важливих факторів, зокрема:

1. Висхідний попит на мобільні послуги харчування. Так, зростання попиту на гнучкі та зручні форми ресторанного обслуговування, обумовлене змінами у способі життя людей та популяризацією проведення заходів на свіжому повітрі або у нестандартних місцях.

2. Інноваційні підходи до виробництва продукції та надання ресторанних послуг. Ресторани Закарпатської області наразі вже апробували інноваційні підходи до гнучкого обслуговування пропонуючи тематичні меню, інтерактивні кулінарні шоу або організацію дегустацій місцевих продуктів.

3. Фокус на підтримку місцевих виробників. У межах Закарпатської області це дозволяє забезпечити ресторанним закладам високу якість інгредієнтів та підкреслити унікальність регіональної кухні.

4. Впровадження сталих практик, таких як використання екологічно чистих пакувальних матеріалів та мінімізація харчових відходів.

5. Розвиток інфраструктури та технологій для зберігання, транспортування та приготування їжі на виїзді наразі дозволять забезпечити ресторанним закладам високий рівень обслуговування. Це включає холодильні установки, мобільні кухні та спеціальні контейнери, що дозволяють зберігати продукти свіжими та підтримувати необхідну температуру під час транспортування.

6. Підвищення професійного рівня персоналу закладів ресторанного господарства, до рівня, який дозволяє покращити якість послуг і підвищити рівень задоволення клієнтів. Зокрема, ресторани мають досвідчених шеф-кухарів, які розробляють спеціальні меню з урахуванням потреб клієнтів та специфіки заходу.

Враховуючи сукупну дію окреслених вище факторів (рис. 1), наразі ресторанний бізнес Закарпатської області розвивається коштом просування обслуговування поза стаціонарними приміщеннями закладів ресторанного господарства, зокрема через активний розвиток кейтерингових послуг.

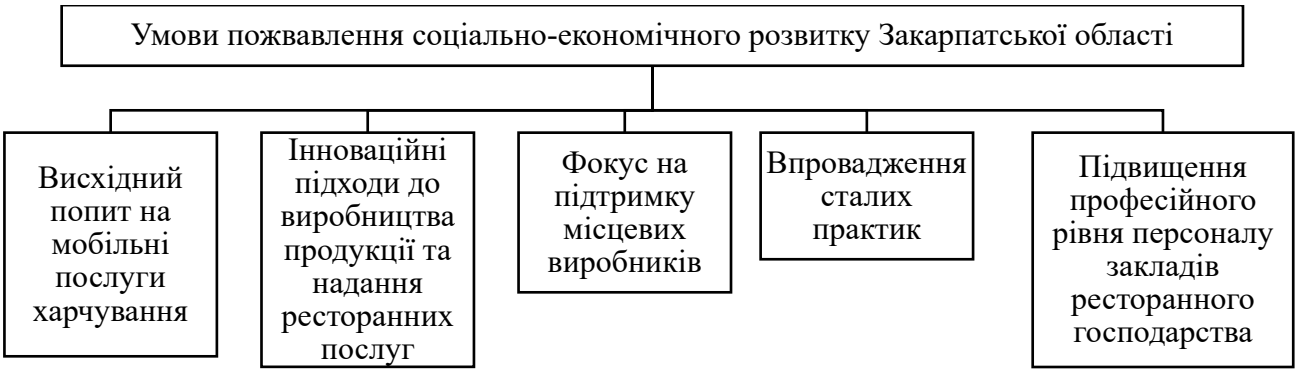

Рис. 1. Фактори, що сприяють розвитку кейтерингу в Закарпатській області

Джерело: сформовано авторами на основі [1-2; 4-5]

Підтвердженням цього твердження є те, що кожен третій з десяти споживачів послуг закладів ресторанного господарства організовують події поза традиційними ресторанами – у приватних садибах, на природі або в орендованих залах. Крім того, Закарпатська область відома своїми численними фестивалями, ярмарками та культурними заходами, які часто проводяться на відкритому повітрі (протягом року проводиться близько 140 таких заходів). На цих фестивалях мають популярність кейтерингові послуги, які забезпечують учасників та гостей різноманітними стравами - починаючи від традиційних страв закарпатської кухні

(таких як банош, гуляш, ковбаски та смачні десерти), закінчуючи інноваційними кулінарними експериментами, що задовольнять смак будь-якого відвідувача. При цьому надавачі послуг кейтерингу більш успішні, ніж класичні заклади ресторанного господарства (прибуток останніх на 30-35% нижче [5]). Надавачі послуг кейтерингу краще враховують сезонність та традиції, а також пропонують більш різноманітні варіанти харчування, враховуючи потреби та вподобання потенційних клієнтів.

Відтак, наразі більшість ресторанів трансформуються у кейтерингові компанії, що надзвичайно актуально, враховуючи можливості залучення додаткових замовників, підвищення ефективності використання незалученого виробничого потенціалу та конкурентоспроможності закладу. У загальному вигляді процес трансформації закладів ресторанного господарства у кейтерингові компанії наведений у табл. 1.

Таблиця 1.

Процес трансформації закладів ресторанного господарства у кейтерингові компанії

Трансформативна дія	Напрямок	Особливості трансформації
Оцінка ринку та попиту на послуги події поза традиційними ресторанами	Аналіз ринку	Проведення дослідження для розуміння потреб потенційних клієнтів, визначення сегментів ринку та оцінки конкурентного середовища
	Оцінка попиту	Аналіз поточного попиту на кейтерингові послуги у регіоні, включаючи приватні заходи, корпоративні події, фестивалі та ярмарки
Розробка стратегії кейтерингу	Стратегічне планування	Визначення місії, бачення та цілей нової кейтерингової компанії.
	Розробка бізнес-плану	Включає фінансовий план, маркетингову стратегію, операційний план та стратегію розвитку персоналу.
Реорганізація внутрішніх процесів	Операційна структура	Перегляд і реорганізація чинної операційної структури для підтримки кейтерингових послуг, включаючи визначення ролей та обов'язків працівників
	Закупівля або оновлення обладнання	Придбання спеціалізованого обладнання для приготування, зберігання та транспортування їжі (мобільні кухні, холодильні установки, транспортні засоби)
	Системи управління	Впровадження автоматизованих систем управління для оптимізації замовлень, інвентаризації, планування подій та управління персоналом

Продовження таблиці 1

Трансформативна дія	Напрямок	Особливості трансформації
Навчання персоналу	Підготовка персоналу	Проведення тренінгів з нових стандартів обслуговування, санітарних норм, безпеки харчових продуктів та етикету
	Рекрутування нових працівників	Винайм додаткових співробітників, таких як менеджери подій, кухарі, водії та обслуговчий персонал
Розробка послуг та меню	Створення меню	Розробка гнучкого та різноманітного меню, яке може бути адаптоване до різних типів заходів та уподобань клієнтів
	Пакетні пропозиції	Впровадження пакетних пропозицій для різних типів заходів, таких як весілля, корпоративні заходи, фестивалі тощо
Маркетинг та просування	Брендинг	Розробка нового бренду або ребрендинг, що підкреслює фокус на кейтерингові послуги
	Маркетингові канали	Використання цифрового маркетингу, соціальних мереж, SEO, контент-маркетингу та традиційних методів реклами для просування нових послуг
	Зворотний зв'язок	Впровадження системи збору відгуків клієнтів для постійного вдосконалення послуг
Пілотний запуск та тестування	Пілотні проєкти	Проведення кількох пілотних кейтерингових заходів для тестування процесів, отримання зворотного зв'язку та внесення необхідних коректив
	Аналіз результатів	Оцінка результатів пілотних заходів, аналіз фінансових показників та задоволеності клієнтів
Оцінка та вдосконалення	Постійний моніторинг	Впровадження системи постійного моніторингу якості послуг, безпеки харчових продуктів та ефективності операційних процесів
	Вдосконалення кейтерингових послуг	Внесення коректив в процеси, меню, послуги та маркетингові стратегії для постійного підвищення конкурентоспроможності

Джерело: сформовано авторами на основі [4; 6-7]

Враховуючи вищенаведене, кейтеринг не лише набуває значного поширення, але й стає більш досконалим завдяки поточним змінам, пов’язаним з організацією ресторанного обслуговування (спрямованим на параметри якості, безпечності та культури обслуговування).

При цьому якість у цьому контексті розуміється як сукупність характеристик продукції або послуг щодо їх здатності задовольняти встановлені та передбачені потреби клієнтів. В цьому випадку якість послуг кейтерингу пропонуємо розглядати через такі аспекти, як [1; 5; 7]:

- відповідність меню та страв потребам клієнтів. У цьому випадку важлива різноманітність, якість і смак страв, враховуючи потреби та смаки клієнтів;
- багатофункціональний сервіс та обслуговування. У цьому випадку важливі швидкість, уважність та професіоналізм персоналу, включаючи офіціантів, кухарів та інший персонал;
- своєчасна та безпечне доставлення їжі, якість упаковки та презентація страв;
- ефективне спілкування, реагування на запити та забезпечення зручних каналів зв'язку;
- використання свіжих, якісних та сезонних продуктів для приготування страв.

Окреслений перелік аспектів для оцінки якості послуг кейтерингу відображає ключові критерії, які визначають задоволення клієнтів і забезпечують успішну роботу кейтерингової компанії.

Безпечність у цьому контексті розуміється як відсутність небезпеки [1]. В такому випадку безпечність пропонуємо розглядати через аспекти:

- дотримання санітарних стандартів та правил гігієни, безпеки та якості інгредієнтів. Це означає використання сертифікованих продуктів від надійних постачальників, що гарантує їхню безпечність;
- постійне навчання персоналу щодо нових стандартів безпеки та гігієни [3]. Це дозволяє гарантувати, що персонал компанії завжди усвідомлений щодо найновіших стандартів безпеки та гігієни.

Окреслений перелік аспектів для оцінки безпечності послуг кейтерингу відображає ключові критерії, які сприяють забезпеченню безпеки як для клієнтів, так і для персоналу кейтерингової компанії, що є важливою складовою якості послуг та підтримки довіри споживачів.

Культура у цьому контексті розуміється як сукупність норм, цінностей, етикету та стандартів обслуговування, що визначають рівень взаємодії між персоналом кейтерингової компанії та клієнтами. Культура обслуговування має важливе значення для створення позитивного враження у клієнтів та підвищення

їх задоволеності послугами. Основні аспекти, що формують культуру обслуговування кейтерингової компанії визначаються за кількома основними аспектами, що окреслені на рис. 2.

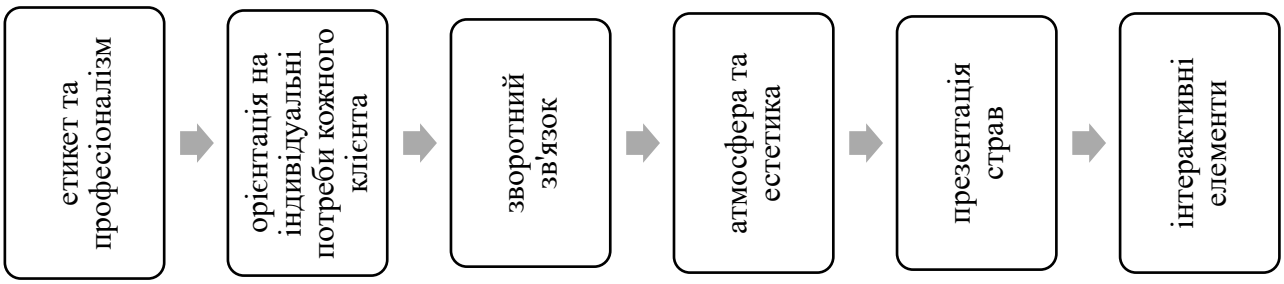

Рис. 2. Основні аспекти, що формують культуру обслуговування кейтерингової компанії

Джерело: сформовано авторами на основі [1; 3; 5]

Розглянемо основні аспекти культури кейтерингу більш докладно:

- етикет та професіоналізм (через спеціальне навчання з етикету, що включає правила поведінки з клієнтами, правильну подачу страв та напоїв, а також управління конфліктними ситуаціями);
- орієнтація на індивідуальні потреби кожного клієнта (через персоналізовані рішення для заходів, що включає попереднє узгодження меню, врахування дієтичних обмежень та інших побажань клієнтів);
- зворотний зв'язок (залучення клієнтів до процесу обслуговування через опитування, відгуки та пропозиції допомагає покращувати якість послуг та адаптувати їх до потреб ринку) [5];
- атмосфера та естетика (увага до деталей в оформленні заходів, що включає декорування столів, вибір посуду, освітлення та інші елементи, що створюють відповідну атмосферу [2]);
- презентація страв (передбачає використання сучасних підходів до оформлення страв, що робить їх не лише смачними, але й привабливими);
- інтерактивні елементи (використання елементів, таких як кулінарні майстер-класи, тематичні вечори та інші новації, дозволяє зробити заходи цікавими та запам'ятовуваними для клієнтів [5]).

Зазначимо, що основою якості, безпечності та культури обслуговування послуг кейтерингу є інтерпретація через призму поняття «виїзне обслуговування» [7]. Суть такого обслуговування полягає в тому, що:

- приготування страв відбувається безпосередньо в кухнях ресторанних закладів;

- доставлення готових страв до місця проведення відповідного заходу передбачає відповідальність за доставлення страв, за якість їх приготування, сервірування столу, культуру обслуговування гостей заходу, прибирання території після закінчення заходу;

- сервірування столів на місці проведення заходу. Передбачається наявність фуршетного столу, на якому розміщують страви та напої домашнього й крафтового виробництва;

- організація виїзних варіантів сервісу за форматами блюдо-сервіс, буфетний сервіс, стейшн-сервіс, фуршетний сервіс (табл. 2). Кожен з цих способів має свої переваги й відповідає різним атмосферам та типам подій.

Таблиця 2.

Характеристика виїзних варіантів сервісу за форматами

Виїзні варіанти сервісу	Характеристика сервісу за форматами обслуговування	Особливості застосування
Блюдо-сервіс	Гарячі страви можуть бути подані на окремих тарілках або підносах, а офіціанти або сервісний персонал роздають їх гостям безпосередньо за столом.	Цей спосіб підходить для формальних або ситних заходів.
Буфетний сервіс	Гарячі страви можуть бути розміщені на буфеті або стійках, де гості можуть самостійно обирати та обслуговувати себе	Це популярний варіант для великих заходів або тих, де важлива неформальна атмосфера
Стейшн-сервіс	В цьому варіанті гарячі страви готуються або додатково обробляються на живих кухонних станціях, де кухарі або шеф-кухарі приготовують страви прямо перед очима гостей.	Це може додати вишуканості та інтерактивності до події.
Фуршетний сервіс	У цьому варіанті гарячі страви подаються на мініатюрних або стійках, і гості можуть взяти їх на тарілки або до них проходити безпосередньо під час фуршету	Це часто використовується на стоячих прийомах або коктейльних вечірках

Джерело: сформовано авторами на основі [1; 4-5]

Головною умовою при виборі сервісу за форматами є забезпечення швидкості обслуговування за мінімум часу на приймання їжі учасниками заходу.

- розробка індивідуального сценарію, встановлення звукового та світлового обладнання для дискотеки, або музикального супроводу.

Перед проведенням будь-якого заходу важливо уточнити всі деталі замовлення: асортимент та кількість продукції, вартість раціону харчування (вартість за одну людину або загальну вартість за весь захід), метод оплати (оплата за гостя, за години обслуговування, або за загальний пакет послуг), кількість і тривалість перерв (графік заходу та потреби гостей), час початку та закінчення обслуговування, а також форму надання послуг (фуршетна, столова або інша форма).

Враховуючи вищенаведене, констатуємо, що Закарпатська область, з її унікальною культурою, традиціями та кулінарним доробком, має значний потенціал для розвитку кейтерингу. При цьому однією з основних переваг розвитку кейтерингу є можливість використання місцевих продуктів та страв, що відповідають унікальному смаку та вимогам клієнтів. Розвиток кейтерингу також може сприяти розвитку малого та середнього бізнесу в регіоні та залученню інвестицій у гастрономічну галузь.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У межах дослідження констатовано, що суть кейтерингового обслуговування полягає в тому, що ресторан (кейтерингова компанія) за спеціальними замовленнями забезпечує замовнику приготування та доставлення готової продукції ресторанного господарства в зазначене місце (додому, в офіс, на робоче місце, в місце відпочинку тощо), а також ресторанне обслуговування святкового заходу з наданням різних послуг. При цьому зроблено наступні висновки:

1. Послуги за межами торговельного залу можуть надавати й інші заклади ресторанного господарства. Це надзвичайно актуально, враховуючи можливості залучення додаткових замовників, підвищення ефективності використання незалученого виробничого ресурсного потенціалу та конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства.

2. Для ефективної роботи закладів ресторанного господарства, що надають кейтерингові послуги потрібно впроваджувати автоматизовані інформаційні системи управління, що надають змогу реалізувати програми ресурсозбереження та енергозбереження, підвищувати кваліфікацію обслуговчого персоналу та продуктивність праці, поліпшувати якість виконуваних робіт і послуг, скорочувати час надання послуг, підвищувати якість обслуговування різноманітних заходів.

Враховуючи трансформацію кейтерингу у самостійний вид бізнесу, перспективи подальших досліджень полягають у дослідженні тенденцій попиту на кейтерингові послуги серед різних сегментів споживачів (корпоративні клієнти, приватні особи, туристи тощо).

Література

1. Акімова Н.С., Наумова Т.А., Бойченко Н.В., Горбатюк Н.М. Організаційно-методичні аспекти обліку послуг виїзного кейтерингу на підприємствах ресторанного господарства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2014. Вип.1. С.73-86.
2. Головко О.М., Кампов Н.С., Махлинець С.С., Симочко Г.В. Організація готельного господарства: Навч. посібник для вузів / За редакцією О.М. Головко. Кондор, 2012. 338 с.
3. Івашина Л.Л Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. С. 314-317.
4. Кононенко Т.П. , Єфімова В.О. Сучасний кейтеринг та обладнання. Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі : зб. наук. праць: ХДУХТ, 2006. № 2(4). С. 264–270.
5. П’ятницька Н.О. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: Підручн. Для ВУЗів. К.: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2005. 632 с.

6. Плюта О. Реновація діючих та проєктування нових форматів бізнес-моделей у ресторанному бізнесі: процесно-інноваційний підхід. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2021. Т. 4. №. 2. С. 223–234.

7. Сало Я.М. Технологія ресторанної справи: навч.-практ. Посібник. Львів: Афіша, 2013. 560 с.

References

1. Akimova, N.S., Naumova, T.A., Boychenko, N.V. and Horbatyuk N.M. (2014), "Organizational and methodical aspects of accounting for outside catering services at restaurant enterprises", *Ekonomichna stratehiya i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, vol. 1, pp.73-86.

2. Golovko, O.M., Kampov, N.S., Makhlynets, S.S. and Simochko G.V. (2012), *Orhanizatsiya hotel'noho hospodarstva* [Organization of the hotel industry]. Kondor. Kyiv, Ukraine

3. Ivashina, L.L. (2017), "Prospects and problems of catering in Ukraine", *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, vol. 17, pp. 314-317.

4. Kononenko, T.P. and Yefimova, V.O. (2006), "Modern catering and equipment". *Prohresyvni tekhnika ta tekhnolohiyi kharchovykh vyrobnytstv restorannoho hospodarstva i torhivli* , vol. 2(4), pp. 264–270.

5. P″yatnyts′ka, N.O. (2005), *Orhanizatsiya obsluhovuvannya u pidpryyemstvakh restorannoho hospodarstva* [Organization of service in enterprises of the restaurant industry]. Kyyiv.nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine.

6. Plyuta, O. (2021), "Renovation of existing and designing new formats of business models in the restaurant business: a process-innovation approach", *Restorannyy i hotel'nyy konsaltynh. Innovatsiyi*. vol. 4, no. 2, pp. 223–234.

7. Salo, YA.M.(2013), *Tekhnolohiya restorannoyi spravy* [Restaurant business technology]. Afisha, Lviv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 24.05.2024 р.