

**Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя**

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня
«бакалавр»

на тему:

**Розроблення та обґрунтування напрямів інноваційного
управління закладом ресторанного типу
(на прикладі кафе «Jolly»)**

Виконав: студент IV курсу, гр. БРзс-41
спеціальності 241
«Готельно-ресторанна справа»

БРОНАШКО Назарій Михайлович

Керівник _____ д.е.н. Шерстюк Р.П.

Нормоконтроль _____ доц. Стойко І.І.

Завідувач кафедри _____ д.е.н. Шерстюк Р.П.

Рецензент _____ проф. Сороківська О.А.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Факультет економіки та менеджменту
Кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри управління
інноваційною діяльністю та
сферою послуг

_____ Р.П. Шерстюк
«__» _____ 2022 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття освітнього ступеня БАКАЛАВР

за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа»

студенту Бронашко Назарій Михайлович
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Розроблення та обґрунтування напрямів інноваційного управління закладом ресторанного типу (на прикладі кафе «Jolly»)»

керівник роботи д.е.н., доцент Шерстюк Роман Петрович
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджено наказом ректора від 04.04.2022 № 4\7-209

2. Строк подання студентом проекту (роботи)
01.06.2022

3. Вихідні дані до проекту (роботи) Матеріали виробничої діяльності базового підприємства

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Анотація. Вступ. Теоретичний розділ. Аналітичний розділ. Рекомендаційно-розрахунковий розділ. Основи охорони праці та безпека життєдіяльності. Висновки. Перелік використаної літератури

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Ілюстративні матеріали за змістом кваліфікаційної роботи бакалавра
в кількості 6-8 од.

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Безпека життєдіяльності, основи охорони праці,			

7. Дата видачі завдання 25.03.2022

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1	Теоретичний розділ	10.04.2022	
2	Аналітичний розділ	01.05.2022	
3	Рекомендаційно-розрахунковий розділ	20.05.2022	
4	Основи охорони праці та безпека життєдіяльності	25.05.2022	
5	Висновки	01.06.2022	
6	Перелік використаних джерел	01.06.2022	
7	Анотації, вступ, зміст	01.06.2022	
8	Графічна частина (ілюстративні матеріали)	05.06.2022	

Студент _____ Бронашко Н.М.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Шерстюк Р.П.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Бронашко Н. М. Розроблення та обґрунтування напрямів інноваційного управління закладом ресторанного типу (на прикладі кафе «Jolly») – Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра зі спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа. Тернопільський національний технічний університет мені Івана Пулюя. Тернопіль. 2022.

Теоретично розглянуто напрями розвитку інноваційних процесів у закладах ресторанного господарства, інновації в системі управління підприємствами ресторанного господарства.

Проведено аналіз діяльності базового підприємства кафе «Jolly», сутність кейтерингового обслуговування, його види та номенклатура послуг. Рекомендовано для реалізації на підприємстві кафе «Jolly» проєкт надання кейтерингових послуг з закупкою обладнання та фінансового обґрунтування.

Ключові слова: інновація, ресторанний бізнес, кафе, кейтеринг.

ABSTRACT

Bronashko N. M. Development and substantiation of directions of innovative management of a restaurant-type institution (on the example of Jolly cafe) - Manuscript.

Qualifying work of a bachelor in specialty 241 – Hotel and restaurant business. Ivan Pul'uj National Technical University. Ternopil. 2022.

Theoretically the directions of development of innovative processes in establishments of restaurant economy, innovations in system of management of the enterprises of restaurant economy are considered.

The analysis of the activity of the basic enterprise of Jolly cafe, the essence of catering service, its types and nomenclature of services is carried out.

The project of providing catering services with the purchase of equipment and financial justification is recommended for the implementation of the Jolly cafe at the enterprise.

Key words: innovation, restaurant business, cafe, catering.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	8
1.1. Напрями розвитку інноваційних процесів у закладах ресторанного господарства.....	8
1.2. Інновації в системі управління підприємствами ресторанного господарства.....	12
1.3. Стратегії інноваційного розвитку підприємств ресторанного бізнесу	17
РОЗДІЛ 2. ПРОБЛЕМИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ І ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	22
2.1. Характеристика діяльності кафе «Jolly».....	22
2.2. Сутність кейтерингового обслуговування, його види та номенклатура послуг.....	28
2.3. Організація обслуговування споживачів при наданні кейтерингових послуг.....	31
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КАФЕ «JOLLY»	35
3.1. Побудова логістичної системи кейтерингового обслуговування кафе «Jolly» як елементу інноваційного управління.....	35
3.2. Розробка проекту надання кейтерингових послуг кафе «Jolly» з метою забезпечення його інноваційного розвитку.....	39
РОЗДІЛ 4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ	44
4.1. Аналіз заходів щодо охорони праці, техніки безпеки, протипожежної безпеки та охорони навколишнього середовища у кафе «Jolly».....	44
ВИСНОВКИ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	49
ДОДАТКИ	52

ВСТУП

Актуальність теми. 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 на базі кафе «Jolly».

Відповідно до мети поставлені такі основні **завдання дослідження**:

- обґрунтувати напрями розвитку інноваційних процесів у закладах ресторанного господарства;

- розглянути інновації в системі управління підприємствами ресторанного господарства;

проаналізувати діяльність базового підприємства кафе «Jolly»;

- дослідити теоретичні основи організації кейтерингу та його суть;

- дослідити логістичну схему кейтерингового обслуговування кафе «Jolly»;

- розробити і обґрунтувати проєкт кейтерингового обслуговування кафе «Jolly».

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 4-х розділах, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Напрями розвитку інноваційних процесів у закладах ресторанного господарства

Напрямки розвитку та застосування інноваційних процесів у господарській діяльності закладів ресторанного господарства можуть реалізуватися за рахунок:

- розширення сировинної бази шляхом використання у виробництві та оформленні продукції ресторанного господарства нових видів сировини, напівфабрикатів (біологічно активних добавок, вторинних продуктів, переробки море- та соєвих продуктів, екзотичних продуктів тощо);

- прогресивних галузевих технологій;

- новітніх технологій та напрямків у кулінарії, пов'язаних із появою модних течій у ресторанному бізнесі, переорієнтацією споживачів на здорове харчування (креативна, еkleктична, Fusion, вегетаріанська і т.д. кухні, соєві ресторани тощо);

- розробки асортименту конкурентоспроможних видів продукції із заданими споживчими властивостями, високими параметрами якості та послуг (кейтерингове обслуговування і т.д.);

- застосування автоматизованих систем контролю та управління, високоефективної контрольно-вимірювальної апаратури. В ресторанному господарстві найбільш часто застосовуються системи "R-Keerper™V6", D2, "ProfEat", "Iiko" та ін.

Використання автоматизованої системи управління в ресторанах має низку переваг:

- здійснюється автоматичний облік, контроль за надходженням, списанням та рухом сировини, напівфабрикатів, готової продукції;

- налагоджується синхронний взаємозв'язок між усіма (модулями) підсистемами ресторану тощо.

У цілому ж, застосування інноваційних процесів у діяльності закладів ресторанного господарства підвищує організаційно-технічний рівень виробництва, якість продукції та послуг, знижує енерго- та капіталовитрати, покращує умови відпочинку споживачів та праці персоналу тощо.

Мотивуючим фактором мати найнижчі витрати виробництва є наявність на ринку великого числа чутливих до ціни покупців. Ідея полягає в завоюванні стійкої переваги над конкурентами у сфері витрат виробництва та у використанні його як основи для зниження цін і збільшення частки ринку, або одержання більш високої норми прибутку від продажу товарів за сформованими ринковими цінами. Наукова література та практика виділяють два основних способи завоювання конкурентної переваги в цій сфері:

- цілеспрямована робота зі зниження витрат і підвищення ефективності виробництва;
- перегляд повної структури витрат і відмова від найбільш дорогих і найменш ефективних технологічних операцій.

Одним із шляхів реалізації стратегії зниження витрат є застосування аутсорсингу – одного з нових напрямків організації підприємництва, особливості застосування якого у практичній діяльності закладів ресторанного господарства зводиться до передачі традиційних, супутніх функцій, властивих для діяльності ресторанів, зовнішнім виконавцям.

Серед загальних переваг застосування аутсорсингу в діяльності ресторанних закладів можна віднести:

- концентрацію зусиль та зосередження власних ресурсів на основних функціях, перерозподілі ресурсів, задіяних на другорядних напрямках;
- зменшення необхідності інвестицій в неосновні фонди, у підтримку другорядних функцій і в розвиток напрямків, що не забезпечують основної частини прибутку підприємству;
- гнучкість реагування на зміни на ринку;

- скорочення штату працівників;
- зниження собівартості функцій, переданих аутсорсеру, за рахунок ефекту «оптових» продажів його послуг, знань та вмінь;
- одержання доступу до ресурсів, які відсутні у підприємства;
- забезпечення якості виконання функцій за рахунок вузької спеціалізації аутсорсера, нагромадження практичного досвіду;
- доступ до новітніх технологій.

Аутсорсер має більше стимулів і можливостей вкладати кошти в придбання й освоєння нових технологій, що в рамках окремого підприємства є нерентабельним.

Таким чином, застосування аутсорсингу та подальше залучення підприємств-аутсорсерів у практичну діяльність ресторанного господарства сприятиме зменшенню підприємницького ризику, підвищенню якості організації бізнес-процесів, ефективному використанню ресурсів та адаптації підприємства до вимог навколишнього середовища.

Використання можливостей Інтернету. Сьогодні кожен бажаючий може забронювати столик в Інтернеті. В online замовленні вказують усі деталі (час, кількість персон, попереднє замовлення тощо), а також залишають свої контакти [3]. Завдяки цьому замовнику на телефон надійде sms-сповіщення або йому зателефонують з ресторану особисто для підтвердження заявки. Популярними з надання подібних послуг є сервіси Stolik.ua, EatSMART.ua та ін.

Наявність Wi-Fi. Цей критерій для сучасної молоді є одним із найголовніших при виборі закладу харчування або відпочинку. З вільним доступом до Інтернету під час очікування замовлення можна переглянути новини, поспілкуватися з друзями у соціальних мережах, послухати музику тощо.

QR-коди і наявність електронного меню. QR-код – це двовимірний штрих-код, з якого телефон зчитує інформацію. Це вдалий маркетинговий хід, завдяки якому привертають увагу відвідувачів. Зайшовши на сайт закладу, потенційні клієнти можуть переглянути on-line меню, де вказані всі позиції, що є в наявності

у ресторані чи кафе. Це зручний спосіб, що спрощує процес вибору і замовлення страв безпосередньо на місці або через доставку.

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

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

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

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

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

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

Акцент на еко-продукцію. Стала популярною тенденція закупки продукції для ресторацій та кафе з фермерських угідь, у людей, які самостійно займаються вирощуванням овочів, фруктів, доглядом за тваринами, рибальством [4]. Більшість рестораторів роблять спробу повністю перейти на еко-продукцію, яка коштує дорожче, але має вищу якість. Гарним прикладом є ресторан «Мааето», що в Осло (Норвегія), який має на рахунку три зірки Мішлен.

1.2. Інновації в системі управління підприємствами ресторанного господарства

Практика ведення будь-якої економічної діяльності в умовах сьогодення свідчить, що підприємства з метою зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку та формування ефективного плану розвитку достатньо часто мають вдаватися до певних інноваційних змін. Це, а також необхідність забезпечення переходу економіки України до реалізації моделі науково-технічного та інноваційного розвитку, згідно з Законом України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2055 роки», обумовлюють доцільність дослідження проблематики створення передумов для впровадження ефективних інновацій на українських підприємствах, у тому числі і тих, діяльність яких прямо чи опосередковано пов'язана зі сферою ресторанного господарства.

Різні аспекти проблеми інноватики відображені в численних публікаціях як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Серед зарубіжних науковців цю проблему розробляли Й. Шумпетер, Г. Менш, Б. Твіс, К. Фрімен, Р. Фостер, А. Кляйнкнехт, Е. Менсфілд, Р. Уотерман, А. Анчишкіна, С. Ільєнкова, А. Пригожин та інші. В Україні питаннями інноваційного розвитку як на рівні підприємств, так і економіки в цілому займались Б. Андрушків, В. Найдюк, Ю. Бажал, В. Василенко, В. Геєць, В. Гріньов, С. Ілляшенко, Н. Краснокутська, І. Павленко, Л. Федулова та інші. Останнім часом окремі аспекти інноваційного розвитку сфери ресторанного господарства та оцінювання ефективності інноваційної політики підприємств цього виду діяльності висвітлювалися у працях Г. П'ятницької, О. Григоренко, О. Борисової.

Проте комплексне дослідження інноваційних змін, що впливають на результати управління підприємствами ресторанного господарства, до цього часу не проводилось.

Вперше в економічній літературі поняття «інновація» було використано ще у 1912 р. Й. Шумпетером у книзі «Теорія економічного розвитку». Під цим поняттям, яке Й. Шумпетер назвав «нова комбінація», було запропоновано розуміти іншу якість засобів виробництва, що досягається не шляхом дрібних покращань старого устаткування або наявної організаційної системи, а з'являється поруч з ними, через введення нових засобів виробництва або систем його організації. Нині ж поняття «інновація» (від англ. «innovation» – новаторство чи введення чогось нового) застосовується до всіх змін у виробничій, науково-дослідній, фінансовій, управлінській та іншій діяльності сучасних підприємств. При цьому різні науковці виділили цілий ряд ознак (факторощадність, тип новизни на ринку, глибина змін, спосіб впровадження тощо), за якими можна проводити класифікацію інновацій [10].

Спираючись на зазначені вище розробки, а також враховуючи специфіку діяльності у ресторанному господарстві, вважаємо за доцільне проводити аналіз всіх інновацій у цій сфері під трьома кутами зору:

1) з точки зору всього підприємства ресторанного господарства (у т. ч. його продукції та політики щодо її просування на ринку, форматів розвитку тощо);

2) з точки зору окремих підрозділів підприємства, де саме реалізуються інновації;

3) з точки зору можливостей запровадження тієї чи іншої інновації на підприємствах різних типів та доступності для пересічних громадян (табл. 1.1) [10].

Таблиця 1

Різновиди інновацій у сфері ресторанного господарства України [10]

Назва інновації	Загальна коротка характеристика інновації	Імовірні переваги від впровадження інновації	Ринкові можливості впровадження на підприємствах ресторанного господарства	
			загально-доступної мережі	закритої мережі
1	2	3	4	5
<i>Інноваційні зміни, що спрямовані на появу нових форматів або концепцій розвитку підприємств (закладів) ресторанного господарства</i>				
Формат «Кавашоп» або концепція фреш-кава	Організація підприємств (закладів) ресторанного господарства, в яких можна дегустувати будь-який кавовий напій та придбати його з собою або скуштувати напій з тільки що обсмаженої та змолотої кави	<p>- Відносно нова або абсолютно нова ніша на ринку ресторанного господарства України, що обумовлює перспективні можливості для зростання;</p> <p>- Підвищення якості пропозиції в результаті концентрації основної уваги працівників на виробництві однієї асортиментної групи страв</p>	+	+
Чайна концепція або формат «Чайний клуб»	Виведення на ринок підприємств або різновидів закладів ресторанного господарства-клубів, в яких робиться акцент на церемонії подачі чаю елітних сортів або на дегустуванні чаю та придбанні його з собою		+	+
Формат «Суп-хауз»	Створення підприємства (закладу) ресторанного господарства, в якому в широкому асортименті представлені всі найкращі супи світових кухонь (хоча у меню є також різноманітні салати, гарніри, рибні та м'ясні страви, кондитерські вироби)		+	+

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
Розважальна концепція або формат «Фестиваль-ресторація»	Створення підприємства (закладу) ресторанного господарства з організацією яскравих розважальних заходів (наприклад, показів мод, естрадних шоу) або у поєднанні з наданням різних послуг, що створюють і підтримують творчий настрій у споживачів: музика, кіно, література, художні виставки тощо	- Унікальні або майже унікальні послуги з рекреації та задоволення специфічних уподобань споживачів забезпечують зміцнення позицій на ринку;	+	-
Формат «Кальян-бар/Вейп бар»	Створення підприємства (закладу) ресторанного господарства, в якому крім організації харчування як основна надається послуга з паління кальяну/вейпу	- Стратегічні перспективи для подальшого розширення і / чи ефективного розвитку завдяки стійкому попиту (переважно у молоді)	+	-
<i>Інноваційні зміни, що спрямовані на появу нових підходів до управління діяльністю підприємств ресторанного господарства</i>				
Мережеве утворення (створення нової мережі закладів ресторанного господарства)	Створення під єдиною торговельною маркою у різних регіонах України мережі ресторанів швидкого харчування з національною кухнею та широким асортиментом страв	- Ефект економії на масштабі; - Економія витрат на рекламу, переваги у процесі просування пропозиції до споживачів;	+	+
	Створення під єдиною торговельною маркою гастрономічно-розважальних закладів, що певним чином відрізняються від існуючих (наприклад, палітрою кухонь і смаків, звичаїв, що популяризуються у закладах ресторанного господарства, кольорів в дизайні і т.п.)	- Імовірне скорочення часу обслуговування; - Перспективи зростання за умови позитивного іміджу	+	-
Автоматизація системи управління підприємством (закладом) ресторанного господарства	Створення спеціальних програмних продуктів, що автоматизують виконання завдань різних підсистем підприємства ресторанного господарства	- Скорочення часу виконання операцій; - Підвищення ефективності обліку і контролю; - Покращання якості обслуговування	+	+
Сервісний філіал у структурі промислового підприємства	Організація роботи їдалень у складі створеного сервісного філіалу промислового підприємства	- Загальне зниження витрат; - Отримання соціального ефекту	-	+
<i>Інноваційні зміни, що пов'язані з продукцією ресторанного господарства та / або її просуванням на ринок</i>				
Організація столів «дієтичного харчування»	Виробництво та реалізація (часом на безоплатній основі для споживачів) дієтичних страв	- Зростання попиту; - Зміцнення позитивного іміджу;	-	+
Система знижок та програм лояльності	введення системи знижок та програм лояльності (наприклад, за днями і / чи годинами реалізації продукції ресторанного господарства та	- Підвищення ефективності реклами;	+	+

	нарахуванням балів з можливістю розрахуватися ними в майбутньому)			
--	---	--	--	--

Підприємства ресторанного господарства, як свідчать дані табл. 1.1, в цілому схильні до найрізноманітніших інноваційних змін (часом близьких до радикальних з точки зору всіх підприємств ресторанного господарства, як, наприклад, формат «фестиваль-ресторації», а часом таких, які прийнято називати ретро інноваціями; як, наприклад, організація столів «дієтичного харчування»).

Водночас далеко не всі інновації можуть бути реалізовані або взагалі доцільними для підприємств залежно від їх типу та доступності для споживачів. так, наприклад, на підприємствах закритої мережі ресторанного господарства, що організують харчування за місцем роботи або навчання неможливо реалізувати інновації з запровадженням послуг кальянокуріння або так званих послуг «корк-фі» (від англ. Cork Fee), коли споживач приносить вино з собою, а офіціант відкорковує його пляшку за столом. недоцільно реалізувати у таких типах підприємств (закладів) ресторанного господарства, як їдальні, буфети, кафе закритої мережі розважальну концепцію тощо [10].

Невиправданою (у першу чергу, через неприбутковість) є у загальнодоступній мережі інновація, пов'язана з організацією столів «дієтичного харчування» (особливо коли йдеться про підприємства (заклади) ресторанного господарства типу «ресторан» та «бар» класів «люкс» і «вищий»).

Базуючись на результатах нашого дослідження та досліджень вищезазначених науковці, підтримуємо як основу застосовувати наступний методичний підхід щодо вибору найбільш прийнятної для підприємства ресторанного господарства інновації, враховуючи його тип та доступність для споживачів запропонований В. Найдою [10]:

1) проведення класифікації інновацій на предмет їх унікальності та внутрішніх можливостей того чи іншого підприємства ресторанного господарства реалізувати певну інновацію у конкретних умовах зовнішнього середовища.;

2) «відсіювання» тих інновацій, які недоцільно та неприйнятно реалізувати на підприємствах ресторанного господарства певного типу та доступності для споживачів;

3) вибір інновацій, що можуть бути реалізовані, та визначення переваг і недоліків відібраних для підприємства ресторанного господарства конкретного типу та доступності для споживачів. При цьому у випадку, коли ця інновація є імітованою, тобто новою для підприємства або певного ринку збуту, але не для сфери ресторанного господарства в цілому, за основу в процесі оцінювання переваг і недоліків беруть дані щодо реалізації інновації в інших підприємствах ресторанного господарства. У випадку, коли йдеться про абсолютно унікальну інновацію, в основу визначення переваг і недоліків рекомендуємо покласти прогнозні дані або дані, що базуються на думці експертів-фахівців;

4) оцінювання ризику втрат та корисного ефекту від впровадження інновацій на підприємстві ресторанного господарства;

5) остаточне визначення напрямів інноваційних змін (кількості та видів інновацій) на конкретному підприємстві ресторанного господарства [10].

1.3. Стратегії інноваційного розвитку підприємств ресторанного бізнесу

Суспільство розвивається, слідуючи за науково-технічними перетвореннями, які пропонують все нові перспективи для розширення послуг. Ресторани – історично сформована система харчування й обслуговування клієнтів, яка існує в усьому світі і надає людям можливість не тільки споживати їжу, але і поспілкуватися, виконуючи при цьому соціальну функцію. Специфіка ресторанного бізнесу як галузі сфери послуг передбачає під новітніми (інноваційними) технологіями не тільки поліпшення якості життя людей, красиво і смачно приготовленої їжі, але і грамотно вибудовані стосунки з клієнтами, грамотну маркетингову політику і PR-стратегію, а також облік

необхідності комерціалізації інноваційних розробок. Пошуки і налагодження нових інноваційних технологій господарювання є одним із ключових напрямків роботи для ресторанного бізнесу у найближчі роки.

Було визначено наступні етапи застосування стратегії інноваційного розвитку підприємства ресторанного бізнесу:

- постановка цілей і завдань інноваційної діяльності;
- формування інноваційної стратегії підприємства готельного бізнесу;
- дотримання інноваційної політики;
- довгострокове інноваційне прогнозування;
- розподіл ресурсів підприємства на його інноваційну діяльність;
- розробка стратегічних планів інноваційної діяльності закладу ресторанного господарства;
- застосування бенчмаркінгу;
- аналіз обраної стратегії.

До головних завдань стимулювання розвитку інноваційної діяльності можна віднести:

- створення інституціональних умов інтеграції різних сфер економіки;
- більша участь наукової сфери в створенні інноваційного потенціалу країни;
- формування ефективної інноваційної інфраструктури.

Важливим напрямом у роботі ресторанного бізнесу є організація управлінської системи. Управлінська система повинна включати розробку стратегічних програм прогресу, проведення спостереження тенденцій ринку. Після цього складається стратегія по впровадженню інновацій. Основні завдання управлінської системи:

- розробка і впровадження стратегічних і тактичних заходів розвитку закладів ресторанного бізнесу;
- автоматизація процесів управління за допомогою використання «електронної системи управління», яка повинна базуватися на врахуванні інноваційного продукту;

- застосування інформаційних технологій в управлінні, що надає працівникам можливість брати участь у керуванні роботою підприємства;
- контроль і регулювання реалізації етапів впровадження інноваційних технологій;
- заохочення персоналу в фінальному результаті діяльності та підтримка творчих ідей та заохочення використання їх інтелектуальної праці.

Матеріально-технічна основа підприємства ресторанного господарства є, з одного боку, вагомою причиною інноваційного розвитку, з іншого боку, – його наслідком.

Інтелектуальний напрям інновацій полягає у використанні професійних здібностей працівників підприємства ресторанного бізнесу та створення умов для його розвитку.

Технологічний напрям передбачає впровадження сучасних технологій (комп'ютерні, мультимедійні, засоби електронної комерції, нові технології обробки, приготування та зберігання продуктів харчування та інші). До технологічного напрямку також входять технології харчування, розробка рецептур технологій приготування, використання сучасних видів обладнання та обробки.

Інфраструктурний напрям впровадження сучасних технологій у роботу закладів ресторанного господарства вводиться з метою організації та взаємодії окремих закладів галузі, їх об'єднань та співпраці з державними органами влади. Функції цього напрямку:

- співпраця державного та приватного сектора в розбудові сучасної інфраструктури індустрії гостинності та інших галузей, які взаємопов'язані у своїй діяльності;
- створення конгломератів.

На зміну кризовому періоду для української економіки в цілому та ресторанного господарства, зокрема з 2016 року, настав період відновлення та нарощення обертів. За даними компанії «Ресторанний консалтинг», у 2016 році вперше після початку економічної кризи збільшилася частка закладів

ресторанного бізнесу, що відкрилися. Натомість відвідуваність ресторанів збільшилася на 30%.

При цьому можна спостерігати збільшення частки концептуальних закладів ресторанного господарства, а також закладів із принципово новими підходами до приготування страв та обслуговування.

В Україні можна спостерігати такі сучасні інноваційні тенденції:

- з'являються монозаклади, як правило, вони зосереджуються на приготуванні певної етнічної страви з варіаціями: пасти, супу, какао тощо. Також можна відмітити, що заклади «вуличної їжі» виходять на якісно новий рівень приготування й обслуговування;

- у сфері маркетингу відбувся зсув від традиційних рекламних інструментів до робіт з аудиторією онлайн та провідною роллю SMM (Social Media Marketing). Таким чином будь-який клієнт може вплинути на репутацію закладу одним своїм відгуком в Інтернет-мережі;

- незважаючи на кризу, у готельно-ресторанній галузі поступово запроваджуються елементи автоматизації виробництва: електронне меню, нові технології приготування їжі, можливість використання знижки за допомогою застосунків на мобільному телефоні тощо.

На **сьогодні** в Україні можна відмітити такі тенденції розвитку роботи закладів ресторанного бізнесу:

- популяризація та поліпшення репутації вуличної їжі;
- впровадження мерчандайзингу (збуту продукції та послуг);
- відкриття концептуальних та монозакладів;
- відкриття ресторанів пан-азіатської, в'єтнамської та китайської кухонь;
- запровадження нових методів обробки продуктів харчування за допомогою новітніх технологій;
- організація обслуговування за системою кейтеринг.

Висновки до розділу 1. Ресторанний бізнес є однією з найбільш значущих складових індустрії гостинності. Саме тому в даній сфері дуже актуальним є запровадження інноваційних технологій з метою підвищення конкурентних переваг та утримання і розширення клієнтської бази, шляхом підтримки довіри і зацікавленості у конкретному закладі.

Аналіз літературних та Інтернет-джерел показав, що в світі запроваджується ряд інновацій ресторанного господарства, які дозволяють ефективно реалізовувати послуги та бути конкурентоздатним у жорстких ринкових умовах господарювання.

Сьогодні виявлені необхідності використання інноваційних технологій для підвищення ефективності роботи закладів ресторанного господарства, визначенні основних принципів запровадження сучасних технологій у залежності від типу інновацій і виду закладу.

З метою стимулювання підприємницької активності в сфері ресторанного господарства одним із найпотужніших інструментів у конкурентній боротьбі є подальше впровадження інноваційних підходів на підприємствах. Виявлено, що для ефективного впровадження інновацій суб'єктам ресторанного господарства необхідно проводити ефективне планування діяльності загалом та планування інноваційної діяльності зокрема. Запропоновано етапи застосування стратегії інноваційного розвитку підприємств ресторанного бізнесу і розглянуто її головні завдання. Вважаємо, що це дозволить закладам ресторанного господарства ефективно реалізовувати послуги та бути конкурентоздатними у жорстких ринкових умовах господарювання.

РОЗДІЛ 2

НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КАФЕ «JOLLY»

2.1. Характеристика діяльності кафе «Jolly»

Кафе «Jolly» – це маленький затишний заклад із прекрасним обслуговуванням і поблажливою атмосферою в з'єднанні з національною кухнею і кухнею європейських країн. Розташований він у м. Тернополі.

Предметом діяльності організації є: реалізація товарів народного споживання, навчання торгових представників. У штатний склад входить двадцять чоловіків. Клієнтів завжди чекає велика зала на 56 осіб, коктейль-бар на 28 осіб, пивний бар на 20 осіб. Теж є невеличка банкетна зала на 16 осіб. В теплий період року – літні майданчики на 30 осіб та ганок.

Однаке, навіть елегантний інтер'єр не в силах затьмарити блиск авторських блюд від шеф-кухаря. У Кафе «Jolly» 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».

Кафе «Jolly» як підрозділ громадського харчування обслуговує 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 тощо), з'ясовують потреби визначених груп клієнтів, підтримуючи контакти з відповідними підрозділами обслуговування. У кафе «Jolly» гостям пропонується 3 види меню і карта напоїв: основне меню, карта напоїв, десертне меню, суші меню.

Загалом меню кафе «Jolly» складається приблизно з 60 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. Піца – 13 видів;
5. Перші страви – 7 видів;
6. Основні страви/гарніри – 13/7 видів;
7. Соуси – 5 видів.

Структура головного меню ресторану зовсім не відповідає стандартним

вимогам, які описані вище. В меню нема окремого розділу – фірмові страви, вони розкидані по всьому меню.

Структура основного меню кафе «Jolly» виглядає наступним чином:

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

Всього в карті ресторану відображено близько 60 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 віскі, серед яких є Шотландський, Ірландський, Американський, Канадський виски;
- 6 видів текілі;
- 4 види рому;
- 2 види джину;
- 2 види самбуки;
- 3 види лікерів.

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 виноградні та тютюнові вироби. Крім того що в кафе «Jolly» домінує українська кухня, там також готують страви класичної європейської та італійської кухні. Підприємство кафе «Jolly» виконує доставку страв. Час доставки страв залежить від замовленої кількості та місця розташування клієнта послуговується популярністю серед мешканців міста.

Підприємство «Jolly» 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 кафе «Jolly», відобразивши основні фінансово-господарські показники в табл. 2.1.

Досліджуючи дані представлені у табл. 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 45 428 тис. грн. і знижується до рівня 39 248 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.

Таблиця 2.1

**Основні показники фінансово-господарської діяльності кафе «Jolly»
за період 2018-2020 рр.**

Показник	од. вимір.	Роки			Відхилення (+;-)	
		2018	2019	2020		%
Чистий дохід від реалізації послуг	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	-10,4
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
Середньорічні залишки обігових коштів	тис. грн.	3911	4965	2340	-1571	-40,1
Коефіцієнт оборотності обігових коштів	частки	11,62	10,24	16,77	5,16	44,4
Загальна вартість активів	тис. грн.	6986	7657	5420	-1566	-22,4
Власний капітал	тис. грн.	1895	2125	2662	767	40,47
Собівартість реалізованих послуг (продукції)	тис. грн.	39326	43706	33009	-6317	-16,0
у т. ч. прямі матеріальні витрати	тис. грн.	407	524	441	34	8,35
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

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 39 326 тис. грн., то у звітному році показник становив 33 009 тис. грн., а зниження показника становило 6 317 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 склав 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 кафе «Jolly», проте рівень ефективності маркетингових заходів низький.

2.2. Сутність кейтерингового обслуговування, його види та номенклатура послуг

На даний час у системі ресторанного господарства визначилася 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 «public catering» - ресторанне господарство, а

також «catering trade» - ресторанний бізнес. 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 (табл.2.2).

Таблиця 2.2

Деякі визначення категорії «кейтеринг»

№ 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 організувати 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, 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 сервісуз організації харчування, виїзного обслуговування заходів різного призначення, роздрібного продажу готових страв і напоїв, у місцях, обраних замовниками.
5	І. М. Шамара	Кейтеринг - обслуговування поза приміщень підприємств харчування.
6	О. М. Баканкова	Кейтеринг характеризується як виїзне ресторанне обслуговування клієнтів в конкретний час і в певному місці з повним комплексом послуг.
7	Л. Х. Мухаметзянова	Кейтеринг трактується як ресторанне обслуговування в узгоджене місце й час в будь-якому приміщенні, що обирає клієнт.

Виділяють наступні основні різновиди кейтерингового обслуговування (рис. 2.1), 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).



Рисунок 2.1. Загальноприйняті види кейтерингових послуг

Основними особливостями реалізації кейтерингового обслуговування є наступні (табл. 2.3).

Тому кейтерингові послуги можуть забезпечувати, широкий спектр послуг ресторану, таким чином зарекомендувати його як сучасний багатoproфільний заклад.

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.

2.3. 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. За контингентом замовників кейтерингове обслуговування розраховане на чотири важливі групи споживачів [11, с.52] (табл. 2.4).

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, благодієвнї заходи тощо.

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

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

Таблиця 2.4

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

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

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.

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 вводять 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 дототівельному приміщенні працюють кухарі, які допрацьовують 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 втіха прохань замовників. Будь-який офіціант є відповідальним за окремий стіл (столи), але у разі необхідності вмє 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, влаштувати прибирання приміщення.

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

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КАФЕ «JOLLY»

3.1. Побудова логістичної системи кейтерингового обслуговування кафе «Jolly» як елементу інноваційного управління

Логістика у ресторанному бізнесі (у тому числі і на підприємстві кафе «Jolly»), 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 кафе «Jolly» 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 продажем 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].

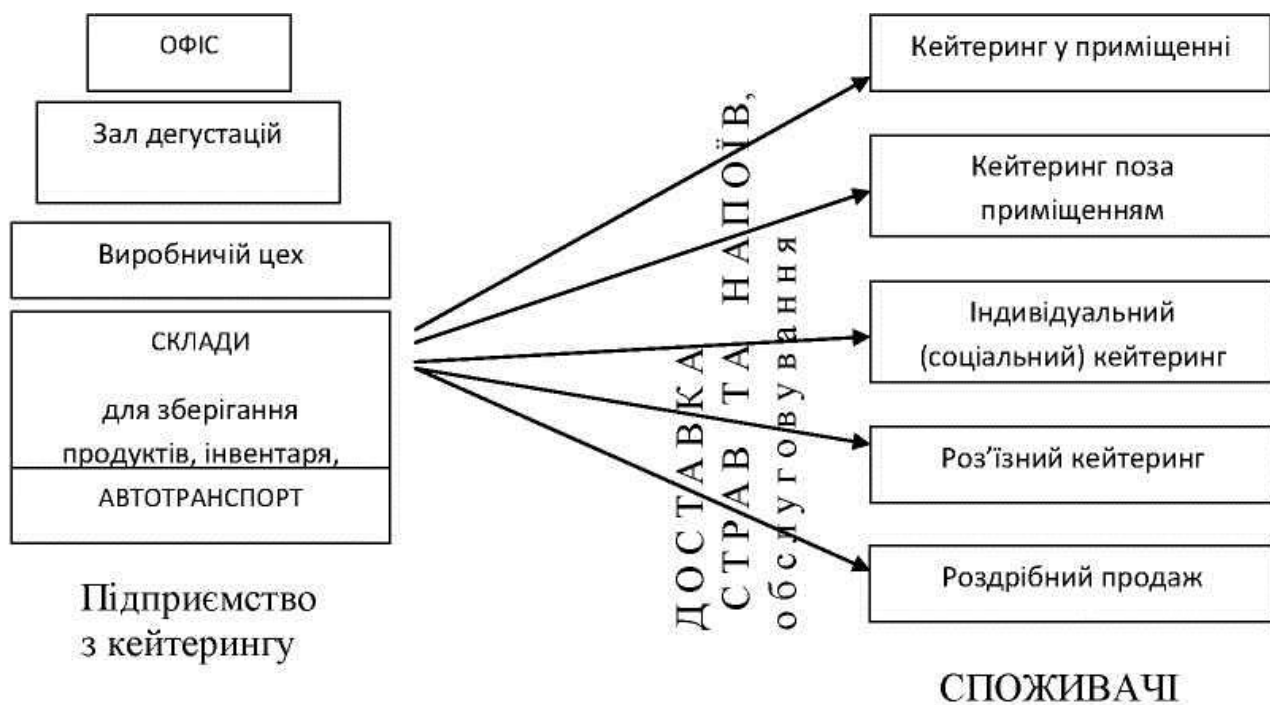


Рис. 3.1. Логістична схема організації кейтерингового бізнесу на підприємстві кафе «Jolly»

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. 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 кафе «Jolly» актуально використовувати всілякі інновації, у т.ч. аутсорсинг, аутстафінг, 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 витрат 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 внести 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 застосування 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 здійсненою 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 інакшого 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).

3.2. Розробка проекту надання кейтерингових послуг кафе «Jolly» з метою забезпечення його інноваційного розвитку

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

Таблиця 3.1

Витрати на закупівлю обладнання для надання кейтерингових послуг кафе «Jolly»

Назва обладнання	Кількість, шт.	Ціна за одиницю, грн.	Загальний підсумок, грн.
Термоконтейнер THERMOBOX AVATHERM 200	8	5 703	45 624
Чафіндіш електричний LORENA	12	3 000	36 000
Складний стіл для кейтерингу PARTY 182	12	8 168	98 016
Візок для транспортування термоконтейнерів AF150 TROLLEYS THS	14	8 671	121 394
Вітрина холодильна настільна PANDORAREF GL2	10	35 679	356 790
Кофе-станція	5	12 205	61 025
Буфет-візок холодильний ZEUS	14	78 900	1 104 600
Термовідро з подвійними стінками та резиновою основою	12	7 779	93 348
Усього	87	-	1916797

Відповідно, загальна вартість 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.

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.

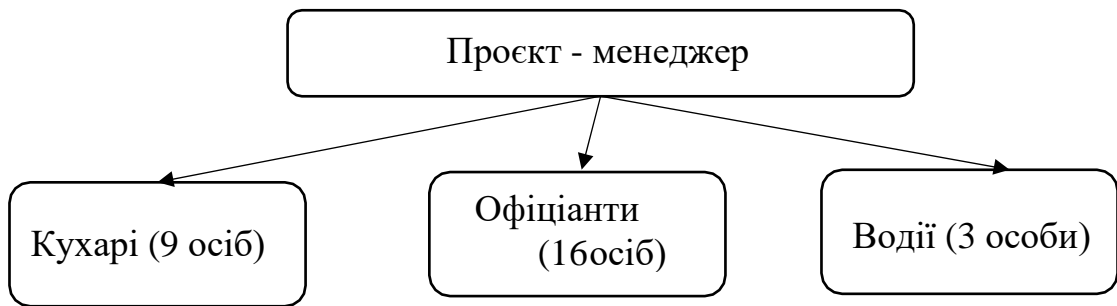


Рисунок 3.1. Організаційна структура проекту кейтерингового обслуговування кафе «Jolly»

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 (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Оплата праці персоналу реалізації проекту кейтерингового обслуговування

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, тис. грн.
Проект - менеджер	1	20000	6560	26560	318,720
Кухарі	9	15000	4920	19920	2151,360
Офіціанти	16	14000	4592	18592	3569,664
Водії	3	11000	3608	14608	525,888
Всього	29				6565,632

Для реалізації проекту важливо також врахувати обсяги витрат на закупівлю сировини та матеріалів для приготування різноманітних страв (табл. 3.3).

Витрати на сировину та матеріали в контексті реалізації проекту кейтерингового обслуговування (тис. грн.)

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік
Сировина	1000	1500	2000	2500
Матеріали	500	600	800	1000
Інші витрати	20	50	100	130
Усього	1520	2150	2900	3630

Визначимо амортизаційні відрахування внаслідок використання обладнання в контексті реалізації даного проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві кафе «Jolly» (табл. 3.4).

Амортизаційні відрахування в контексті реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві кафе «Jolly»

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 кафе «Jolly» (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Доходи внаслідок реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві кафе «Jolly»

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 (тис. грн.)	9600	11050	14700	20000	55350

Планується щорічне зростання розміру доходів від реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві кафе «Jolly», зокрема за 1 рік реалізації доходи становитимуть 9600 тис. грн., за другий рік – 11050 тис. грн., за третій рік – 14700 тис. грн., за 4 рік – 20000 тис. грн. Планується щорічне зростання кількості та середнього чеку внаслідок реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві кафе «Jolly».

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

Таблиця 3.6

Фінансові результати проекту

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 кафе «Jolly», 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 кафе «Jolly», представивши дані у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Залишковий грошовий потік внаслідок реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві кафе «Jolly»

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 кафе «Jolly», є окупним (ПО=1,3 роки), фінансово привабливим (ІП = 5,9 пункти), грошові потоки внаслідок реалізації проекту становитимуть 9397349 грн.

РОЗДІЛ 4.

БЖД ООП АНАЛІЗ ЗАХОДІВ ЩОДО ОХОРОНИ ПРАЦІ, ТЕХНІКИ БЕЗПЕКИ, ПРОТИПОЖЕЖНОЇ БЕЗПЕКИ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА У КАФЕ «JELLY»

4.1. Аналіз заходів щодо охорони праці, техніки безпеки, протипожежної безпеки та охорони навколишнього середовища у кафе «Jolly»

В умовах сучасного виробництва окремі приватні заходи щодо поліпшення умов праці, для попередження травматизації є неефективними. Тому їх здійснюють комплексно, створюючи в загальній системі керування виробництвом, підсистему керування безпекою праці. Таким чином, керування охороною праці – це програмно-цільовий комплекс по підготуванню, прийняттю і реалізації вирішень (організаційно-технічних, і лікувально-профілактичних заходів), спрямованих на забезпечення безпеки, зберігання здоров'я і працездатності людини в процесі праці.

Об'єкт керування – це безпека праці на робочому місці, ділянці, цеху, у всій системі людина – виробництво, характеризується взаємодією людей із предметами і знаряддями праці і виробничого середовища.

Планування здійснюється на основі складених планів:

- перспективний (5 літній) – комплекс планового поліпшення умов по охороні праці, він є частиною бізнес-плану;
- поточний (річний) – він включаються в щорічну угоду по охороні праці колективного договору між адміністрацією і трудовим колективом;
- оперативно-календарний план по охороні праці (ОКП), місячний і кварталний.

У комплекс заходів щодо охорони праці входять:

- боротьба зі шкідливими і небезпечними чинниками (шум, випромінювання, вібрація тощо);

- соціальні заходи.

У кафе «Jolly» охорона праці забезпечується такими нормативними документами:

Згідно Закону України від 14.10.92 р. № 44 «Про охорону праці»:

Стаття 6. Права громадян на охорону праці при укладенні трудового договору;

Стаття 7. Права працівників на охорону праці під час роботи на підприємстві;

Стаття 8. Соціальне страхування від нещасних випадків і професійних захворювань;

Стаття 9. Право працівників на пільги і компенсації за важкі та шкідливі умови праці;

Стаття 10. Видача працівникам спецодягу, інших засобів індивідуального захисту, змиваючих та знешкоджуючих засобів;

Стаття 11. Відшкодування власником шкоди працівникам у разі ушкодження їх здоров'я;

Стаття 12. Відшкодування моральної шкоди;

Стаття 13. Перегляд розміру відшкодування шкоди;

Стаття 14. Охорона праці жінок;

Стаття 15. Охорона праці неповнолітніх;

Виходячи з того, що кількість працюючих не перевищує 30 осіб, при ресторан-барі не було створено службу охорони праці.

Охорона праці, протипожежної безпеки, кліматичних умов знаходиться у задовільному стані.

На робочих місцях кухаря розміщена така нормативна документація: технологічні карти, санітарні правила, інструкція для користування

обладнанням, плакати з техніки безпеки. Установка устаткування повністю відповідає вимогам техніки безпеки.

Також на підприємстві регулярно проводять інструктажі. Ввідний інструктаж проводять кожного разу для тих людей, які вперше у даному закладі. На даному інструктажі знайомлять із закладом, розповідають про організацію роботи, техніку безпеки, зарплату, режим роботи тощо. На робочому місці проводять первинний інструктаж, при якому знайомлять зі специфікою роботи на даному місці, технікою безпеки, організацією роботи. Проводять також позаплановий інструктаж 2 рази на рік, та цільовий інструктаж, що проводиться при переміщенні працівника з одного робочого місця на інше. Інструктажі складає інженер з охорони праці, інструктовані особи розписуються після проходження інструктажу.

Усі приміщення закладу оснащені вуглекислотними вогнегасниками, пожежною сигналізацією. Через кожні 10 м у коридорах знаходяться гідравлічні крани.

При виникненні нещасного випадку, директором закладу для розслідування назначається комісія з трьох чоловік: інженера з охорони праці, керівника підрозділу, у якому стався нещасний випадок та його замісника. Розслідування триває протягом 3 діб, складається акт про нещасний випадок форма Н - 1, яка зберігається протягом 45 років.

За порушення законів та інших нормативно-правових актів про охорону праці, створення перешкод у діяльності посадових осіб органів державного нагляду за охороною праці, а також представників профспілок, їх організацій та об'єднань винні особи притягаються до дисциплінарної, адміністративної, матеріальної, кримінальної відповідальності згідно із законом.

ВИСНОВКИ

1. Специфіка ресторанного бізнесу як галузі сфери послуг передбачає під новітніми (інноваційними) технологіями не тільки поліпшення якості життя людей, красиво і смачно приготовленої їжі, але і грамотно вибудовані стосунки з клієнтами, грамотну маркетингову політику і PR-стратегію, а також облік необхідності комерціалізації інноваційних розробок. Пошуки і налагодження нових інноваційних технологій господарювання є одним із ключових напрямків роботи для ресторанного бізнесу у найближчі роки.

2. З метою стимулювання підприємницької активності в сфері ресторанного господарства одним із найпотужніших інструментів у конкурентній боротьбі є подальше впровадження інноваційних підходів на підприємствах. Виявлено, що для ефективного впровадження інновацій суб'єктам ресторанного господарства необхідно проводити ефективне планування діяльності загалом та планування інноваційної діяльності зокрема. Запропоновано етапи застосування стратегії інноваційного розвитку підприємств ресторанного бізнесу і розглянуто її головні завдання. Вважаємо, що це дозволить закладам ресторанного господарства ефективно реалізовувати послуги та бути конкурентоздатними у жорстких ринкових умовах господарювання.

3. Узагальнюючи результати проведеного дослідження діяльності кафе «Jolly» 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, проте рівень ефективності маркетингових заходів

низький.

4. 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».

Кейтерингові послуги можуть забезпечувати, широкий спектр послуг ресторану, таким чином зарекомендувати його як сучасний багатoproфільний заклад.

5. Пропонується проект організації на підприємстві кафе «Jolly» кейтерингового обслуговування клієнтів, який забезпечить щорічне зростання розміру доходів, зокрема за 1 рік реалізації доходи становитимуть 9600 тис. грн., за другий рік – 11050 тис. грн., за третій рік – 14700 тис. грн., за 4 рік – 20000 тис. грн. Планується щорічне зростання кількості та середнього чеку внаслідок реалізації проекту кейтерингового обслуговування на підприємстві кафе «Jolly».

6. Запропонований проект кейтерингового обслуговування на підприємстві кафе «Jolly» є окупним (ПО = 1,3 роки), фінансово привабливим (ІП = 5,9 пункти), грошові потоки внаслідок реалізації проекту становитимуть 9 397 349,00 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. Болдирєва Л. М. Маркетингове управління споживачами послуг ресторанного господарства. Інноваційна економіка. 2019. № 7 (33). С. 187-190.
5. Карпенко Н. В. Управління маркетингом на підприємствах ресторанного господарства : монографія. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2018. – 363 с.
6. Кейтеринг або організація виїзного харчування. URL: <http://www.business.esc.lviv.ua/kejterinh-abo-orhanizatsiya-vyjiznoho-harchuvannya>.
7. Литвиненко Т. К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу. К.:КНТЕУ, 2018. 215с.
8. Мостова Л. М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. К.: Ліра-К, 2010.
9. Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми : ТОВ «ТД «Папірус», 2016. 624 с.
10. Найдюк В. С. Інновації в системі управління підприємствами ресторанного господарства. Сталий розвиток економіки. 2012. №2. С.228-233.
11. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства. За ред.. проф. Н.О. П'ятницької. К: Центр учбової літ, 2011.
12. Поліщук Д.І Мотивація як чинник підвищення продуктивності на підприємстві. Науковий вісник НЛТУ України. 2019. № 8. С.209-213.
13. Прилепа Н. В., Миколюк О. А. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019., № 5, С. 91–94.

14. Прокопишин Л. П. Управлінські інновації та особливості їх використання на машинобудівних підприємствах в сучасних умовах. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2008. № 628. С. 628-633.
15. П'ятницька Г. Т. Інноваційні технології: основи теорії: навч. посіб. К.: Кондор, 2018. 250 с.
16. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
17. П'ятницька Г. Сучасні проблеми інноваційного розвитку ресторанного господарства України / Г. П'ятницька, О. Григоренко // Вісник КНТЕУ. 2005. №1. С.5-11.
18. Родіонова О. М. Івент-технології: конспект лекцій. ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2020. 67 с.
19. Сало Я. М. Організація обслуговування на підприємствах харчування. Ресторанна справа: довідник офіціанта. Львів: Афіна, 2005. 336с.
20. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах: підручник. К.: Альтерпрес, 2009.
21. Соціальне харчування: прохарчувати та прохарчуватися. *HORECA Magazine*. 2011. №11. С.10-12.
22. Смирнов І. Г. Ресторанна логістика: міжнародний та український аспекти. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2009. №4(45). С.4-18.
23. Смирнов І. Геологістичні особливості кейтерингу. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. 2018. № 1 (61), С. 8–12.
24. Смірнова Л. Кейтеринг: що це таке і в чому його особливість? URL: <http://nakablychkah.com.ua/sypilstvo/keitering.html>.
25. Усіна А. І., Сегеда І. В. Технологія ресторанної справи. конспект лекцій. ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2012. 396 с.
26. Узун М.В. Стратегії стимулювання праці персоналу підприємства. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2015. Вип. 2(3). С. 107–112.
27. Чернобай Л.І. Сутність і специфічні особливості інновацій в системі

управління. URL: <http://investycii.org/investuvanya/konferentsiji/problemy-formuvanya-ta-rozvytku-inovatsijnoji-infrastruktury/sutnist-i-spetsyfichni-osoblyvosti-inovatsij-v-systemi-upravlinya.html>

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

Додатки

Обладнання для реалізації проекту кейтерингового обслуговування

	
<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 резиновою основою</p>