

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-39>

УДК 338.46+640.45+642.5

КЕЙТЕРИНГ У MICE-ІНДУСТРІЇ: ТРЕНДИ РОЗВИТКУ, МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД І ПЕРСПЕКТИВИ DIGITAL-ТРАНСФОРМАЦІЇ

CATERING FOR MICE-INDUSTRY: DEVELOPMENT TRENDS, INTERNATIONAL EXPERIENCE, AND DIGITAL-TRANSFORMATION PROSPECTS

Якименко-Терещенко Наталія Василівна

доктор економічних наук, професор,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2927-7989>

Чайка Тетяна Юріївна

кандидат економічних наук, доцент,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7622-3193>

Бєлікова Олена Станіславівна

студентка,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1447-5897>

Yakimenko-Tereschenko Natalia, Chaika Tetiana, Belikova Olena
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

У статті розглянуті тенденції та перспективи розвитку індустрії гостинності, а також деякі найперспективніші інноваційні digital-рішення у сфері надання послуг кейтерингу для MICE-заходів: цифрові ваучери, гастро-меппінг, набори для онлайн-кейтерингу. Приділено увагу комплексному підходу до формування інноваційних бізнес-моделей на основі digital-трансформації. Криза, що була викликана пандемією COVID-19, поставила на межу банкрутства значну частину економічних агентів. У такій ситуації на економічне процвітання можуть розраховувати ті суб'єкти підприємницької діяльності, які оперативно відмовляться від застарілих бізнес-моделей. Тільки комплексне та системне використання інноваційних рішень, формування нових інноваційних бізнес-моделей здатне забезпечити підприємство конкурентною перевагою та запобігти негативному сценарію розвитку подій. У статті вдосконалено підхід та розроблено практичні рекомендації щодо впровадження конкретних інноваційних цифрових технологій у базові компоненти бізнес-процесів з метою формування нової бізнес-моделі на основі комплексного використання digital-рішень.

Ключові слова: кейтеринг, онлайн-кейтеринг, спеціальний туризм, діловий туризм, MICE-індустрія, діджиталізація, digital-трансформація, інновації, бізнес модель, цифрові ваучери, гастро-меппінг, набори для онлайн-кейтерингу.

В статье рассмотрены тенденции и перспективы развития индустрии гостеприимства, а также некоторые наиболее перспективные инновационные digital-решения в сфере предоставления услуг кейтеринга для MICE-мероприятий: цифровые ваучеры, гастро-мэппинг, наборы для онлайн-кейтеринга. Уделено внимание комплексному подходу к формированию инновационных бизнес-моделей на основе digital-трансформации. Вызванный пандемией COVID-19 кризис поставил на грань банкротства значительную часть экономических агентов. В такой ситуации на экономическое процветание могут рассчитывать только те субъекты предпринимательской деятельности, которые оперативно откажутся от устаревших бизнес-моделей. Только комплексное и системное использование инновационных решений, формирование новых инновационных бизнес-моделей способно обеспечить предприятие конкурентным преимуществом и предотвратить негативный сценарий развития событий. В статье усовершенствован подход и разработаны практические рекомендации по внедрению конкретных инновационных цифровых техно-

логий в базовые компоненты бизнес-процессов с целью формирования новой бизнес-модели на основе комплексного использования digital-решений.

Ключевые слова: кейтеринг, онлайн-кейтеринг, специальный туризм, деловой туризм, MICE-индустрия, диджитализация, digital-трансформация, инновации, бизнес-модель, цифровые ваучеры, гастро-мэппинг, наборы для онлайн-кейтеринга.

The purpose of this paper is: to study the trends and prospects for the hospitality industry; to clarify the possibilities of using the most promising innovative digital solutions in catering services for MICE-Events (digital vouchers, gastro-mapping, online catering kits, etc.); to improve a comprehensive approach to building innovative business models based on the digital transformation of catering firms specializing in meeting the needs of the MICE-Industry. The COVID-19 pandemic crisis has brought a large proportion of economic agents to the brink of bankruptcy. In such a situation, only those business entities that promptly abandon outdated business models can count on economic prosperity. Only comprehensive and systematic use of innovative solutions, the creation of new innovative business models can provide the company with a competitive advantage and prevent a negative scenario. Research methods. When studying the trends of the hospitality industry in Ukraine, statistical methods of time series analysis were used. Theoretical and applied analysis of digital technologies, promising from the point of view of application in catering support of MICE-Events, was carried out using logical-analytical and system-structural research methods. The scientific novelty of the study lies in clarifying the prospects and features of the introduction of digital technologies in the field of catering for the MICE-Industry. The study of the mechanism of digital transformation of business models has been further developed. The practical significance of the results lies in the possibility of their use in tactical and strategic planning of the activities of firms specializing in the provision of catering services for MICE-Events. Prospects for further research may be related to the concept of sustainable development in the implementation of theoretical and applied analysis of digital transformation of business processes of firms specializing in the provision of catering services for MICE-Events.

Keywords: catering, online catering, special interest tourism, business tourism, MICE-Industry, digitalization, digital-transformation, innovation, business model, digital vouchers, gastro mapping, online catering kits.

Постановка проблеми. Експерти практично одноставно стверджують, що з моменту виникнення пандемії COVID-19 і кейтеринг, і MICE-індустрія, як загалом і весь готельно-ресторанний та туристичний бізнес, зіткнулися із серйозною рецесією. Протиепідемічні заходи найболючіше вдарили по галузях економіки, які безпосередньо пов'язані з подорожами та особистісним спілкуванням. У таких умовах залучення інноваційних технологій і створення нових бізнес-моделей є необхідною умовою для підтримки ділової активності і підвищення конкурентоспроможності бізнесу, що працює у сфері гостинності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості функціонування і перспективи розвитку MICE-індустрії досліджували Д. Такур, А. Кадам, Р. Дешмух [1]. Аналіз потенціалу розвитку індустрії гостинності міститься у роботах Л. Стригуль, М. І. Бахрам-огли [2]. Концепція інноваційних бізнес-циклів розглядається у роботах Т. Ю. Чайки, Л. В. Авдєєвої [3]. Дж. Блумберг [4] розглядає сутність та принципові відмінності таких понять як оцифрування, діджиталізація та діджитал-трансформація. Перспективам і проблемам кейтерингу в Україні присвячено роботу Л. Л. Івашиної [5]. Проблеми бізнес-моделювання та трансформації бізнес-процесів під впливом діджиталізації знайшли своє відображення у роботах Н. В. Якименко-Тере-

щенко, О. В. Сиром'ятникової [6], Т. Ріттера, К. Педерсена [7].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим, потребує подальшого дослідження та удосконалення підходів проблематика конкретної реалізації digital-технологій у кейтеринговому обслуговуванні MICE-заходів у контексті необхідності комплексного та систематичного підходу до формування нових інноваційних бізнес-моделей.

Метою цієї статті є дослідження можливостей застосування найперспективніших digital-технологій у кейтеринговому обслуговуванні MICE-заходів; удосконалення підходів та практичних рекомендацій до digital-трансформації і формування нових інноваційних бізнес-моделей підприємств кейтерингового бізнесу, що спеціалізуються на забезпеченні запитів MICE-індустрії.

Методи дослідження. Під час дослідження тенденцій розвитку індустрії гостинності в Україні використовувалися статистичні методи аналізу динамічних рядів. Теоретико-прикладний аналіз digital-технологій, перспективних з погляду застосування у кейтеринговому супроводі MICE-заходів, здійснювався за допомогою логіко-аналітичних та системно-структурних методів дослідження.

Інформаційною базою дослідження служила статистична інформація Державної служби статистики України [8; 9; 10], а також

матеріали офіційних сайтів закордонних кейтерингових агентств [11; 12], що спеціалізуються на супроводі MICE-заходів.

Виклад основного матеріалу дослідження. За час пандемії COVID-19 падіння кількості міжнародних туристів склало близько 74% [1]. На жаль, державна статистика України не надає у відкритому доступі статистичних даних ані про кейтерингові послуги в MICE-індустрії, ані про MICE-індустрію в цілому. Однак, оскільки йдеться про дуже тісно пов'язані сфери діяльності, що взаємодоповнюють одна одну, ми маємо можливість досить точно судити про тенденції MICE-індустрії на основі аналізу тенденцій ділового туризму. У таблиці 1 та на рисунку 1 представлено динаміку обслуговування українськими туроператорами та турагентами (юридичними особами) ділових поїздок за період 2017–2020 роки [8; 9; 10].

Як бачимо, пандемія COVID-19 завдала нищівного удару по всій галузі, причому сектор ділової активності постраждав навіть більше, ніж вся галузь загалом: ланцюговий темп падіння ділових поїздок за період 2019–2020 років дещо перевищує темп падіння туристичної галузі загалом (рис. 1). В наявності серйозна криза всієї галузі гос-

тинності. Проте, як справедливо зазначають Л. С. Стригуль та М. І. Бахрам-огли (2021), фактори, які нині негативно впливають на українську індустрію гостинності, є одночасно і потенційним резервом її подальшого розвитку. Ускладнення умов діяльності стимулює до пошуку та застосування нових інноваційних підходів і, зрештою, створення індустрії гостинності нового типу [2].

Класична концепція інноваційних бізнес-циклів свідчить про те, що найбільш інтенсивне впровадження інновацій можливе і фактично відбувається саме в умовах занепаду та кризи застарілих бізнес-моделей (рис. 2) [3]. Кризова ситуація призводить до неконкурентоспроможності, банкрутства та зникнення тих фірм, які продовжують використовувати застарілі бізнес-моделі. І в той же час ця ж кризова ситуація відкриває широкі перспективи перед фірмами, що орієнтуються на впровадження інновацій і нових бізнес-моделей.

На даний час інновацією, що здатна забезпечити конкурентну перевагу та економічне процвітання, є *digital-трансформація*. Digital-трансформація (цифрова трансформація) – це більше, ніж просто оцифрування даних, застосування цифрових технологій і діджиталізація. *Оцифрування (digitization)* – це пере-

Таблиця 1

Динаміка обслуговування українськими туроператорами та турагентами (юридичними особами) ділових поїздок за період 2017–2020 р.

Рік	Службова, ділова, учбова активність		Усього	
	Абсолютні значення, осіб	Ланцюговий темп приросту, %	Абсолютні значення, осіб	Ланцюговий темп приросту, %
2017	194977	–	2403987	–
2018	211794	8,63	3957623	64,63
2019	267513	26,31	5319952	34,32
2020	59627	-77,71	1957410	-63,21



Рис. 1. Динаміка обслуговування українськими туроператорами та турагентами (юридичними особами) ділових поїздок за період 2017–2020 р.

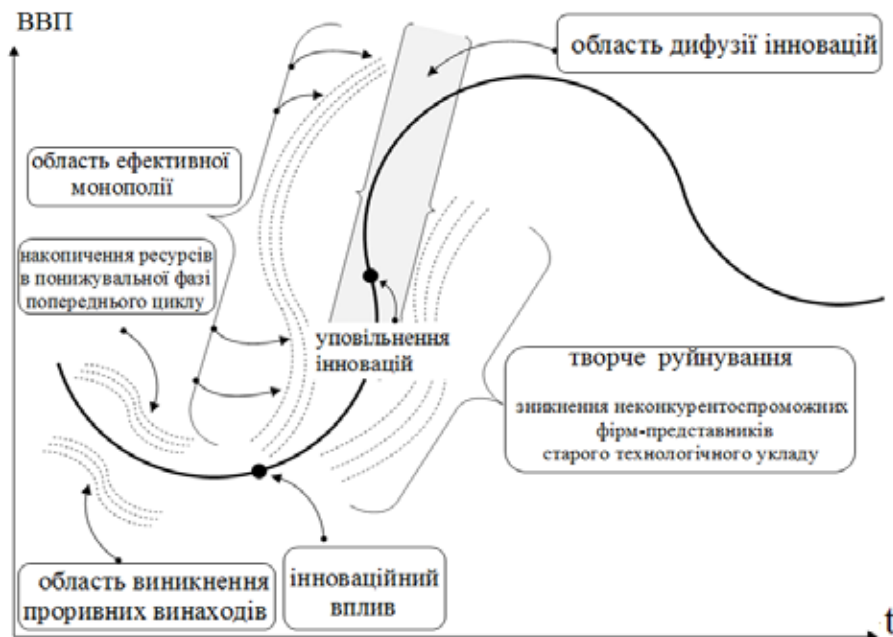


Рис. 2. Класична концепція інноваційних економічних циклів

творення інформації з аналогового формату на цифровий. *Діджиталізація (digitalization)* – підвищення ефективності вже існуючих бізнес-процесів за рахунок оцифрування даних та застосування цифрових технологій (синонім діджиталізації – цифровізація). *Digital-трансформація* – виникнення та застосування нових бізнес-моделей, трансформація бізнесу під впливом використання цифрових технологій у процесі діджиталізації [4].

Таким чином, ключовою характеристикою digital-трансформації є *поява нових бізнес-моделей*. Для цього необхідна стратегічна трансформація бізнесу, а використання цифрових технологій повинно мати не одиничний, а системний, комплексний характер.

MICE – аббревіатура, що утворена англійськими словами meetings (зустрічі, наради), incentives (заохочувальні програми), conferences (конференції), exhibitions (виставки). *MICE-індустрія* – напрямок спеціального туризму, пов'язаний з організацією та проведенням різноманітних корпоративних турів та ділових заходів. Характерною особливістю MICE-індустрії є слабка залежність від сезонного чинника.

Основними економічними агентами у MICE-індустрії є виставкові компанії; готелі для проведення конференцій та конгресів; івент-агенції (події агенції); F&B-сервіс (скорочення від food (їжа) та beverage (напої)); кейтеринг.

Належна якість обслуговування – найважливіша умова успішності MICE-заходів, яка

визначається сукупністю наступних компонентів: супровід гостей; безпека та надійний транспорт; конференц-зали з якісною технічною інфраструктурою; гарне харчування; чисті та комфортабельні номери (у разі потреби). У переважній більшості випадків харчування на MICE-заходах забезпечують кейтерингові компанії.

Кейтеринг – діяльність, що пов'язана з виїзним обслуговуванням та наданням послуг з організації харчування на віддалених об'єктах (на природі, у готелі, лікарні, літаку, на круїзному лайнері, у парку, на знімальному майданчику, в будь-якому іншому місці проведення заходів). Кейтеринг передбачає надання послуг з приготування, доставки, сервірування та подачі страв. Під визначення кейтерингу підпадає як обслуговування заходів різного призначення, так і роздрібний продаж готової кулінарної продукції. Відповідно до Державного Стандарту України (ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація), ресторан за спеціальними замовленнями (catering) – це заклад ресторанного господарства, призначений готувати і постачати готову їжу та організувати обслуговування споживачів в інших місцях за спеціальними замовленнями. Такі заклади можуть обслуговувати банкети, фірмові прийоми, ділові зустрічі, весілля та інші свята у залах, офісах, на природі, під тентами тощо [13]. Як зазначає Л. Л. Івашина (2017), таке визначення кейтерингу означає, що ДСТУ 4281:2004 розглядає кейтеринг як окре-

мий вид підприємства ресторанного господарства, а не як додаткову послугу закладу [5].

Кейтеринг у MICE-індустрії значною мірою визначається спеціалізованим сервісом та високим рівнем клієнтоорієнтованості [14]. Розглянемо основні перспективні digital-технології кейтерингу у MICE-індустрії.

Перш за все, звернемо увагу на перспективні **digital-технології при кейтеринговому обслуговуванні MICE-заходів традиційного формату**.

Цифрові ваучери. Компанія-замовник купує у кейтерингової компанії цифрові ваучери та заздалегідь відправляє їх учасникам майбутнього MICE-заходу для формування попереднього індивідуального замовлення. Такий цифровий ваучер може мати ліміт на витрати коштів та конкретний період дії. Активувавши ваучер, учасники MICE-заходу мають можливість повільно та в комфортній для себе обстановці зробити попереднє індивідуальне замовлення на сайті кейтерингової агенції.

Додаткову привабливість створює той факт, що оплата за ваучером здійснюється після надання послуги і не в розмірі максимального ліміту, а лише у розмірі реально використаної суми. Таким чином, компанія-клієнт має можливість реальної економії коштів та зниження витрат на проведення MICE-заходу.

Використання цифрових ваучерів, підвищуючи зручність, рівень комфорту та заощаджуючи бюджет клієнтів, збільшує їх лояльність до кейтерингової агенції.

Наступна новітня технологія ще не має усталеної назви. У різних джерелах використовуються різні назви: **гастро-меппінг (gastro mapping), картографування столів (table mapping), 3D-меппінг (3D mapping)**. Далі для іменування цієї технології використовуватимемо термін гастро-меппінг, оскільки, на наш погляд, саме цей термін найбільш точно передає суть технології.

Гастро-меппінг передбачає проєкцію 3D-зображень на стіл. Гастро-меппінг – приклад застосування технології доповненої реальності у кейтеринговому обслуговуванні MICE-заходів.

Доповнена реальність (augmented reality, AR) – інтерактивний метод візуалізації цифрової інформації у контексті фізичного середовища. Технологія доповненої реальності дає змогу за допомогою відповідного обладнання візуалізувати неіснуючі об'єкти; переглядати 3D-об'єкти на екранах різних девайсів; а також накладати візуалізовані 3D-об'єкти на фізичний простір (поєднувати фізичні та візуалізовані 3D-об'єкти).

Технологія гастро-меппінгу відкриває безмежні можливості для творчості та інтерактивної взаємодії з відвідувачами. Наприклад, компанія Mice Catering пропонує наступний сценарій використання гастро-меппінгу: у центр столу проєктується інтерактивне 3D-зображення крихітних кухарів, які відтворюють весь цикл приготування страви в режимі реального часу. Сценарії гастро-меппінгу для MICE-індустрії можуть включати спеціалізовані інформаційні, презентаційні та навчальні елементи, орієнтовані на аудиторію конкретного MICE-заходу. Так, іспанська фірма Mice Catering пропонує спеціально розроблений для представників MICE-індустрії продукт під назвою We Mapping. *WeMapping* – це розроблена за технологією гастро-меппінгу аудіовізуальна пропозиція, яка відповідно до концепції Table Mapping пропонує сенсорний досвід, що поєднує в собі простір, харчування та розваги (рис. 3) [11].

Тепер розглянемо перспективні **digital-технології при кейтеринговому обслуговуванні гібридних та віртуальних MICE-заходів**. Діджиталізація була одним з основних трендів MICE-індустрії і до пандемії COVID-19, а під час пандемії впровадження таких технологій, як, наприклад, відеоконференції, у MICE-індустрії зайняли безумовне лідируюче положення. Окрім повністю дистанційного формату, перспективним є також і гібридний формат проведення MICE-заходів. **Гібридний MICE-захід** є поєднанням віртуального та традиційного спілкування, коли частина учасників присутні в залі для конференцій, а частина – у віддаленому місці та підтримують зв'язок з іншими учасниками через інтернет. Гібридний формат особливо вдалий для міжнародних MICE-заходів, оскільки дозволяє суттєво підвищити віртуальну мобільність та скоротити витрати на поїздки.

Разом з тим, запит на **особистісну участь** завжди був і залишається однією з найсильніших сторін MICE-індустрії. Віртуальний або гібридний захід повинен мати структуру та сценарій, які призводять до досягнення мети за допомогою візуальних елементів і інструментів взаємодії з учасниками. Тому нині хороші перспективи мають технології, що дозволяють привнести елементи особистісної участі у дистанційний та гібридний формат MICE-заходів. Однією з таких технологій є **набори для онлайн-кейтерингу (online catering kits)**. Розглянемо докладніше цю технологію на прикладі компанії Mice Catering (Іспанія) (рис. 4) [11].

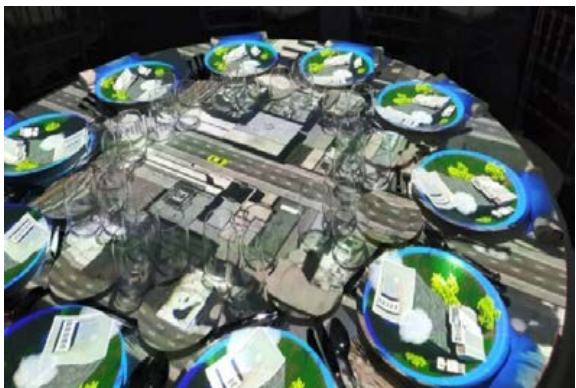


Рис. 3. Фрагменти рекламної пропозиції гастро-мепінгу, розробленої фірмою Mice Catering для представників MICE-індустрії

Джерело: [11]

Компанія-замовник, яка планує провести віртуальний MICE-захід, має можливість замовити для учасників заходу набори для онлайн-кейтерингу. Замовлення проводиться через сайт Mice Catering як мінімум

за 72 робочі години до запланованої події та доставляється учасникам віртуального заходу на їх адреси. У перерві віртуальної конференції учасники мають можливість дистанційно у відеоформаті взяти участь в одно-



CONVOCA



ENVIAMOS



RECIBE



DISFRUTA

Рис. 4. Фрагменти реклами наборів для онлайн-кейтерингу (online catering kits) фірми Mice Catering (Іспанія)

Джерело: [11]

часному прийомі їжі під час кави-брейку, обідньої перерви або навіть коктейльної вечірки.

Одна з основних проблем діджитал-кейтерингу – уривчастість у приготуванні страв. Страви в наборі для онлайн кейтерингу повинні бути або готовими до безпосередньої подачі, або наполовину приготовленими (напівфабрикат). У випадку, якщо страва поставляється у вигляді напівфабрикату, набір містить докладну інструкцію з пояснювальними фото, а на сайті кейтерингового агентства клієнт може знайти докладну інструкцію з доведення страви до готовності та сервірування столу.

Незважаючи на свою новизну, набори для онлайн-кейтерингу виявилися настільки вдалим інструментом, що безпосередньо зараз на основі цієї ідеї відбувається формування нового напрямку в кейтерингу під назвою **Mice Digital Catering (діджитал-кейтеринг у MICE-індустрії)**. Так, наприклад, цей напрямок успішно розробляє компанія **Noray. Catering & Events** (Іспанія) (рис. 5) [12].

Індивідуальне оформлення і персоналізація наборів для онлайн-кейтерингу дозволяє розмістити різні рекламні матеріали: логотип компанії, подарунковий кухоль, термос або блокнот з логотипом компанії.

Використання наборів для онлайн-кейтерингу дозволяє під час віртуальних MICE-заходів налагодити невимушену бесіду, встановити сприятливий психологічний клімат, посилити причетність, особистісну присутність та командний дух.

Отже, ми розглянули деякі найперспективніші digital-технології, впровадження яких може допомогти фірмам, що спеціалізуються на кейтеринговому обслуговуванні MICE-заходів, не тільки пережити викликану пандемією COVID-19 рецесію, а й завоювати більш міцні конкурентні позиції на ринку. Проте, як було зазначено на початку цієї статті, для цього застосування digital-технологій має носити систематичний характер і призвести в результаті не просто до діджиталізації (яка передбачає удосконалення існуючих бізнес-моделей), а до digital-трансформації (яка передбачає виникнення нових інноваційних бізнес-моделей).

Як вказують Н. В. Якименко-Терещенко та О. В. Сиром'ятникова (2020), стратегія, система організації бізнесу та інформаційно-комунікаційні технології є основними компонентами середовища функціонування бізнес-моделі [6]. У науковій статті, що видана видавництвом Ельзівєр, Т. Ріттер та К. Педерсен (2020) вказують, що в результаті digital-трансформації бізнес-моделей змінюються споживчі переваги, внутрішні процеси та цінність пропозицій фірми. Digital-трансформація впливає на такі елементи бізнес-моделі:

- можливості, унікальні ресурси та види діяльності фірми (Capabilities);
- релевантні клієнти для бізнесу (клієнти, яких бізнес хоче залучити, та набір їх потреб) (Customers);
- переваги пропозицій фірми (Value proposition);



Рис. 5. Фрагменти реклами Mice Digital Catering (діджитал-кейтеринг у MICE-індустрії) компанії **Noray. Catering & Events** (Іспанія)

Джерело: [12]

– можливості представлення (презентації) переваг пропозицій фірми існуючим та потенційним клієнтам (Value demonstration) [7].

У таблиці 2 представлені елементи бізнес-моделі та найбільш перспективні digital-технології, які можуть істотно вплинути на трансформацію відповідного елемента бізнес-моделі фірми, що працює в сегменті кейтерингового обслуговування MICE-індустрії. Наголосимо, що використання окремих digital-технологій без зміни бізнес-моделі може мати короточасний успіх.

Тільки комплексний, стратегічний підхід до діджиталізації, формування нової бізнес-моделі в результаті digital-трансформації бізнесу може призвести до успіху і, зрештою, допомогти кейтеринговій компанії перейти на наступний рівень інноваційного розвитку.

Висновки. Викликана пандемією COVID-19 криза, з одного боку, призвела до скорочення діяльності і навіть банкрутства багатьох підпри-

ємств сфери гостинності. Але, з іншого боку, будь-яка кризова ситуація відкриває широке поле можливостей для тих економічних агентів, які готові до сприйняття нових інноваційних рішень. Ситуація «зламу» застарілих бізнес-моделей підштовхує кейтерингові агенції, що спеціалізуються на обслуговуванні MICE-індустрії, до пошуку нових інноваційних технологій та рішень. Digital-технології надають безліч можливостей, якими саме час користуватися. Зокрема, є перспективними та затребуваними такі реалізації digital-технологій, як цифрові ваучери, гастро-меппінг, набори для он-лайн кейтерингу та ін. Проте слід мати на увазі, що фрагментарне застосування digital-технологій не може бути основою для довгострокового успіху. Необхідна не просто діджиталізація (що передбачає удосконалення наявних бізнес-моделей), а digital-трансформація (що передбачає формування та впровадження принципово нових, інноваційних бізнес-моделей). У зв'язку

Таблиця 2

Елементи бізнес-моделі та digital-технології, які можуть істотно вплинути на трансформацію відповідного елемента бізнес-моделі фірми, що працює в сегменті кейтерингового обслуговування MICE-індустрії

Елементи бізнес-моделі	Digital-технології, що впливають на трансформацію елемента бізнес-моделі	Опис (характеристика) трансформації бізнес-моделі
Можливості, унікальні ресурси та види діяльності фірми (Capabilities)	– аналітика Big Data (Big Data analysis); – програмне забезпечення для управління кейтеринговим підприємством (catering management software).	– застосування аналітики великих масивів даних для кращої сегментації та визначення споживчих переваг клієнтів; – оптимізація виробничих процесів внаслідок автоматизації управління кейтеринговим підприємством.
Релевантні клієнти для бізнесу (Customers)	– цифрові комунікації (digital communications)	– повсюдне використання цільових комунікацій змінює споживчі переваги цільової аудиторії фірми.
Переваги пропозицій фірми (Value proposition)	– підвищення рівня обслуговування за допомогою цифрових технологій (boosting servitization through digital technologies); – використання доповненої реальності та віртуальної реальності (augmented reality, AR; virtual reality, VR); – використання цифрових технологій для пропонування своїх продуктів та послуг (digital offerings).	– використання цифрових ваучерів заощаджує бюджет клієнтів та робить споживання послуги більш зручним та комфортним; – розробка та виведення на ринок нових інноваційних продуктів, заснованих на використанні доповненої та віртуальної реальності (приклад: гастро-меппінг); – адаптація форм надання кейтерингових послуг під діджитал-формат MICE-індустрії (приклад: набори для онлайн кейтерингу).
Презентація переваг пропозицій фірми (Value demonstration)	– електронна маркетингова комунікація (electronic marketing communication); – цифрові соціальні мережі та веб-спільноти (digital social networks and web-community)	– орієнтація на просування інформації про фірму через сайти, групи у соцмережах тощо з метою покращення процесу ознайомлення споживачів з послугами, що надаються.

з цим стратегія розвитку кейтерингової агенції повинна мати відповідну концепцію комплексного та систематичного впровадження digital-технологій у виробничу діяльність.

Наукова новизна дослідження полягає у уточненні перспектив та особливостей впровадження конкретних реалізацій digital-технологій у кейтеринговому обслуговуванні MICE-індустрії. Отримало подальший розвиток дослідження механізму digital-трансформації бізнес-моделей з урахуванням галузевих особливостей та спеціалізації кейтерингових компаній.

Практична значимість отриманих результатів полягає у можливості їх використання при тактичному та стратегічному плануванні діяльності підприємств, що спеціалізуються на наданні кейтерингових послуг для MICE-заходів.

Перспективи подальших досліджень можуть бути пов'язані з урахуванням концепції сталого розвитку при здійсненні теоретико-практичного аналізу можливостей digital-трансформації бізнес-процесів підприємств, що спеціалізуються на наданні кейтерингових послуг для MICE-заходів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Thakur D., Kadam A., Deshmukh R. MICE Industry by Event Type: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2021–2028. *Allied Analytics LLP Report*. 2021.
2. Стригуль Л.С., Бахрам-огли М.І. Потенціал розвитку індустрії гостинності України. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика* : зб. тез доп. Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, аспірантів і студентів, 26 травня 2021 р. Львів : ЛДУФК, 2021. С. 84–86.
3. Чайка Т.Ю., Авдєєва Л.В. Класичні концепції інновацій і сучасність: емпіричні підтвердження та коригування. Базові індикатори інноваційної активності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 18. Ч. 3. С. 123–128. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/36616>
4. Bloomberg J. Digitization, Digitalization, And Digital Transformation: Confuse Them at Your Peril. *Forbes*. 2018. 29 apr. URL: <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/?sh=1b7f46732f2c>
5. Івашина Л.Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 314–317. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/67.pdf>
6. Якименко-Терещенко Н.В., Сиром'ятникова О.В. Основи бізнес-аналізу : текст лекцій для студентів спец. 071 «Облік і оподаткування» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання. Харків : НТУ «ХПІ», 2020. 88 с. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53370>
7. Ritter Th., Pedersen C. Digitization capability and the digitalization of business models in business-to-business firms: Past, present, and future. *Industrial Marketing Management*. 2020. Vol. 86. P. 180–190. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.11.019>
8. Держстат України. Туристична діяльність в Україні у 2018 році. Статистична інформація. 2019. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/tur_dil_18.xls
9. Держстат України. Туристична діяльність в Україні у 2019 році. Статистична інформація. 2020. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/tyr/tyr_dil/tur_d_19_u.xlsx
10. Держстат України. Туристична діяльність в Україні у 2020 році. Статистична інформація. 2021. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/tyr/tyr_dil/tur_d_20ue.xlsx
11. Офіційний сайт компанії Mice Catering. URL: <https://micecatering.com/>
12. Офіційний сайт компанії Noray. Catering & Events. URL: <https://cateringeventosnoray.com/catering-digital>
13. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. [Чинний від 2004-07-01]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2004. 18 с.
14. Durenburg event & catering. *MICE & Catering Marktanalyse & Visionen*. Berlin, 2020. URL: <https://dorenburg-event.de/wp-content/uploads/2020/06/MICE-Catering-Marktanalyse-Visionen.pdf>

REFERENCES:

1. Thakur, D., Kadam, A., Deshmukh, R. (2021) MICE Industry by Event Type: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2021–2028. *Allied Analytics LLP Report*.
2. Stryhul, L.C., Bakhram-ohly, M.I. (2021) Potensial rozvytku industrii hostynnosti Ukrainy [Potential of development of the hospitality industry of Ukraine]. *Innovatsii, hostynnist, turyzm: nauka, osvita, praktyka: zb. tez dop. Vseukr. nauk.-prakt. konf. mol. uchenykh, aspirantiv i studentiv – Innovation, hospitality, tourism: science, educa-*

tion, practice: coll. thesis add. All-Ukrainian scientific-practical conf. mol. scientists, graduate students and students (Lviv, May 26, 2021) (pp. 84–86). Lviv: LDUFK. (in Ukrainian)

3. Chaika, T.Yu., Avdieieva, L.V. (2018) Klasychni kontseptsii innovatsii i suchasnist: empyrychni pidtverdzhennia ta koryhuvannia. Bazovi indykatory innovatsiinoi aktyvnosti [Classical concepts of innovation and modernity: empirical evidence and adjustments. Basic indicators of innovation activity]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo – Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. International economic relations and the world economy*, 18(4), 123–128. Retrieved from: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/36616> (in Ukrainian)

4. Bloomberg, J. (2018) Digitization, Digitalization, And Digital Transformation: Confuse Them At Your Peril. *Forbes*. 2018. 29 apr. Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/?sh=1b7f46732f2c>

5. Ivashyna, L. L. (2017) Perspektyvy ta problemy keiterynhu v Ukraini. [Prospects and problems of catering in Ukraine]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – Global and national economic problems*, 17, 314–317. (in Ukrainian)

6. Iakymenko-Tereshchenko, N. V., Syromiatnykova, O. V. (2020) *Osnovy biznes-analizu: tekst leksii dlia studentiv spets. 071 «Oblik i opodatkuvannia» pershoho (bakalavrskoho) rivnia vyshchoi osvity vsikh form navchannia* [Fundamentals of business analysis: the text of lectures for students majoring in 071 «Accounting and Taxation» of the first (bachelor's) level of higher education of all forms of education]. Kharkiv: NTU «KhPI». (in Ukrainian)

7. Ritter, Th. & Pedersen, C. (2020) Digitization capability and the digitalization of business models in business-to-business firms: Past, present, and future. *Industrial Marketing Management*, vol. 86, pp. 180–190. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.11.019>

8. Derzhstat Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine] (2019) Turystychna diialnist v Ukraini u 2018 rotsi. Statystychna informatsiia [Tourist activity in Ukraine in 2018. Statistical information]. Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/tur_dil_18.xls (in Ukrainian)

9. Derzhstat Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine] (2020) Turystychna diialnist v Ukraini u 2018 rotsi. Statystychna informatsiia [Tourist activity in Ukraine in 2019. Statistical information]. Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/tyr/tyr_dil/tur_d_19_u.xlsx (in Ukrainian)

10. Derzhstat Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine] (2021) Turystychna diialnist v Ukraini u 2018 rotsi. Statystychna informatsiia [Tourist activity in Ukraine in 2020. Statistical information]. Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/tyr/tyr_dil/tur_d_20ue.xlsx (in Ukrainian)

11. Mice Catering. Official website. Retrieved from: <https://micecatering.com/>

12. Noray. Catering & Events. Official website. Retrieved from: <https://cateringyeventosnoray.com/catering-digital>

13. Derzhspozhyvstandart Ukrainy [State consumer standard of Ukraine] (2004) SCST 4281: 2004. Restaurants. Classification [DSTU 4281:2004. Zaklady restorannoho hospodarstva. Klasyfikatsiia]. (in Ukrainian)

14. Durenburg event & catering (2020) *MICE & Catering Marktanalyse & Visionen*. Berlin. Retrieved from: <https://dorenburg-event.de/wp-content/uploads/2020/06/MICE-Catering-Marktanalyse-Visionen.pdf>