

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ  
Кафедра туризму та готельного господарства**

**ТРЕТЯКОВА СОФІЯ СЕРГІЇВНА  
КЕЙТЕРИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ  
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ,  
ВИКЛИКІВ ТА ПЕРСПЕКТИВ**

Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»  
Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»  
Робота на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»

Науковий керівник:  
**ТИЩУК ІННА ВОЛОДИМИРІВНА,**  
кандидат економічних наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № \_\_\_\_\_  
засідання кафедри \_\_\_\_\_  
від \_\_\_\_\_ 202\_ р.

Завідувач кафедри  
(\_\_\_\_\_) \_\_\_\_\_  
(підпис) ПІБ

**ЛУЦЬК – 2024**

## АНОТАЦІЯ

Третьякова С. С. Кейтеринг як інноваційна стратегія розвитку ресторанного бізнесу в Україні: аналіз тенденцій, викликів та перспектив. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОПП «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 242 «Готельно-ресторанна справа». Волинський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, 2024.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

В роботі досліджено теоретичні аспекти розвитку кейтерингу як інноваційної стратегії розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Проведено аналіз сучасних тенденцій, викликів та перспектив розвитку кейтерингових послуг у контексті українського ресторанного ринку.

Проаналізовано підприємства, що вже надають кейтерингові послуги. Особлива увага приділяється використанню інноваційних підходів та технологій у кейтеринговій діяльності, а також аналізу споживчих вподобань і потреб у цій сфері.

Досліджено основні аспекти розвитку кейтерингових послуг ресторану «Сулі–Гулі». Запропоновано шляхи підвищення для удосконалення кейтерингового обслуговування на прикладі ресторану «Сулі Гулі», шляхом вдосконалення кейтерингового обслуговування, через впровадження нових digital технологій, навчання персоналу та розширення спектру послуг у сфері MICE-індустрії.

**Ключові слова:** кейтеринг, стратегія, ресторанний бізнес, інновації, MICE-індустрія.

## ЗМІСТ

|                                                                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП                                                                                                              | 4  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ<br>КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ                                  | 7  |
| 1.1. Загальна характеристика кейтерингу: основні поняття та принципи                                               | 7  |
| 1.2. Особливості організації кейтерингу у ресторанній сфері: технології<br>та методи                               | 10 |
| 1.3. Переваги та недоліки існуючої системи кейтерингу в Україні                                                    | 12 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РОЗВИТКУ КЕЙТЕРИНГУ В УКРАЇНІ                                                           | 15 |
| 2.1. Аналіз сучасного стану кейтерингового ринку в Україні                                                         | 15 |
| 2.2. Інноваційні стратегії розвитку кейтерингового бізнесу                                                         | 23 |
| РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ<br>КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПРИКЛАДІ<br>РЕСТОРАНУ «СУЛІ ГУЛІ» | 28 |
| 3.1. Основні аспекти діяльності ресторану «Сулi –Гулi»                                                             | 28 |
| 3.2. Пропозиції та шляхи удосконалення кейтерингового обслуговування<br>на прикладі ресторану «Сулi Гулi»          | 31 |
| ВИСНОВКИ                                                                                                           | 36 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ                                                                                         | 38 |

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Кейтеринг, як форма організації харчування, набуває все більшої популярності в сучасному ресторанному бізнесі. В умовах зростаючої конкуренції та змін споживчих вподобань, кейтеринг виступає не лише як інноваційна стратегія, але і як необхідний елемент для забезпечення гнучкості та адаптивності ресторанних підприємств. Особливо це важливо для України, де ринок ресторанних послуг постійно розвивається і змінюється під впливом економічних, соціальних та культурних факторів.

Сучасні споживачі все більше цінують мобільність та гнучкість у харчуванні, саме кейтеринг дозволяє задовольняти потреби в харчуванні під час різних заходів, як-то корпоративи, весілля, конференції та інші події, що значно розширює можливості ресторанного бізнесу.

Кейтерингова діяльність може бути більш економічно вигідною порівняно з традиційним рестораном, оскільки знижуються витрати на утримання постійного приміщення, комунальні послуги та інші операційні витрати. Це особливо важливо в умовах нестабільної економічної ситуації в Україні.

Кейтеринг відкриває нові сегменти ринку для ресторанного бізнесу, дозволяючи залучати клієнтів, які віддають перевагу організації харчування на виїзді, що в свою чергу створює додаткові можливості для зростання доходів та розширення бізнесу.

Сьогодні актуально використання новітніх технологій та підходів у кейтеринговій діяльності, таких як системи управління замовленнями, логістика доставки, використання екологічно чистих матеріалів для пакування тощо, дозволяє підвищити якість послуг та задовольнити потреби сучасних споживачів.

Зміни в законодавстві та регуляторних вимогах, що стосуються сфери громадського харчування, також впливають на розвиток кейтерингової діяльності в Україні. Аналіз цих змін та адаптація до нових умов є необхідною складовою успішної стратегії розвитку ресторанного бізнесу.

Тобто, дослідження кейтерингу як інноваційної стратегії розвитку ресторанного бізнесу в Україні є важливим для розуміння сучасних тенденцій, викликів та перспектив у цій галузі. Вивчення досвіду успішних кейтерингових компаній, аналіз проблем та можливостей дозволить розробити рекомендації для підвищення ефективності та конкурентоспроможності українських ресторанів, що прагнуть освоїти цей напрямок діяльності.

**Мета** – дослідження кейтерингу як інноваційної стратегії розвитку ресторанного бізнесу в Україні.

**Завдання кваліфікаційної роботи:**

- охарактеризувати основні поняття та принципи кейтерингу;
- проаналізувати особливості організації кейтерингу у ресторанній сфері: технології та методи;
- здійснити аналіз переваг та недоліків існуючої системи кейтерингу в Україні;
- проаналізувати конкурентне середовище в галузі кейтерингу ресторанів;
- проаналізувати тенденції використання кейтерингу закладами України;
- запропонувати пропозиції та шляхи удосконалення кейтерингового обслуговування на прикладі ресторану «Сулі Гулі».

**Об’єкт дослідження** – процеси розвитку кейтерингу як інноваційна стратегія розвитку ресторанного бізнесу в Україні.

**Предмет дослідження** – сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів розвитку кейтерингу в Україні.

**Новизна дослідження** – запропоновано шляхи удосконалення кейтерингового обслуговування для ресторану «Сулі Гулі».

**Методи дослідження** виконані на основі результатів застосування комплексного аналізу та системного підходу до вивчення досліджуваних процесів.

**Інформаційною базою дослідження** під час написання роботи використовувалися монографії, навчальні посібники, статті у наукових періодичних виданнях, нормативно-правові документи, дані мережі Інтернет.

Інформаційною базою дослідження є статистична інформація КЗР, туристичних організацій, Державної служби статистики України.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає у комплексному розкритті інноваційних процесів розвитку кейтерингу як інноваційної стратегії для ресторану «Сулі Гулі».

Отримані результати можуть використовуватись при виконанні відповідних тем та спецкурсів.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ**

### **1.1. Загальна характеристика кейтерингу: основні поняття та принципи**

Кейтеринг – це сфера гастрономічного бізнесу, яка здобуває все більшу популярність у сучасному світі. Вона визначається як надання харчових послуг за межами стаціонарних закладів, включаючи обслуговування зали, доставку їжі, обслуговування відразу на місці події, таке як корпоративні заходи, весілля, фестивалі, конференції та інші заходи. Основною ідеєю кейтерингу є задоволення потреб клієнтів у провідних гастрономічних послугах за межами стандартних ресторанних умов.

Початок кейтерингової діяльності в Україні відзначається з появою першої компанії «Обід-доставка» у 1995 році, яка пізніше була перейменована на «Український смак». Хоча старт був пізній, обсяг ринку кейтерингу в Україні стабільно зростає, щорічно збільшуючись на 20%. За загальними показниками, експерти відзначають, що галузь кейтерингу в світі розвивається приблизно на 13% щорічно, а обсяг світового ринку оцінюється на рівні 70 мільярдів доларів США [27].

Першим іноземним учасником на українському ринку кейтерингу була компанія «Дуссман-Україна» з Німеччини, яка розпочала свою діяльність у 1999 році. Крім того, до початку 2002 року серед провідних кейтерингових компаній України були «Два гуся», «Гетьман-фуршет», «Київ-Кейтеринг», Royal Catering Service та інші.

Кейтеринг – це один із основних секторів у сфері ресторанного господарства, який розвивається швидкими темпами, оскільки включає організацію офісних обідів як на місці, так і з доставкою до підприємства. Термін «кейтеринг» походить від англійського дієслова «cater», що означає «поставляти провізію», «обслуговувати споживачів», а також від словосполучень «public catering» – ресторанне господарство та «catering trade» – ресторанний бізнес.

Можна виділити такі основні принципи роботи кейтерингу: індивідуальний підхід, пунктуальність (оперативність роботи), екологічність (уникання використання одноразового посуду).

Види та форми кейтерингу безпосередньо пов'язані з форматами заходів, що організовуються, де одним з ключових елементів обслуговування гостей є надання закусок і напоїв, табл. 1.1.

Кейтерингові послуги популярні та використовуються не тільки для доповнення корпоративних заходів, але й стають частиною сімейних свят, вихідних з друзями та важливих урочистостей [1].

Таблиця 1.1.

#### Формат обслуговування кейтерингу

| Вид кейтерингу        | Характеристика                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Барбекю</i>        | Проводиться за містом, включає обов'язкове приготування страв із м'яса, риби та овочів на відкритому вогні чи грилі.<br>Коктейль включає легкі закуски та напої, серед яких можуть бути авторські коктейлі та виїзний бар.                               |
| <i>Кава-брейк</i>     | Використовується для паузи під час ділових зустрічей, конференцій або презентацій із частуванням у формі легких закусок, фруктів, тістечок, кави, соків та інших безалкогольних напоїв.                                                                  |
| <i>Шведський стіл</i> | Дозволяє швидко нагодувати гостей офіційного заходу під час перерви. Якщо кількість осіб велика, може знадобитися офіціант для обслуговування. У меню можуть бути включені закуски, салати, легкі гарніри та десерти.                                    |
| <i>Фуршет</i>         | Організується із повним самообслуговуванням гостей. Всі страви особливим чином сервіруються на спеціальних столах, а гості самостійно обирають частування і можуть вільно пересуватися по залі без класичної розсадки за столами.                        |
| <i>Банкет</i>         | Класичний варіант ресторанного обслуговування для організації урочистостей, весіль, ювілеїв та інших заходів із великою кількістю гостей, сервіруванням столів та оформленням приміщення. Обов'язково залучаються офіціанти та працюють на місці кухарі. |

Умовно можна виділити такі основні види кейтерингу з прив'язкою до місця приготування страв:

*Експрес-доставка* передбачає приготування заздалегідь замовлених позицій з меню на кухні компанії, що надає кейтерингові послуги. У такому разі обслуговування офіціантами не провадиться. Крім доставки за бажанням може бути здійснено сервірування.

*Сервіс на відкритому повітрі* на природі в парку або за містом. У такому разі приготування страв проводиться на вулиці із застосуванням спеціального обладнання та техніки, що їх доставляє компанія. Часто у такому форматі проводяться пікніки, тематичні івенти та BBQ, відомі як барбекю.

*Обслуговування у приміщенні.* У такому разі кухарі кейтерингової компанії можуть готувати страви на своїй кухні або використовувати для цього спеціалізовану кухню, розташовану на місці проведення заходу. У першому випадку додатково здійснюється доставка страв, сервірування та обслуговування банкету офіціантами. Такий вид кейтерингу замовляють у готелі, клуби, готелі.

Коротка характеристика видів кейтерингу дає можливість зрозуміти, наскільки універсальні такі послуги та різноманітні. До планування кожного заходу потрібна детальна підготовка, індивідуальний підхід та суворий контроль якості. Незалежно від обсягів замовлення та складності приготування страв виставляються високі вимоги до якості частування, сервірування та їх подачі.

Класифікувати види кейтерингу можна і за типом послуг, що надаються. Забезпечення закусками або гарячими стравами транспортних компаній, що надають послугу харчування пасажирів у поїздах, суднах або в авіаційному транспорті.

Кейтеринг в офісах для організації харчування співробітників компанії передбачає довгострокову співпрацю та доставку готових страв у одноразовій упаковці.

Крім класичних варіантів кейтерингу та виїзного обслуговування варто виділити, як окремі види кілька варіантів послуг. До них належать насамперед дитячі свята, що проводяться на свіжому повітрі або в розважальних центрах із частуванням. Замовлення доставки кальяну разом із закусками для компаній також набирає популярності за рахунок зручності та можливості весело провести час із друзями без турбот з приготування закусок.

## 1.2. Особливості організації кейтерингу у ресторанній сфері: технології та методи

За останні роки спостерігається значне зростання кейтерингових послуг у ресторанному бізнесі. Для ефективного управління та оптимізації кейтерингових операцій, розуміння унікальних особливостей організації кейтерингу, а також використовуваних технологій і методів має вирішальне значення, табл.1.2.

Таблиця 1.2.

### Технології та методи організації кейтерингу

|                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Розробка меню</i>                         | Меню кейтерингу суттєво відрізняється від ресторанного, зазвичай вони пропонують ширший вибір варіантів для задоволення різноманітних дієтичних потреб, уподобань та тематики заходів. Така гнучкість необхідна для обслуговування широкого кола клієнтів.                                                                                                  |
| <i>Управління запасами та масштабування</i>  | Кейтерингова діяльність вимагає ефективного управління запасами, точно прогнозувати попит на конкретні інгредієнти, виходячи з розміру заходу, вибору меню та сезонності. Підприємства громадського харчування повинні мати можливість регулювати рівень запасів і виробничі процеси, щоб задовольнити мінливий попит без шкоди для якості та ефективності. |
| <i>Виробництво та контроль якості</i>        | Підприємства громадського харчування часто працюють за межами офісу, що вимагає ретельного планування виробництва та контролю якості. Підтримка стабільної якості продуктів харчування та дотримання правил безпеки має першорядне значення.                                                                                                                |
| <i>Логістика та доставка</i>                 | Логістика доставки є ключовим компонентом успішної роботи кейтерингу. Рефрижератори, ізольовані контейнери та надійні служби доставки відіграють вирішальну роль у підтримці безпечності та якості харчових продуктів.                                                                                                                                      |
| <i>Організація та обслуговування заходів</i> | Кейтеринговий персонал відіграє ключову роль у забезпеченні бездоганного проведення заходу, сюди входить встановлення столів, стільців, постільної білизни та декорацій відповідно до специфікацій клієнта. Крім того, кейтеринговий персонал може відповідати за презентацію страв, обслуговування та прибирання після заходу.                             |

Важливим також при організації кейтерингу правильно організований технологічний процес який включає:

– платформи онлайн-замовлень - які спрощують сам процес замовлення для клієнтів, дозволяючи їм переглядати меню, налаштовувати замовлення та зручно планувати доставку.

– програмне забезпечення для управління запасами - ці інструменти допомагають кейтеринговим компаніям відстежувати рівень запасів, оптимізувати процеси замовлення та мінімізувати відходи.

– програмне забезпечення для управління кейтерингом, тобто комплексні рішення надають функції для розробки меню, аналізу витрат, планування подій та комунікації з клієнтами, оптимізуючи внутрішні операції.

Отже, якщо ефективно використовуючи ці технології та методи, підприємства ресторанного господарства можуть досягти операційної ефективності, при цьому забезпечити високу якість страв і надати виняткове обслуговування клієнтів для успішної роботи кейтерингу.

Актуально на сьогодні також впровадження системи контролю якості та відстеження термінів придатності продуктів з використанням RFID-технологій, тобто для забезпечення високого рівня якості продуктів і послуг кейтерингових компаній варто впровадити систему контролю якості, рис. 1.1.

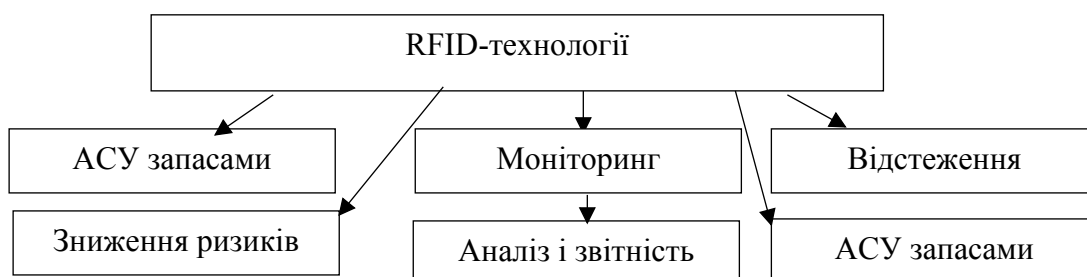


Рис. 1.1. Основні інструменти RFID-технологій

Радіочастотна ідентифікація (RFID) дозволяє автоматично ідентифікувати та відстежувати продукти через радіохвилі, тобто RFID-мітки прикріплюються до упаковок продуктів, що дозволяє стежити за їхнім переміщенням і терміном придатності в режимі реального часу.

Використання RFID-міток у поєднанні з програмним забезпеченням для управління запасами допомагає автоматизувати процеси контролю запасів, поповнення продуктів і вчасної заміни товарів, термін придатності яких спливає.

RFID-технології можна інтегрувати з датчиками температури і вологості, щоб забезпечити постійний контроль умов зберігання продуктів, це в свою чергу

гарантує, що всі продукти зберігаються відповідно до санітарних норм і стандартів якості.

RFID-мітки дозволяють відстежувати кожний етап ланцюга постачання продуктів від виробника до кінцевого споживача, тобто забезпечує прозорість і можливість швидкого реагування на будь-які порушення в ланцюзі постачання.

Також, впровадження RFID-технологій допомагає мінімізувати ризики, пов'язані з простроченими продуктами, неправильним зберіганням або несанкціонованим доступом до харчових продуктів, а це сприяє підвищенню довіри споживачів до кейтерингових послуг.

Система RFID забезпечує збирання даних про всі операції з продуктами, що дозволяє проводити детальний аналіз і створювати звіти про ефективність управління запасами, якість продуктів та їхній термін придатності [28].

Отже, впровадження таких технологій дозволяє кейтеринговим компаніям значно підвищити якість своїх послуг, забезпечити відповідність санітарним нормам і знизити витрати, пов'язані з управлінням запасами. Це, у свою чергу, сприяє підвищенню задоволеності клієнтів і конкурентоспроможності на ринку.

### 1.3. Переваги та недоліки існуючої системи кейтерингу в Україні

Впровадження кейтерингових послуг дає українським рестораторам можливість диверсифікувати свій бізнес, покращити фінансові показники та зміцнити свої позиції на ринку, основні переваги наведені в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3.

#### Основні переваги кейтерингу в ресторанному бізнесі

| Значення              | Характеристика                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Різноманіття</i>   | Широкий спектр кейтерингових компаній, що пропонують різні кухні, формати обслуговування та цінові категорії, тобто можливість замовити кейтеринг для будь-якого заходу, від невеликого фуршету до масштабного весілля. |
| <i>Доступність</i>    | Кейтерингові послуги доступні як для приватних осіб, так і для бізнесу.                                                                                                                                                 |
| <i>Зручність</i>      | Кейтерингові компанії беруть на себе всі турботи з організації харчування, що економить час і сили замовника.                                                                                                           |
| <i>Професіоналізм</i> | Більшість кейтерингових компаній мають досвід роботи з різними типами заходів і знають, як зробити свято незабутнім.                                                                                                    |

|                           |                                                                                                                                                                              |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Якість</i>             | Кейтерингові компанії використовують свіжі та якісні продукти, високий рівень приготування їжі та сервірування.                                                              |
| <i>Гнучкість</i>          | Кейтерингові компанії в Україні готові підлаштуватися під індивідуальні потреби та побажання, можливість змінювати меню, формат обслуговування та інші параметри замовлення. |
| <i>Додаткові послуги</i>  | Кейтерингові компанії можуть запропонувати додаткові послуги, такі як оренда посуду, меблів, декору, а також розважальні програми.                                           |
| <i>Цінова конкуренція</i> | На ринку кейтерингових послуг в Україні починає активно зростати висока конкуренція, що дозволяє замовникам знайти оптимальне співвідношення ціни та якості.                 |

Тобто, як бачимо кейтеринг дозволяє ресторанам швидко реагувати на сезонні попити та тимчасові можливості, такі як фестивалі, ярмарки та інші заходи. Це допомагає максимально використати пік попиту і підвищити прибутковість, а також експериментувати з новими меню та концепціями, що не завжди можливо в стаціонарному ресторані, що в свою чергу відкриває простір для творчості та інновацій.

Незважаючи на численні переваги, кейтеринговий бізнес стикається з певними викликами та недоліками, які можуть впливати на його ефективність та конкурентоспроможність та задоволеність клієнтів, а саме:

1. Висока вартість послуг, кейтеринг, особливо при замовленні повного спектру послуг, може бути значно дорожчим порівняно з традиційними ресторанными послугами, і це пов'язано з додатковими витратами на транспортування, оренду обладнання, оплату праці персоналу тощо.

2. Залежність від логістики, успіх кейтерингової компанії значною мірою залежить від ефективності логістичних процесів, тобто затримки в доставці, проблеми з транспортуванням чи неправильне планування можуть негативно вплинути на якість послуг та задоволеність клієнтів.

3. Обмеження в меню, під час кейтерингового обслуговування можливості кухні обмежені умовами транспортування та обладнанням на місці проведення заходу, що призводить до скорочення асортименту страв або змін у технології приготування, що впливає на смакові якості та презентацію страв.

4. Складнощі з дотриманням санітарних норм, забезпечення високого рівня санітарно-гігієнічного стану під час транспортування та обслуговування на

виїзді може бути складним завданням, оскільки недотримання санітарних норм може призвести до харчових отруєнь або інших проблем зі здоров'ям клієнтів.

5. Залежність від погодних умов, проведення заходів на відкритому повітрі завжди пов'язане з ризиками, пов'язаними з погодними умовами. Дощ, сильний вітер або надмірна спека можуть негативно вплинути на якість обслуговування та настроїв гостей.

6. Організаційні виклики, організація кейтерингового заходу вимагає ретельного планування та координації багатьох аспектів: розташування, декорування, обслуговування, технічного забезпечення тощо. Помилки в організації можуть призвести до невдоволення клієнтів та втрати репутації компанії.

7. Ризики з постачанням продуктів, використання свіжих продуктів у кейтерингу є важливим аспектом, однак ризики, пов'язані з постачанням, можуть бути високими. Затримки або проблеми з постачанням можуть негативно вплинути на якість страв.

8. Обмежена можливість персоналізації, хоча кейтеринг надає можливості для індивідуальних замовлень, персоналізація послуг може бути обмеженою через стандартизовані процеси та обмеження в меню.

9. Високий рівень конкуренції, оскільки зростання популярності кейтерингових послуг призвело до високої конкуренції на ринку, і це ускладнює залучення нових клієнтів та утримання існуючих, особливо для нових або менш відомих компаній.

10. Проблеми з управлінням персоналом, тобто забезпечення високої якості обслуговування потребує професійного та досвідченого персоналу. Втрати або нестача кваліфікованих працівників можуть вплинути на якість послуг та репутацію компанії.

Для успішного подолання цих недоліків компаніям необхідно ретельно планувати свою діяльність, впроваджувати сучасні технології управління та контролю якості, а також постійно вдосконалювати свої послуги відповідно до потреб клієнтів.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ КЕЙТЕРИНГУ**

### **2.1. Аналіз сучасного стану кейтерингового ринку в Україні**

Ринок громадського харчування в Україні переживає період динамічного зростання, зумовленого збігом соціальних та економічних факторів. Як лідер індустрії гостинності, я усвідомлюю зростаючий попит на зручні та якісні послуги харчування за межами традиційних ресторанних закладів. Для того, щоб зрозуміти і орієнтуватися в цьому мінливому ландшафті, необхідно більш детально розглянути поточний стан, конкурентне середовище і нові тенденції.

Згідно зі звітом Асоціації підприємств громадського харчування України за 2023 рік [9], обсяг ринку сягнув 1,5 мільярда доларів США, з прогнозованим щорічним темпом зростання на рівні 7-10% у найближчі роки. Це зростання пояснюється кількома ключовими факторами:

1. Швидка урбанізація та все більш напружений спосіб життя призводять до зменшення кількості домашніх страв та зростання попиту на зручні варіанти харчування [10]. Кейтерингові послуги задовольняють цю потребу, пропонуючи готові страви для різних випадків, від корпоративних обідів до соціальних зустрічей.

2. Зі збільшенням наявного доходу споживачі готові витратити більше на враження та зручність, у тому числі на послуги громадського харчування [11]. Ця тенденція дає можливість кейтеринговим компаніям пропонувати преміум-опції та персоналізовані послуги.

3. Сучасні споживачі більше піклуються про своє здоров'я та мають різноманітні дієтичні потреби, а кейтерингові компанії адаптуються до цього, пропонуючи ширший вибір здорових, органічних та неалергенних продуктів.

Однак на українському ринку громадського харчування існують і виклики. Інтенсивна конкуренція, особливо у великих містах, може призвести до цінового тиску та ерозії маржі. Крім того, коливання цін на продукти харчування та

триваючий конфлікт створюють логістичну та економічну невизначеність для підприємств громадського харчування [5].

Окрім згаданих вище факторів, український ринок громадського харчування має деякі унікальні характеристики. Ринок сегментований на різні типи кейтерингу, кожен з яких має власні драйвери зростання. Корпоративний кейтеринг залишається домінуючим, що підживлюється зростанням кількості коворкінгів та зростаючою увагою до добробуту працівників [12]. Соціальний кейтеринг, що охоплює весілля, дні народження та випускні вечори, також переживає стабільне зростання. Такі послуги, як доставка готових страв та здорового харчування, приваблюють лояльну клієнтську базу, особливо в містах, де велика кількість населення піклується про здоров'я [13].

Існують значні відмінності між великими містами, такими як Київ, Львів та Одеса, і меншими містами та сільською місцевістю. Міські центри можуть похвалитися вищою концентрацією підприємств громадського харчування та більш різноманітним асортиментом пропозицій. На противагу цьому, сільська місцевість може мати обмежений вибір закладів харчування, що створює можливість для підприємців обслуговувати місцеві заходи та святкування.

Також значний вплив мають технології. Технології змінюють ландшафт громадського харчування в Україні. Платформи онлайн-замовлень, такі як Raketa та Syndicate.ua, спрощують процес замовлення для клієнтів [14]. Крім того, маркетинг у соціальних мережах дозволяє кейтеринговим компаніям демонструвати свої пропозиції, взаємодіяти з потенційними клієнтами та підвищувати впізнаваність бренду.

Незважаючи на позитивні перспективи, український ринок громадського харчування стикається зі значними проблемами. Конфлікт, що триває, створив економічну невизначеність і логістичні труднощі, що вплинули на ланцюги поставок і вартість продуктів харчування [15]. Крім того, приплив внутрішньо переміщених осіб створив навантаження на ресурси та інфраструктуру, що може опосередковано вплинути на сферу громадського харчування.

Незважаючи на виклики, український ринок громадського харчування демонструє стійкість та адаптацію. Підприємства, які можуть орієнтуватися в мінливому ландшафті, впроваджувати інноваційні тенденції та задовольняти різноманітні потреби споживачів, мають хороші шанси на успіх.

Кейтерингові компанії все більше зосереджуються на персоналізації, пропонуючи персоналізовані меню, які відповідають конкретним дієтичним потребам, уподобанням та тематиці заходу [16]. Ця тенденція дозволяє кейтеринговим компаніям виділитися серед конкурентів і створити більш незабутній досвід для клієнтів.

Технології відіграють дедалі більшу роль в індустрії громадського харчування. Платформи онлайн-замовлень, мобільні додатки та інструменти маркетингу в соціальних мережах спрощують операції, підвищують рівень залучення клієнтів та покращують комунікацію. Технології революціонізують роботу кейтерингових компаній. Платформи для онлайн-замовлень і мобільні додатки дозволяють клієнтам легко переглядати меню, кастомізувати замовлення і планувати доставку. Крім того, програмне забезпечення для управління кейтерингом допомагає впорядкувати внутрішні операції, управляти запасами та оптимізувати логістику [19].

Конкурентне середовище в ресторанному бізнесі динамічне та багатогранне, а саме:

- зручність залишається головним пріоритетом для клієнтів. Підприємства громадського харчування зосереджуються на ефективних системах доставки, пропонуючи гнучкі варіанти самовивозу та співпрацюючи з агрегаторами доставки, такими як Glovo або Uber Eats, щоб охопити ширшу аудиторію [20]. Крім того, поява «кухонь-привидів» – ресторанів, орієнтованих виключно на доставку та винос - впливає на кейтеринг, пропонуючи конкурентоспроможні ціни та ширше розмаїття кухонь для виїзних заходів.

- споживачі все більше вимагають прозорості у виборі продуктів харчування. Це означає, що вони прагнуть отримати інформацію про методи пошуку постачальників, інгредієнти та вплив кейтерингових послуг на

навколишнє середовище. Кейтерингові компанії можуть побудувати довіру, підкреслюючи свою відданість місцевим, сезонним інгредієнтам, стійким пакувальним матеріалам та відповідальним практикам поводження з відходами[21].

– кейтерингові компанії виходять за рамки традиційного меню, щоб задовольнити ширший спектр дієтичних обмежень та вподобань. Сюди входить пропозиція веганських, вегетаріанських, безглютенових та безалергенних страв. Крім того, кейтерингові компанії можуть задовольнити конкретні цілі щодо здоров'я, пропонуючи страви з низьким вмістом вуглеводів, кето- або палео-орієнтовані страви [22].

– в умовах зростаючої конкуренції кейтерингові компанії зосереджуються на створенні унікальних і незабутніх вражень для своїх клієнтів. Це може включати в себе пропозицію інтерактивних харчових станцій, таких як суші-бари або карвінг-станції, тематичні прикраси та сервірування столів, або ж надання розважальних послуг наживо [23]. Платформи соціальних мереж, такі як Instagram та Facebook, можна використовувати для демонстрації цього досвіду та підвищення популярності бренду.

Відбувається зростання нішевого кейтерингу:

1. Розкішний кейтеринг – обслуговування елітних заходів, весіль та корпоративних зустрічей, цей сегмент фокусується на інгредієнтах преміум-класу, винятковій презентації та персоналізованому обслуговуванні.

2. Тематичний кейтеринг – кейтерингові компанії спеціалізуються на певних кухнях або темах, таких як кейтеринг етнічної кухні, стійкий кейтеринг від ферми до столу або доставка здорових ланч-боксів для корпоративних заходів.

3. Дієтичне харчування – підприємства кейтерингу задовольняють потреби веганів, вегетаріанців, кето- та інших дієтологів, пропонуючи заздалегідь розроблені меню або індивідуальні варіанти.

Станом на 2023 рік, в Україні існує безліч компаній які надають кейтерингові послуги, в таблиці 2.1. наведені найпопулярніші серед замовників компанії, табл. 2.1.

Таблиця 2.1.

Аналіз ринку лідерів кейтерингових компаній України, і види послуг, які вони надають станом на 2023 рік [37-40]

| Кейтерингова компанія | Сайт                                                                                                                                                      | Формат обслуговування                                                                                                                                  | Переваги                                                                                                                | Ключові аспекти                 |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| DZYGA, м. Київ        | <a href="https://dzyga-catering.com.ua/ua/stati/vesilnij-sezon-2023/">https://dzyga-catering.com.ua/ua/stati/vesilnij-sezon-2023/</a>                     | Організація весіль і бенкетів, весільні сценарії, організація виїзного фуршету, анімаційні послуги, кава пауза, BBQ кейтеринг                          | Ексклюзивне меню, створене на замовлення, інтерактивне харчування, спеціальні бонуси для клієнта, швидкість організації | Професійний весільний кейтеринг |
| Фігаро, м. Київ       | <a href="https://applecons.com.ua/ua/kejt-eryngova-kompaniya-figaro-kejtering/">https://applecons.com.ua/ua/kejt-eryngova-kompaniya-figaro-kejtering/</a> | Обслуговування фуршетів, бенкетів, шведських столів, коктейлів та кава-пауз на корпоративних, освітніх, державних, PR-заходах і приватних урочистостях | 10 оригінальних колекцій накриття та 20 анімаційних станцій, створених в #FigaroCreativeLab                             | Подієвий кейтеринг              |

Продовження табл. 2.1.

|                             |                                                                         |                                                                     |                                                                                        |                          |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| LaFamigliaCatering, м. Київ | <a href="https://lfc.com.ua/#contacts">https://lfc.com.ua/#contacts</a> | Корпоративне харчування, приватні заходи, освітні заходи, PR заходи | Різноманітність кухонь: італійська, кавказька, середземноморська, японська, українська | VIP кейтеринг            |
| Дефіляда, м. Львів          | <a href="https://defilada.com.ua/">https://defilada.com.ua/</a>         | Фуршет, Банкет, Кава-брейк, Пікнік-барбекю, Фреш-бар, Кенді-бар     | Здорова їжа, еко стиль                                                                 | Організація дитячих свят |
| Знак якості, м. Київ        | <a href="https://znakyakosti.com/">https://znakyakosti.com/</a>         | Фуршет, Банкет, Кава-брейк, Пікнік-барбекю, Фреш-бар,               | Власне виробництво                                                                     | Подієвий кейтеринг       |

Отже, здійснивши аналіз кейтерингових компаній, нами було сформовано, найбільш популярні формати обслуговування, які представлені на рис. 2.1.

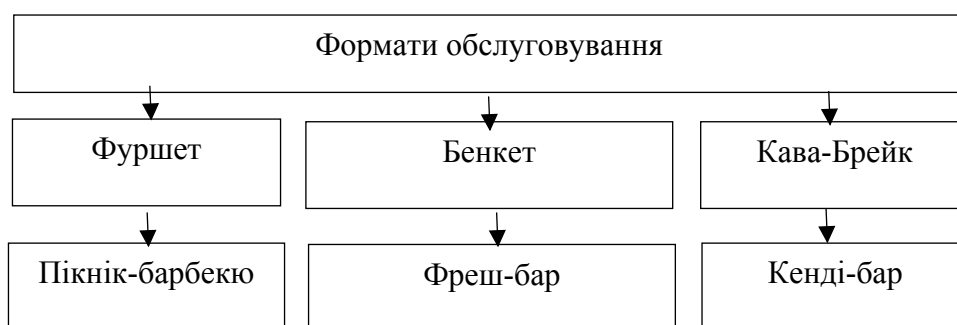


Рис. 2.1. Кейтеринг, основні формати обслуговування

Через військовий стан та економічну кризу ресторанний бізнес зазнає значних трансформацій, обумовлених не лише жорсткими умовами виживання, але й постійними змінами. Тому для якісної організації заходів необхідно детально аналізувати тренди, що дозволяють створити продуктивну атмосферу під час організації кейтерингу. Це передбачає внесення змін у свою діяльність,

вдосконалення організаційних процесів, контроль за продукцією, її якістю і харчовою цінністю, підвищення рівня обслуговування, залучення нових та утримання постійних гостей, а також пошук найперспективніших сегментів для задоволення зростаючих потреб споживачів.

Отже, можна стверджувати, що в сучасних умовах ресторанний бізнес функціонує в контексті складних політичних та соціально-економічних реалій. Спостерігається постійне зростання конкуренції, що спонукає підприємства впроваджувати новітні технології та інновації у виробничу діяльність та кейтерингові послуги.

Сучасна кейтерингова індустрія переживає динамічний розвиток, виходячи за межі традиційних форматів і пропонуючи ексклюзивні послуги, що відповідають високим вимогам вибагливих гостей. Готельно-ресторанний комплекс «Рестпарк», що знаходиться у с. Струмівка Волинської обл., маючи багаторічний досвід у сфері гостинності, займає лідируючі позиції в цьому сегменті, пропонуючи комплексний спектр кейтерингових послуг, що гарантують бездоганне обслуговування, вишукані кулінарні страви та незабутні враження від будь-якої події.

Найчастіше кейтеринг від «Рестпарку» замовляють для банкетів, презентацій, кава-брейків. Для вечірок в стилі «барбекю» у «Рестпарку» є мангали та спеціально замовлені столики та крісла. А для бізнесових зустрічей чи форумів ідеальним варіантом стане фуршет з канапками, кавою та коктейлями[5].

«Рестпарк» має великий досвід в організації та обслуговуванні як невеликих заходів на 15-20 осіб, так і досить широкомасштабних святкувань на 650 осіб.



Рис. 2.1., 2.2. Організація кейтерингу в ресторані «Рестпарк»

У ресторані «Сулі Гулі» вже декілька років кейтеринг є неодмінною складовою ресторанного життя. Вони організовують виїзне обслуговування різнопланових заходів, таких як: корпоративні заходи, приватні вечірки, весільні церемонії [29]. Ресторан пропонує широкий вибір страв грузинської кухні та окреме бенкетне меню, враховуючи будь-які смакові вподобання. Також гості можуть створювати індивідуальні комбінації страв, що відповідають їхнім потребам та тематиці заходу. Команда «Сулі Гулі» уважно ставиться до кожного гостя, співпрацюючи з ним для створення ідеального кейтерингового меню, що відповідає бюджету, тематиці та побажанням заходу. Частіше «Сулі Гулі» обслуговують виїзні заходи на невелику кількість гостей – 30-50 осіб.



Рис. 2.3., 2.4. Організація кейтерингу в «Сулі Гулі»

Кейтеринг набуває все більшої популярності в Україні, і ресторан «Гості», який розташований у с. Брище Волинської обл., пропонує зручне та елегантне рішення для організації будь-якої події. Заклад пропонує широкий спектр кейтерингових послуг, що робить його чудовим вибором для святкування весілля, ювілеїв, корпоративних заходів та інших знаменних дат.

Ресторан «Гості» пропонує широкий вибір страв української та європейської кухні, що задовольнить будь-які смаки. Досвідчений персонал ресторану подбає про всі аспекти кейтерингу, від приготування їжі та сервірування до прибирання та координації роботи.

В ресторані «Гості» велику увагу приділяють саме вишуканості. Тому у них великий спектр додаткових послуг, наприклад як оренда текстилю, посуду, меблів, звукового та світлового обладнання, розваги (музика, ведучий), фото- та відеозйомка.

## **2.2. Інноваційні стратегії розвитку кейтерингового бізнесу**

У сучасному світі, що характеризується швидкими змінами та невизначеністю, інновації відіграють ключову роль у розвитку бізнесу. Це особливо актуально для кейтерингової індустрії, яка зазнає впливу різних факторів, включаючи економічні кризи, воєнні конфлікти та зміни в споживчих уподобаннях. У зв'язку з цим, компанії змушені шукати нові підходи та стратегії для забезпечення свого сталого розвитку і конкурентоспроможності.

Кейтеринговий бізнес стикається з унікальними викликами, такими як необхідність постійного вдосконалення послуг, підтримання високого рівня якості продукції, а також забезпечення гнучкості та адаптивності до швидкоплинних умов ринку. Впровадження інноваційних стратегій дозволить не лише вирішувати ці проблеми, але й відкривати нові можливості для зростання і розвитку, інновації в свою чергу, у кейтеринговому бізнесі зможуть включати застосування нових технологій, розробку унікальних пропозицій для

клієнтів, удосконалення логістичних процесів та впровадження екологічно чистих рішень.

Таким чином, дослідження та впровадження інноваційних стратегій є ключовими аспектами для успішного функціонування та розвитку кейтерингових компаній. У цьому контексті, вважаємо за потрібне проаналізувати сучасні інноваційні підходи у кейтеринговому бізнесі та виявити найефективніші стратегії, що сприятимуть розвитку кейтерингу в умовах постійних змін.

На сьогодні актуальні інноваційні стратегії розвитку кейтерингового бізнесу, рис. 2.2.

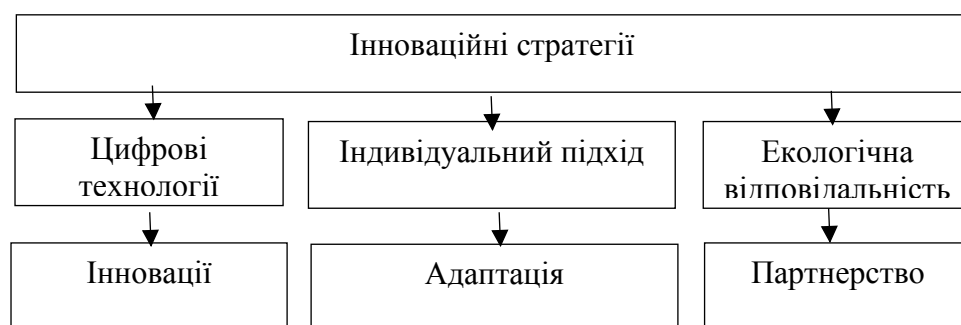


Рис. 2.2. Стратегії розвитку кейтерингового бізнесу

Впровадження цифрових технологій, тобто онлайн платформи та мобільні додатки:

- створення власного мобільного додатку або вебсайту для прийому замовлень, управління клієнтськими запитами та спрощення процесу бронювання, що в свою чергу дозволяє зменшити витрати на персонал і підвищити зручність для клієнтів.

- автоматизація процесів, тобто використання програмного забезпечення для управління запасами, планування подій та обліку фінансів – підвищення ефективності та зниження ризику людських помилок.

Звіт Національної ресторанної асоціації за 2023 рік показав, що 68% рестораних операторів планують інвестувати в системи онлайн-замовлень

протягом наступного року [30]. Крім того, інтеграція з програмним забезпеченням для організації заходів спрощує логістику та управління запасами. Такі програмні рішення, як Cvent [31] та Eventbrite [32], можуть впорядкувати комунікацію з організаторами заходів та забезпечити безперебійне виконання.

Крім того, кейтерингові компанії можуть використовувати соціальні медіа-платформи, такі як Instagram та Pinterest, щоб продемонструвати свою кулінарну майстерність та унікальні пропозиції. Інтерактивні опитування та дослідження можуть надати цінну інформацію про вподобання клієнтів, що допоможе створити трендові та тематичні меню. Дослідження Socialbakers [33] показало, що 80% користувачів Instagram стежать принаймні за одним бізнесом, що підкреслює ефективність платформи для охоплення потенційних клієнтів.

Персоналізація та індивідуальний підхід:

- аналіз даних клієнтів через використання CRM-систем для збору та аналізу інформації про клієнтів, їх уподобання та історію замовлень, що дозволяє пропонувати персоналізовані послуги та підвищувати рівень задоволеності клієнтів.

- індивідуальні меню створених на основі дієтичних уподобань та харчових алергій клієнтів, тобто включення веганських, безглютенових або низько вуглеводних страв.

Впровадження стратегій зменшення харчових відходів, таких як партнерство з продовольчими банками або компостування залишків інгредієнтів, ще більше зміцнює екологічний імідж компанії. Рада зі сталого бізнесу Ради з питань зеленого будівництва США пропонує цінні ресурси та рекомендації для підприємств, які прагнуть впроваджувати сталі практики [35].

Екологічна відповідальність:

- використання екологічно чистих продуктів, тобто перевага місцевих і органічних продуктів, що сприяє підтримці місцевих виробників і зменшує вуглецевий слід.

– зменшення відходів, через впровадження програм для мінімізації харчових відходів, наприклад, переробка залишків їжі або передача їх на благодійність.

Екологічна свідомість є зростаючою тенденцією, і підприємства громадського харчування можуть скористатися цим, впроваджуючи сталі практики. Використання сезонних інгредієнтів, вирощених на місцевому рівні, мінімізує вуглецевий слід і гарантує найсвіжіші смаки. Біорозкладні пакувальні матеріали, такі як бамбукові тарілки та контейнери, що піддаються компостуванню, демонструють прихильність до екологічної відповідальності, резонуючи з еко-свідомими клієнтами. У звіті *International Journal of Hospitality Management* за 2020 рік підкреслюється зростаюча важливість сталих практик в індустрії громадського харчування [34].

Інновації (в сервісі та обслуговуванні):

– інтерактивні події, тобто пропозиція інтерактивних кулінарних майстер-класів або шоу-кухонь, де клієнти можуть брати участь у приготуванні страв.

– віртуальні заходи через організацію онлайн-заходів з доставкою готових страв до учасників, тобто це може бути зручним рішенням для корпоративних клієнтів або під час карантинних обмежень.

Адаптація (гнучкість) до сучасних змін:

– здатність швидко реагувати на ринкові зміни, до прикладу, попит на здорове харчування або зростаючий інтерес до етнічної кухні;

– розширення асортименту послуг, пропозиція додаткових послуг, таких як оренда посуду, оформлення заходів або доставка готових страв.

Партнерство та співпраця:

– колаборації з іншими бізнесами, співпраця з місцевими ресторанами, фермерами або виробниками напоїв для створення ексклюзивних пропозицій.

– взаємодія з впливовими особами, через залучення фуд-блогерів або відомих шеф-кухарів для просування послуг кейтерингової компанії.

Отже, вважаємо, що інноваційні стратегії є ключовими для успішного розвитку кейтерингового бізнесу, оскільки дозволяють не лише підвищити

ефективність і прибутковість, але й забезпечити високу якість обслуговування та задоволення клієнтів. Використовуючи сучасні технології, персоналізований підхід, екологічну відповідальність та гнучкість у реагуванні на зміни ринку, кейтерингові компанії та заклади ресторанного господарства зможуть зміцнити свої позиції та забезпечити стабільний ріст у конкурентному середовищі на сьогодні.

### **РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «СУЛІ ГУЛІ»**

#### **3.1. Основні аспекти діяльності ресторану «Сулі –Гулі»**

Кейтеринг – це динамічно зростаючий сегмент ресторанного бізнесу, який пропонує зручні та якісні послуги з харчування для різноманітних заходів. Ресторан «Сулі Гулі» у місті Луцьк є одним із закладів, пропонуючи широкий спектр кейтерингових послуг за доступним бюджетом та будь-якої події.

Ресторан «Сулі Гулі» чітко визначив свою цільову аудиторію, яка включає як приватних осіб, так і корпоративних клієнтів, це дозволяє їм розробляти маркетингові кампанії, які відповідають потребам та очікуванням кожної групи.

На сьогодні ресторан «Сулі Гулі» пропонує широкий спектр кейтерингових послуг, які відповідають різноманітним потребам та бюджетам, їх унікальна пропозиція включає:

- свіжі та якісні інгредієнти – локальні та сезонні продукти, тобто заклад «Сулі Гулі» надає перевагу використанню свіжих, сезонних продуктів, вирощених на місцевому рівні, що гарантує не лише найкращий смак та поживну цінність, але й підтримує місцевих фермерів та екосистему.

- співпраця з надійними постачальниками, що включає імпорт спецій, трав та інших інгредієнтів з Грузії, для автентичності страв, при цьому заклад дотримується високих стандартів якості.

- широкий вибір вин, українські та грузинські вина, винні експерти допомагають при замовленні та виборі вина, які відповідають смакам гостя та бюджету, а також тематиці обраного заходу.

- різноманітне меню, що включає вибір страв таких як: холодні закуски, десерти, основні страви, хачапурі та піца, перші страви, меню пекарня, хінкалі, рис. 3.1.

ПОПУЛЯРНЕ

САЛАТИ ТА ХОЛОДНІ  
ЗАКУСКИ

ХІНКАЛІ

ХАЧАПУРІ ТА ПІЦА

ПЕРШІ СТРАВИ

ОСНОВНІ СТРАВИ

ГАРНІРИ ТА СОУСИ

ДЕСЕРТИ

БЕЗ АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ

АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ

МЕНЮ ПЕКАРНІ



Популярне



Рис. 3.1. Меню ресторану «Сулі-Гулі»

До популярних страв відносять хінкалі, кури-ківі, хінкалі з сиром та шпинатом, грузинський по-домашньому з йогуртово-горіховим соусом, хачапурі по аджарські, хачапурі по ментгrelьські, чихіртма, харчо, люля кебаб, шашлик зі свинини, еларджи, ткемалі, шоті, рис. 3.2.



Рис. 3.2. Популярні страви ресторану «Сулі-Гулі»

Як бачимо, «Сулі Гулі» пропонує широкий вибір страв, щоб задовольнити будь-який смак та дієтичні обмеження гостя, меню включає як традиційні

грузинські страви, так і сучасні інтерпретації. Заклад регулярно оновлює своє меню, щоб включити сезонні інгредієнти та нові страви, також можливе персоналізоване меню, яке відповідає конкретним потребам та побажанням гостя. Це може включати створення страв з урахуванням харчової алергії, дієтичних обмежень або тематики заходу.

В закладі працює досвідчений персонал, який забезпечує бездоганне обслуговування для гостей, офіціанти, бармени та кухарі пройшли навчання, щоб надати найвищий рівень обслуговування.

Ресторан використовує широкий спектр маркетингових каналів для охоплення своєї цільової аудиторії, включаючи: веб-сайт та соціальні мережі, реклама у місцевих ЗМІ, участь у заходах та фестивалях, робота з партнерами.

В закладі також можлива програма лояльності та спеціальні пропозиції, тобто постійні гості отримують спеціальну бонусну карту.

Керівництво ресторану регулярно відстежує та аналізує результати своїх маркетингових зусиль, щоб вносити необхідні корективи та оптимізувати свої кампанії.

*Логотип ресторану* – це стилізоване зображення хачапурі, яке відносять до однієї з національних грузинських страв, який символізує пристрасть ресторану до їжі, рис. 3.3.



Рис. 3.3. Логотип ресторану

*Візуальний стиль* ресторану заснований на використанні яскравих кольорів та автентичності, які відображають енергійну та гостинну атмосферу Грузії.

*Цінності бренду* ресторану включають: якість, надійність, задоволення гостей, командна робота, сучасні інновації.

### 3.2. Пропозиції та шляхи удосконалення кейтерингового обслуговування на прикладі ресторану «Сулі Гулі»

Підприємство ресторанного господарства «Сулі Гулі» обслуговує досить різноманітний контингент відвідувачів. На офіційному сайті можна оформити замовлення на будь який вибір споживача, здійснити оплату як зручно замовнику, рис. 3.4.

Сулі Гулі Доставка грузинської їжі у Луцьку

← Повернутись в меню

## Оформлення замовлення

**Особиста інформація**

Ім'я\* Телефон\*

Email

**Бажаний час доставки**

☒ Якнайшвидше 35-45 хв

☐ На певний час

Сьогодні 17:00

**Куди везти?**

Вулиця\* Будинок\*

Під'їзд Код Поверх Квартира

**Як вам зручніше оплатити?**

Онлайн оплата з'явиться згодом. А поки ви зможете розрахуватись картою при отриманні або ж стандартно — готівкою.

☒ Картою

☐ Готівкою

**Примітки до замовлення**

Наприклад, додайте ще 2 комплекта приборів

Рис. 3.5. Оформлення замовлення

Ресторан «Сулі Гулі» протягом багатьох років успішно надає кейтерингові послуги, але, як і будь-який бізнес, має потенціал для вдосконалення.

Маркетинг і брендинг відіграють вирішальну роль у розвитку кейтерингових послуг, допомагаючи компаніям та ресторанам виділятися на конкурентному ринку, залучати нових клієнтів і утримувати існуючих. Успішний маркетинг і потужний бренд сьогодні створюють сильний емоційний зв'язок із клієнтами, що в свою чергу сприяє зростанню лояльності та позитивного іміджу компанії, тому вважаємо, що ресторану «Сулі-Гулі» потрібні ефективні маркетингові стратегії для кейтерингових послуг включають

різноманітні тактики, спрямовані на залучення уваги цільової аудиторії, які представлені на рис. 3.4.

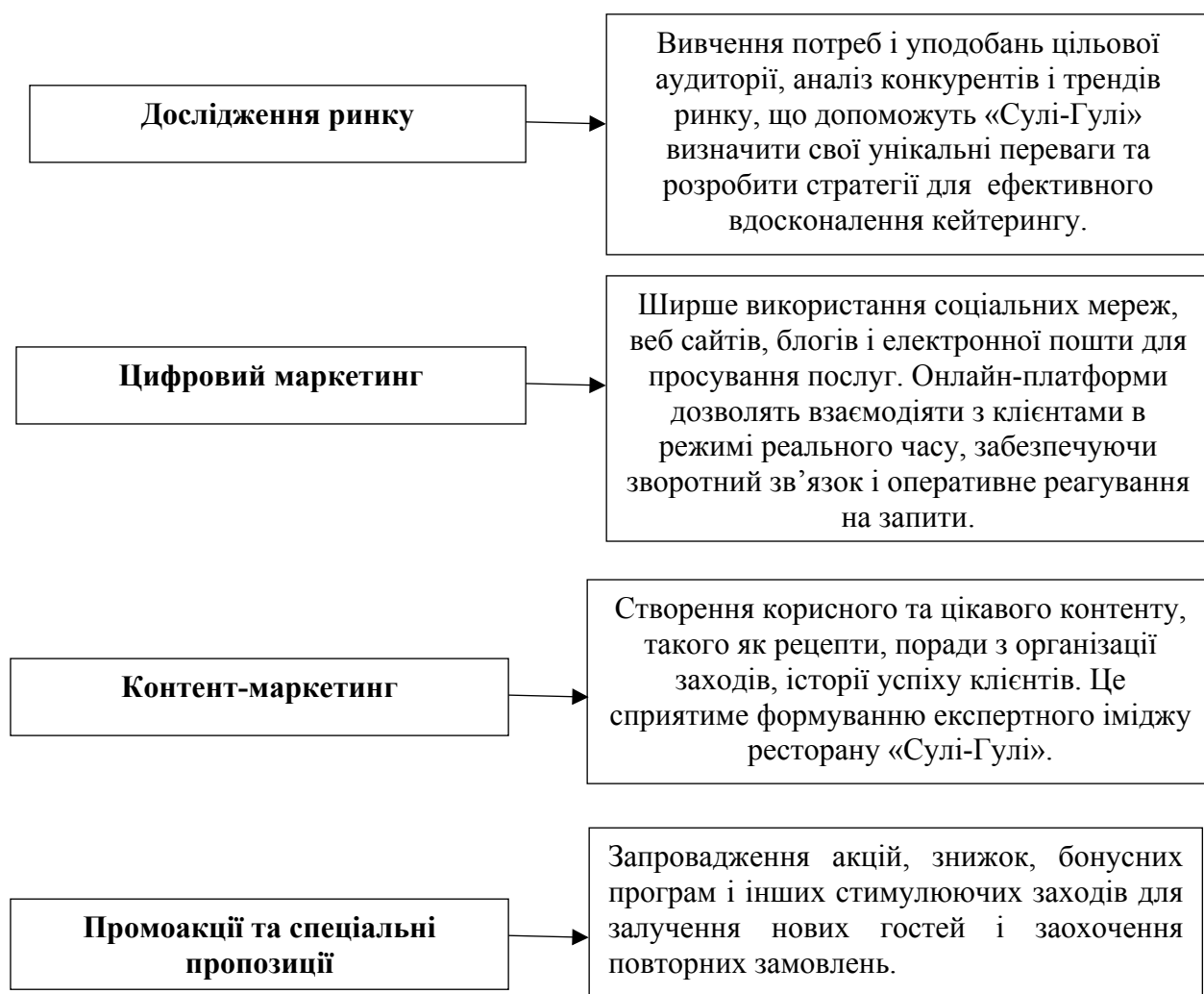


Рис. 3.6. Основні елементи сучасного маркетингу

Кейтеринговий бізнес стикається з численними викликами, що вимагають постійного вдосконалення для забезпечення конкурентоспроможності та задоволення потреб клієнтів. Вважаємо, що ресторану «Сулі-Гулі» потрібно насамперед оптимізувати впровадження новітніх технологій та автоматизацію внутрішніх процесів, табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

**Основні напрямки та шляхи удосконалення кейтерингового  
обслуговування для ресторану «Сулі – Гулі»**

|                                         |                                     |                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Впровадження нових технологій           | Автоматизація процесів              | Використання спеціалізованого програмного забезпечення для управління замовленнями, логістикою, інвентарем та бухгалтерією, що дозволить знизити операційні витрати та підвищити ефективність роботи.   |
|                                         | Онлайн-платформи                    | Розробка мобільних додатків та удосконалення веб сайту для прийому замовлень, відгуків гостей і взаємодії з ними у режимі реального часу, і це покращить обслуговування та підвищить лояльність гостей. |
| Оптимізація внутрішніх процесів         | Поліпшення логістики                | Впровадження ефективних логістичних рішень для забезпечення своєчасної доставки продуктів і обладнання, що допоможе уникнути затримок і забезпечити високий рівень обслуговування.                      |
|                                         | Контроль якості                     | Створення систем контролю якості на всіх етапах виробництва та обслуговування, включаючи регулярні перевірки та навчання персоналу.                                                                     |
| Підвищення якості обслуговування        | Персоналізація послуг               | Надання індивідуалізованих рішень для кожного клієнта, включаючи розробку унікальних меню та організацію заходів, що відповідатимуть специфічним побажанням гостя.                                      |
|                                         | Підготовка персоналу                | Регулярне навчання та підвищення кваліфікації співробітників для забезпечення високого рівня обслуговування і професіоналізму.                                                                          |
| Підвищення екологічної відповідальності | Використання екологічних матеріалів | Перехід на екологічно чисті пакувальні матеріали та посуд, що сприятиме зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище.                                                                          |
|                                         | Мінімізація харчових відходів       | Впровадження стратегій зменшення харчових відходів, таких як донорство залишків їжі та компостування.                                                                                                   |
| Маркетингові стратегії                  | Просування бренду                   | Розробка ефективних маркетингових кампаній для підвищення впізнаваності бренду.                                                                                                                         |
|                                         | Соціальні медіа                     | Активне використання соціальних мереж для взаємодії з клієнтами, публікації відгуків та просування спеціальних пропозицій.                                                                              |
| Розширення асортименту послуг           | Розробка нових продуктів            | Введення нових страв та напоїв, що відповідатимуть сучасним тенденціям та вподобанням гостя.                                                                                                            |
|                                         | Комплексні пропозиції               | Створення комплексних пакетів послуг, що включають оренду обладнання, декорування та інші елементи організації заходів.                                                                                 |
| Зворотний зв'язок з гостями             | Регулярне опитування                | Проведення опитувань серед гостей для отримання зворотного зв'язку щодо якості послуг і виявлення можливих напрямків для покращення.                                                                    |
|                                         | Аналіз відгуків                     | Аналіз відгуків і пропозицій гостей для постійного вдосконалення послуг і підвищення задоволеності замовників.                                                                                          |

Як показують дослідження, удосконалення кейтерингових послуг вимагає постійного систематичного підходу і готовності до змін. Вважаємо, що впровадження та вдосконалення цих пропозицій допоможе ресторану «Сулі-Гулі» підвищити ефективність роботи, задовольнити потреби гостей та забезпечить стійке зростання в умовах конкурентного ринку.

Також, дуже важливо і на перспективу використати для ресторану «Сулі-Гулі» одну з новітніх технологій, як гастро-меппінг (gastro mapping), картографування столів (table mapping), 3D-меппінг (3D mapping), науковці вважають термін гастро-меппінг є найбільш прийнятним, оскільки, саме цей термін найбільш точно передає суть технології.

У цьому контексті важливо розглянути не лише стандартні аспекти кулінарного мистецтва, а й специфіку організації подій різного масштабу. Пропонуючи унікальні та інноваційні підходи до кейтерингового обслуговування, ресторан «Сулі-Гулі» може створити неперевершені враження для клієнтів та стати популярним місцем для проведення подій будь-якого формату, див рис. 3.1.

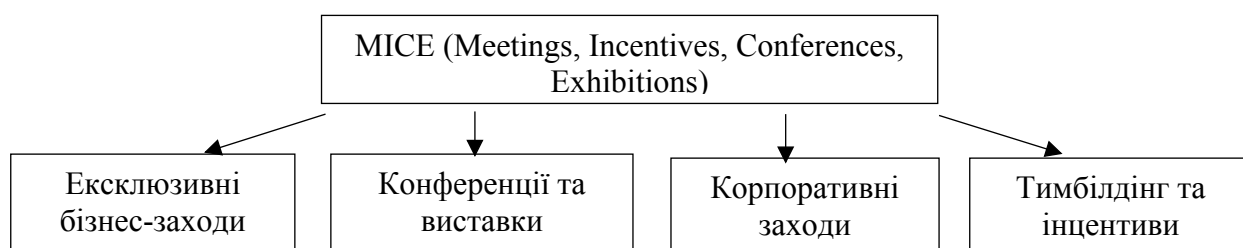


Рис. 3.7. Формати проведення кейтерингу для MICE індустрії

Гастро-меппінг включає проекцію 3D-зображень на стіл, що є прикладом використання технології доповненої реальності в кейтеринговому обслуговуванні заходів MICE. Доповнена реальність (augmented reality, AR) – це інтерактивний метод візуалізації цифрової інформації в контексті фізичного середовища. Завдяки відповідному обладнанню, технологія доповненої реальності дозволяє візуалізувати неіснуючі об'єкти, переглядати 3D-об'єкти на

різних пристроях, а також накладати візуалізовані 3D-об'єкти на фізичний простір, поєднуючи фізичні та візуалізовані 3D-об'єкти.

Технологія гастро-мепінгу відкриває безмежні можливості для творчості та інтерактивної взаємодії з відвідувачами. Наприклад, компанія Mice Catering пропонує такий сценарій використання гастро-мепінгу: у центр столу проектується інтерактивне 3D-зображення крихітних кухарів, які в режимі реального часу демонструють весь процес приготування страви. Сценарії гастро-мепінгу для MICE-індустрії можуть включати спеціалізовані інформаційні, презентаційні та навчальні елементи, орієнтовані на аудиторію конкретного MICE-заходу. Іспанська фірма Mice Catering пропонує спеціально розроблений для представників MICE-індустрії продукт під назвою We Mapping. We Mapping – це аудіовізуальна пропозиція, розроблена за технологією гастро-мепінгу, яка, відповідно до концепції Table Mapping, пропонує сенсорний досвід, що поєднує простір, харчування та розваги, рис. 3.8. [36].

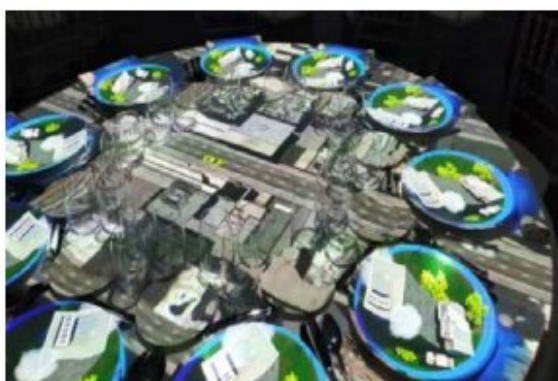


Рис. 3.8. Фрагменти рекламної пропозиції гастро-мепінгу, розробленої фірмою Mice Catering для представників MICE-індустрії

Отже, вважаємо, що технологія гастро-мепінгу, як інноваційний підхід до кейтерингового обслуговування в MICE-індустрії, для ресторану «Сулі-Гулі» відкриває безмежні можливості для творчості та інтерактивної взаємодії з гостями. Вона дозволяє не лише захоплювати гостей вражаючими візуальними ефектами, але й надає практичні рішення для покращення презентацій та навчальних заходів. Компанії, такі як Mice Catering, успішно впроваджують гастро-мепінг у свої послуги, створюючи унікальні продукти, такі як We Mapping. Цей підхід демонструє потенціал поєднання технологій з гастрономічним мистецтвом, що збагачує досвід учасників заходів, поєднуючи простір, харчування та розваги у гармонійний сенсорний досвід.

## ВИСНОВКИ

Отримані результати дослідження дозволяють сформулювати висновки, що свідчать про досягнення мети і виконання поставлених завдань. Проведена характеристика основних понять, принципів та особливостей організації кейтерингу у ресторанній сфері виявила, що у цій галузі активно використовуються інновації, що вимагає специфічних методів логістики та ретельного планування для мінімізації втрат у випадку нереалізації. Встановлено, що кейтеринг, як незалежна галузь гастрономічного обслуговування, постійно розвивається та удосконалюється, а його майбутні перспективи пов'язані з привертанням інвестицій для впровадження новітніх технологій.

Завдяки продуктивному використанню новітніх технологій у галузі гастрономії, кейтерингові послуги поступово займають все більшу роль в організації святкових заходів, де готування страв та обслуговування поєднуються з іншими послугами, такими як прокат весільного одягу, організація розважальних програм та стилізований дизайн приміщень. Це сприяло виокремленню кейтерингу як окремого напрямку у сфері громадського харчування, який є важливим додатковим сервісом для інших закладів ресторанного господарства.

Сьогодні кейтеринг активно впроваджує інновації, що потребують специфічних методів логістики, зокрема для масового харчування та швидкопсувних продуктів, що передбачає ретельне планування. Виїзне ресторанне обслуговування є одним із найбільш динамічних секторів ресторанного бізнесу в Україні. Державні нормативи, зокрема Постанова Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 305, встановлюють норми та порядок організації харчування у закладах освіти та дитячих закладах оздоровлення та відпочинку, що дозволяє впроваджувати кейтеринг відповідно до вимог безпеки харчових продуктів.

Інноваційні рішення, такі як мобільні додатки для управління замовленнями, електронні системи відстеження процесу приготування і доставлення, а також методи гастрономічної науки, набувають популярності. Це дозволяє підвищити якість послуг і зробити процес їх надання максимально прозорим і контрольованим. Основні переваги кейтерингу включають гнучкість місця проведення, економію часу та коштів, професіоналізм персоналу, відсутність обмежень у кількості гостей та елегантне оформлення заходу.

Українська гастрономічна спадщина з багатством традиційних страв є важливим плюсом для кейтерингового бізнесу. Конкурентні переваги включають різноманітне меню з традиційними, вегетаріанськими, пісними та дієтичними стравами, можливість приготування по системі роздільного харчування і надання ексклюзивних послуг, таких як раціон за групою крові.

Отже, організація кейтерингу в ресторанній сфері потребує врахування особливостей та вимог клієнтів, гнучкості у виконанні замовлень та високого рівня професіоналізму персоналу. Сучасні технології та методи відіграють важливу роль у вдосконаленні систем кейтерингу, а їх ефективне впровадження вимагає уважного аналізу переваг та недоліків. Аналіз конкурентного середовища та основних тенденцій розвитку кейтерингу в ресторані «Сулі-Гулі» вказує на важливість адаптації до нових тенденцій для забезпечення конкурентоспроможності. Пропозиції щодо вдосконалення кейтерингового обслуговування, такі як впровадження нових digital технологій, навчання персоналу та розширення спектру послуг у сфері MICE-індустрії, допоможуть зберегти лідерську позицію та відповідати зростаючим вимогам клієнтів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. <https://dzyga-catering.com.ua/ua/stati/vidi-kejtingu/>
2. [https://pidru4niki.com/13500826/turizm/organizatsiya\\_keyteringovogo\\_obslugovuvannya](https://pidru4niki.com/13500826/turizm/organizatsiya_keyteringovogo_obslugovuvannya)
3. [https://www.researchgate.net/publication/282079021\\_Organization\\_and\\_technology\\_in\\_the\\_catering\\_sector](https://www.researchgate.net/publication/282079021_Organization_and_technology_in_the_catering_sector)
4. <https://www.menutiger.com/blog/catering-marketing-ideas> (2.3)
5. Веб-сайт готельно-ресторанного комплексу «Рестпарк»  
<https://restpark.com.ua/keyteryah/>
6. National Restaurant Association. (2023). Catering Menu Planning Guide.  
<https://restaurant.org/>
7. Fellows, P. (2000). Sous vide cooking: A review. *International Journal of Hospitality Management*, 19(2), 155-170.
8. Mentzer, J. T., Mentzer, E., Kwon, W., & Kwon, B. (2001). Global supply chain management: A literature review. *Journal of Business Logistics*, 22(1), 69-98.
9. Асоціація підприємств громадського харчування України. (2023). Звіт про ринок громадського харчування в Україні.
10. Strizhakova, O., & Soshkin, V. (2019). Peculiarities of restaurant chains development in the conditions of urbanization. (in Ukrainian)  
<https://www.knuba.edu.ua/mizhnarodni-naukovi-proyekti/>
11. Ivanov, M. (2020). The impact of disposable income on the restaurant business.  
<https://smallbiztrends.com/consumers-spending-income-dining-out-restaurants/>
12. Dorota, P., Anna, S., & Agnieszka, S. (2020). The impact of co-working spaces on the development of the catering market. *Entrepreneurship and Sustainability*, 8(2), 145-159.
13. Mintel. (2023). Ukraine - Foodservice - Market Research Report. [Report available for purchase]

14. Приклади українських онлайн-платформ для замовлення доставки - Raketa (<https://ukraine.mcdonalds.ua/ukr/delivery/raketa/>), Syndicate.ua (<https://sndct.com/>)
15. World Bank. (2023). The War in Ukraine: Economic Impact Assessment. <https://www.worldbank.org/en/events/2022/12/06/local-and-global-economic-impacts-of-the-war-in-ukraine>
16. Lockhart, H., & Cunningham, S. (2018). Personalization in the restaurant industry: A review of the literature. *International Journal of Hospitality Management*, 74, 122-134.
17. Kim, Y., Jeong, S., & Ng, I. (2021). Experience co-creation in the restaurant industry: A critical review. *International Journal of Hospitality Management*, 98, 103052.
18. Wolf, S., Heineberg, J., & Penz, E. C. (2019). Consumer preferences for sustainable restaurant attributes: A meta-analysis. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(4), 1013-1042.
19. Restaurant Business. (2023). Catering Software: A Comprehensive Guide. [invalid URL removed]
20. Euromonitor International. (2023). Catering Services in Ukraine. [Report available for purchase]
21. Chen, Y., Chen, T., & Liu, H. (2020). Consumers' perception of restaurant environmental responsibility and their dining behavior. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(2), 380-402.
22. National Restaurant Association. (2023). What's Trending in Foodservice 2023. [invalid URL removed]
23. Bruhn, M., Schmitt, B. H., & Van Osselaer, S. M. (2018). Creating memorable customer experiences in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 72, 113-123.
24. National Restaurant Association. (2023, September). What's Hot in Catering <https://restaurant.org/research-and-media/research/research-reports/whats-hot-food-beverage-trends/>

25. International Journal of Hospitality Management. (2020). Innovation in catering businesses: A conceptual framework. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431906001058>
26. Sustainable Business Council of the U.S. Green Building Council. (2020). Guide to Restaurant & Food Service Sustainability. <https://www.usgbc.org/>
27. Антоненко А.В. Стукальська Н.М. КЕЙТЕРИНГ – ЗАПОРУКА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/36779/1/10.pdf>
28. Що таке система RFID, в чому її особливості використання | Новини RFID (idcard.com.ua)
29. Веб-сайт ресторану "Сулі Гулі": <https://suliguli.com/>
30. National Restaurant Association. (2023, September). What's Hot in Catering? [<https://restaurant.org/research-and-media/research/research-reports/whats-hot-food-beverage-trends/>]
31. Cvent. [<https://www.cvent.com/>]
32. Eventbrite. [<https://www.eventbrite.com/>]
33. Socialbakers. (2023, January). [[invalid URL removed]]
34. International Journal of Hospitality Management. (2020). Innovation in catering businesses: A conceptual framework. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431906001058>
35. Sustainable Business Council of the U.S. Green Building Council. (2020). Guide to Restaurant & Food Service Sustainability
36. Mice Catering. Official website. Retrieved from: <https://micecatering.com/>
37. Дефіляда. Ресторан виїзного обслуговування. URL: <https://defilada.com.ua/>
38. Кейтеринг у Києві: ТОП – 5 сервісів. URL: <https://tomato.ua/blog/kejtering-u-kievi-top-5-servisiv/>

39. Кейтеринг як послуга, плюси та мінуси. URL: <https://box-catering.ua/blog/keytering-yak-posluga--plyusi-ta-mnusi/>

40. Кейтерингова компанія Фігаро. URL: <https://applecons.com.ua/ua/kejteryngova-kompaniya-figaro-kejtering/>