**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**
**Західноукраїнський національний університет**
Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

**Льотковська Вікторія Євгенівна**

# VIP кейтеринг особливості та актуальні проблеми розвитку в сучасних умовах

спеціальність 241 – Готельно-ресторанна справа
освітньо-професійна програма – Готельно-ресторанна справа

Виконала студент групи
**ГРС-41**
**Льотковська В.Є.**
_____
Науковий керівник:
к.е.н. **О.Я.Гугул**
_____

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту:
«____» _____ 20__ р.

Завідувач кафедри
_____ **О. Я. Гугул**

**ТЕРНОПІЛЬ -2023**

# ЗМІСТ

Вступ……..3

Розділ 1. Загально-теоретична характеристика vip-кейтерингу у науковій літературі

1.1. Поняття та сутність кейтерінгу……...…7

1.2. Види та класифікація кейтерінгу……..18

1.3. Фатори розвитку Vip-кейтерингу……31

Висновки до розділу 1……37

Розділ 2. Дослідження особливостей розвитку vip- кейтерингу в україні в сучасних умовах

2.1. Тенденції розвитку Vip- кейтерингу в Україні……38

2.2. Аналіз ринку кейтерингу в Україні……...…48

2.3. Проблеми організації кейтерингових послуг на ринку України……54

Висновки до розділу 2……62

Розділ 3. Шляхи удосконалення розвитку vip- кейтерингу в україні в сучасних умовах

3.1. Перспективи розвитку Vip-кейтерингу в Україні……...63

3.2. Аналіз основних шляхів удосконалення Vip-кейтерингу в Україні..…68

3.3. Розробка комплексу заходів щодо вдосконалення організації надання послуг Vip-кейтерингу……...…75

Висновки до розділу 3……82

Висновки……83

Список використаних джерел та літератури……87

# ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Vip-кейтеринг є одним зі стрімко зростаючих сегментів гастрономічної індустрії, який набуває значної популярності в сучасних умовах. Цей вид кейтерингу надає вишукані послуги харчування на рівні VIP-класу для ексклюзивних подій, таких як весілля, корпоративні заходи, презентації та інші спеціальні події. Однак, розвиток вип-кейтерингу супроводжується рядом особливостей та викликів, які необхідно врахувати для успішного функціонування цього сектору.

Перш за все, актуальна проблема розвитку вип-кейтерингу полягає у забезпеченні високої якості послуг та задоволення потреб клієнтів. Вимоги споживачів стають все вищими, вони очікують на індивідуальний підхід, елегантне сервісне обслуговування та неперевершені смакові враження. Вирішення цієї проблеми вимагає залучення кваліфікованих фахівців, створення творчого та інноваційного підходу до створення меню, використання високоякісних продуктів і забезпечення плавного координації всіх етапів процесу організації події.

Другою важливою проблемою є конкуренція на ринку віп-кейтерингу. З кожним днем з'являються нові підприємства, які пропонують схожі послуги, тому важливо розробити ефективну стратегію маркетингу, щоб привернути та зберегти клієнтів. Реклама, просування у соціальних медіа, співпраця зі зірками і впливовими особистостями - це лише деякі інструменти, які можуть допомогти вирішити цю проблему.

Третя актуальна проблема пов'язана зі створенням стабільної команди фахівців, здатних забезпечити високий рівень обслуговування та організації подій. Кожен член команди має мати необхідні навички та досвід, а також вміти працювати у співпраці з іншими колегами. Пошук та залучення талановитих

професіоналів, їхнє навчання та постійне підвищення кваліфікації є важливими аспектами для вирішення цієї проблеми.

Крім зазначених проблем, важливим аспектом розвитку віп-кейтерингу є забезпечення інноваційності та креативності в організації подій. У сучасному світі, де клієнти постійно шукають нові та незвичайні враження, важливо відрізнятися від конкурентів шляхом пропозиції унікальних та індивідуальних концепцій подій. Це може включати ексклюзивне меню, інтерактивні станції готування, нестандартне оформлення та інші креативні рішення, що роблять подію незабутньою для гостей.

Додатковою актуальною проблемою є сталість та екологічність вип-кейтерингу. Сучасні споживачі все більше звертають увагу на екологічну відповідальність та сталість у гастрономічній сфері. Тому важливо розвивати підходи до вип-кейтерингу, які мінімізують негативний вплив на довкілля, такі як використання столових приборів та посуду з вторинної переробки, пріоритет закупівлі місцевих та екологічно чистих продуктів, а також раціональне управління відходами.

Vip-кейтеринг є однією з найшвидше зростаючих галузей гастрономічної індустрії в сучасному світі. Зростання популярності цього виду послуг пов'язане зі збільшенням числа ексклюзивних подій, де клієнти очікують вишуканого харчування та виняткового сервісу. Тому дослідження особливостей та проблем розвитку вип-кейтерингу є вкрай важливим для забезпечення якісної та конкурентоспроможної послуги.

У сучасних умовах вип-кейтеринг стикається зі значними викликами та проблемами. Конкуренція на ринку зростає, що ставить підприємства цієї галузі перед завданням виграти довіру та увагу клієнтів. Крім того, змінюються вимоги та очікування споживачів, які вимагають індивідуального підходу, креативних концепцій та сталого розвитку. Розуміння цих проблем та шляхів їх вирішення є важливим для успішної діяльності вип-кейтерингових компаній.

Крім того, вивчення особливостей вип-кейтерингу має великий потенціал для студентів та фахівців в гастрономічній галузі. Це дозволить розширити їхні знання про висококласне харчування, організацію подій та керування бізнесом. Така робота може стати основою для подальших досліджень та розвитку в цій галузі.

Розробкою даної проблеми займалося багато науковців, представники різних галузей науки. Окремі аспекти розвитку кейтерингу як форми ресторанного бізнесу висвітлювалися у працях зарубіжних і вітчизняних науковців, таких як Франсін Халворсен, В.П. Гребенюк, К. Погодін, В.В. Архіпов, О.М. Радіонова, А.І. Усіна, І.Г. Смирнов, Н.О. П'ятницька, Н.В. Прилепа, О.А. Миколюк та інші. Незважаючи на те, що багато науковців досліджували проблематику кейтерингу, саме особливості кейтерингу в організації мобільного ресторанного обслуговування проаналізовані недостатньою мірою. У зв'язку зі впровадженням на ринки нових послуг ресторанного обслуговування особливу увагу потрібно зосередити на проблематиці видів кейтерингу.

Але, незважаючи на це, сьогодні існує потреба у дослідженні, яке б узагальнило, систематизувало існуючі відомості з даної проблеми.

Враховуючи все вищесказане, нами і була обрана тема дипломної роботи:

"Vip- кейтеринг: особливості та актуальні проблеми розвитку в сучасних умовах".

**Об'єкт дослідження** – Особливості розвитку кейтерінгових послуг в Україні.

**Предмет** – способи та методи розвитку Vip- кейтерингу в Україн..

**Мета роботи**: дослідити основні аспекти розвитку Vip- кейтерингу в Україні.

Відповідно до мети були визначені наступні **завдання**:

1) дати загальну характеристику vip-кейтерингу у науковій літературі;

2) провести дослідження особливостей розвитку vip- кейтерингу в україні в сучасних умовах;

3) виділити можливі шляхи удосконалення розвитку vip- кейтерингу в україні в сучасних умовах.

Для розв'язання поставлених завдань нами були використані такі **методи дослідження**: теоретико-критичний аналіз літератури з теми дослідження; зіставлення, узагальнення і синтезування здобутої інформації тощо.

Робота може бути використана студентами ВНЗ для підготовки до семінарських занять, також може бути використана викладачами для проведення лекції, практик тощо.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що містить 53 найменування. Повний обсяг роботи: 86 сторінок.

# РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНО-ТЕОРЕТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА VIP-КЕЙТЕРИНГУ У НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ

## 1.1. Поняття та сутність кейтерінгу

У сучасних умовах ресторанний бізнес активно використовує організацію виїзного обслуговування, відомого як кейтеринг. Ця нова форма послуг, яка надається спеціалізованими кейтеринговими фірмами та банкетними службами, дозволяє забезпечувати організацію банкетів, фуршетів, весіль та інших святкових застолів не лише в приміщенні ресторану чи кафе, але й на будь-якій території, визначеній замовником події, будь то пікнік на природі, на дачі або на яхті.

Кейтеринг - це комплексне обслуговування групи клієнтів, яке включає готування страв згідно зі замовленням, сервірування столів та обслуговування офіціантами. У процесі організації кейтерингу беруть участь висококваліфіковані менеджери, кулінари, метрдотелі та офіціанти, які забезпечують якість та професійний рівень обслуговування [20, с. 65].

Важливо зазначити, що кейтеринг є ефективним засобом покращення асортиментної політики підприємств галузі харчування. Введення цього нового виду послуги дозволяє ресторанам пропонувати своїм клієнтам розширений спектр можливостей. Кейтеринг може бути реалізований як частина бренду ресторану, поєднуючи його назву з терміном "кейтеринг", і надавати харчування в будь-якому місці, обраному клієнтом.

Зараз термін "кейтеринг" також використовується для опису доставки обідів в офіси та додому. Однак, в широкому розумінні кейтеринг має на увазі виїзне ресторанне обслуговування. Цей напрямок роботи ресторанів може приносити значні результати при мінімальних витратах.

VIP-кейтеринг - це ексклюзивна форма кейтерингових послуг, спеціально розроблена для клієнтів з вищими вимогами і особливим статусом. Він надається для організації розкішних та престижних заходів, таких як гала-вечірки, корпоративні заходи, приватні вечірки, весілля або важливі події для високопоставлених осіб.

VIP-кейтеринг відрізняється від звичайного кейтерингу широким спектром розкішних послуг та індивідуальним підходом до клієнта. Він включає в себе високоякісні страви, найкращі інгредієнти, розкішне сервірування та професійне обслуговування. Меню може бути налаштоване під особисті смаки та вимоги клієнта, включаючи дієтарні обмеження або особливі кулінарні пристрасті.

У VIP-кейтерингу зазвичай задіяні досвідчені шеф-кухарі, консьєржі, офіціанти та інші фахівці, які забезпечують вищу якість готових страв, неперевершений сервіс та ексклюзивний досвід для клієнтів. Це може включати індивідуальне планування події, декорування приміщення, оренду посуду та столових приладів, а також розкішні додаткові послуги, наприклад, бармен-шоу або живу музику [13, с. 68].

VIP-кейтеринг прагне задовольнити найвищі очікування клієнтів, створюючи елегантну та розкішну атмосферу та надаючи незабутній досвід гастрономії. Він зазвичай коштує більше, ніж звичайні кейтерингові послуги, через використання преміальних інгредієнтів, вищу якість обслуговування та ексклюзивність виконання.

Загалом, VIP-кейтеринг - це розкішна та індивідуальна послуга, яка надається для найвимогливіших клієнтів, які бажають насолодитися вишуканою кулінарією та перебувати у розкішній атмосфері свого заходу.

Опис поняття VIP-кейтеринг може варіюватися залежно від автора або джерела. Ось кілька можливих визначень у різних авторів:

1. За визначенням автора "The Art of Catering" (автор: Linda Kavanagh), VIP-кейтеринг - це надзвичайно вишукана і ексклюзивна форма кейтерингових послуг, яка надається для клієнтів з високим статусом та особливими вимогами. Вона включає в себе вишукані страви, розкішне сервірування, індивідуальний підхід до кожного клієнта та найвищу якість обслуговування.

2. За визначенням авторів журналу "Event Solutions" (фахівці з кейтерингу та подій), VIP-кейтеринг - це розширена версія традиційного кейтерингу, яка надається для ексклюзивних та престижних подій. Це включає у себе індивідуальне планування, персонал з вищим рівнем навичок, найкращі страви та інгредієнти, елегантне сервірування та інші розкішні послуги.

3. В інших джерелах, VIP-кейтеринг може бути описаний як послуга, спрямована на задоволення розкішних потреб клієнтів, які бажають влаштувати розкішні події або перебувати у престижному оточенні. Це може включати ексклюзивні страви, декорування приміщення в розкішному стилі, особистий сервіс та інші розкішні додаткові послуги, що створюють неперевершений досвід.

Варто зауважити, що конкретні ознаки та характеристики VIP-кейтерингу можуть різнитися від компанії до компанії або в залежності від вимог клієнта. Однак, спільним елементом визначень є вишуканість, ексклюзивність, індивідуальний підхід та вища якість обслуговування, що відділяють VIP-кейтеринг від звичайних кейтерингових послуг [31, с. 58].

VIP-кейтеринг є формою кулінарного обслуговування, спрямованого на надання ексклюзивного та персоналізованого досвіду клієнтам з вищим статусом або особливими вимогами. Він розрахований на те, щоб задовольнити найвишуканіші смаки і вимоги гостей, які очікують розкішного і неперевершеного обслуговування.

У VIP-кейтерингу надається особлива увага до деталей. Кожен аспект події, починаючи від меню та вибору страв до декору та сервірування, розробляється з

метою створення елегантної атмосфери та незабутнього досвіду для гостей. Використання вишуканих інгредієнтів, шеф-кухарів з великим досвідом та креативність у створенні страв - це ключові складові успішного VIP-кейтерингу.

Окрім вишуканих страв, VIP-кейтеринг може включати розкішне сервірування, використання ексклюзивного посуду, незвичайних декоративних елементів та персоналу, який надає високопрофесійний та уважний сервіс. Також можуть бути доступні додаткові послуги, такі як бармен-шоу, жива музика, винні дегустації або спеціально підібрані музичні супроводи, які доповнюють загальний розкішний досвід [41, с. 68].

VIP-кейтеринг також може включати індивідуальне планування та консультації, щоб врахувати особливі побажання клієнта. Команда, яка займається VIP-кейтерингом, працює в тісному контакті з клієнтом, щоб зрозуміти його потреби, стиль та вимоги, і створює унікальну концепцію, яка відображає особистість та бажання клієнта.

Варто зауважити, що вартість VIP-кейтерингу може бути вищою порівняно зі звичайним кейтерингом, оскільки він вимагає використання вищої якості інгредієнтів, розробки індивідуальних рішень та залучення додаткового персоналу для забезпечення вищого рівня обслуговування.

Загалом, VIP-кейтеринг - це ексклюзивна і розкішна форма кулінарного обслуговування, яка створює незабутній досвід для клієнтів з вищим статусом, поєднуючи вишукані страви, неперевершене сервірування та індивідуальний підхід до кожного клієнта.

Окрім основних аспектів, деякі автори та експерти можуть надавати додаткові аспекти при описі VIP-кейтерингу. Ось кілька розширених роздумів на цю тему:

1. Персоналізований підхід: VIP-кейтеринг відрізняється своєрідним індивідуальним підходом до кожного клієнта. Команда кейтерингу співпрацює з клієнтом, щоб зрозуміти його бажання, уподобання та особливості події. На

основі цих даних створюється унікальне меню та концепція, що відображає стиль і образ клієнта.

2. Ексклюзивність і конфіденційність: VIP-кейтеринг надає особливу увагу до забезпечення конфіденційності та приватності клієнта. Важливо, щоб клієнти відчувалися комфортно та захищено під час проведення своїх подій, тому дотримання конфіденційності є невід'ємною частиною VIP-кейтерингу.

3. Кулінарна інновація: VIP-кейтеринг спрямований на пропонування незвичайних інноваційних кулінарних рішень. Він може включати в себе такі елементи, як молекулярна гастрономія, нестандартні поєднання смаків, експерименти з текстурами та формами страв. Креативність шеф-кухарів розкривається в унікальних стравах, які вражають смакові рецептори і надають особливий досвід [24 ,с. 80].

4. Розкішний декор та атмосфера: VIP-кейтеринг часто супроводжується розкішним декором та створенням неповторної атмосфери. Від шикарного оформлення столів до використання високоякісного посуду, текстилю та декоративних елементів, все це створює розкішну та елегантну обстановку, яка відповідає статусу та очікуванням клієнта.

5. Унікальність і неповторність: VIP-кейтеринг пропонує клієнтам можливість створити подію, яка буде неповторною та унікальною. Враховуючи індивідуальні потреби та бажання, команда VIP-кейтерингу може підкреслити особливий стиль та виконати спеціальні запити, щоб створити незабутнє враження у гостей.

Всі ці елементи додаються до базового визначення VIP-кейтерингу та допомагають створити розкішний та індивідуальний досвід для найвимогливіших клієнтів.

Принципи та завдання VIP-кейтерингу:

1. Вишуканість і елегантність: Одним з основних принципів VIP-кейтерингу є створення вишуканого та елегантного середовища для гостей. Це

включає в себе використання вишуканих інтер'єрів, шикарного декору, високоякісного посуду та сервірування, щоб створити розкішну атмосферу, яка відповідає очікуванням клієнтів з вищим статусом.

2. Індивідуальний підхід: VIP-кейтеринг працює з кожним клієнтом індивідуально, з метою забезпечити унікальний та персоналізований досвід. Це означає врахування уподобань, дієтичних обмежень, тематики події та будь-яких специфічних побажань клієнта. Кожне меню та концепція створюються з урахуванням індивідуальних потреб та стилю клієнта [13, с. 87].

3. Висока якість та інновації: В VIP-кейтерингу велика увага приділяється використанню високоякісних інгредієнтів, свіжих продуктів і розробці страв за останніми кулінарними тенденціями. Шеф-кухарі, які працюють в VIP-кейтерингу, часто використовують креативні техніки та інноваційні поєднання смаків, щоб створити унікальні та захоплюючі страви для гостей.

4. Високий рівень обслуговування: Головне завдання VIP-кейтерингу - забезпечити неперевершений рівень обслуговування. Весь персонал, включаючи офіціантів, барменів та інших співробітників, повинні бути висококваліфікованими, добре навченими та ввічливими. Гості мають отримати індивідуальну увагу та бути обслуговані з уважністю, швидкістю та професіоналізмом.

5. Конфіденційність та безпека: VIP-кейтеринг також має дотримуватися високих стандартів конфіденційності та безпеки. Це означає забезпечення приватності клієнтів, захист персональної інформації та усунення потенційних загроз безпеці під час проведення подій.

Загалом, VIP-кейтеринг має за мету надати клієнтам ексклюзивний, персоналізований та незабутній досвід. Це досягається шляхом вишуканих страв, елегантної атмосфери, індивідуального підходу, високої якості обслуговування та забезпечення конфіденційності та безпеки клієнтів.

Основні завдання VIP-кейтерингу можна уточнити наступним чином:

1. Створення неперевершеного враження: Одним із головних завдань VIP-кейтерингу є створення незабутнього враження у гостей. Це досягається шляхом поєднання ексклюзивних страв, стильного сервірування, розкішної атмосфери та персоналізованого обслуговування. Гості мають відчувати себе особливими та задоволеними під час участі в такій події [31, с. 89].

2. Забезпечення бездоганної якості: У VIP-кейтерингу велика увага приділяється якості продуктів і готуванню страв. Використовуються найкращі інгредієнти, а кухарі мають високий рівень майстерності та досвіду. Кожна страва повинна бути бездоганно приготована та представлена, щоб задовольнити вишукані смакові потреби гостей.

3. Гнучкість та адаптація: VIP-кейтеринг повинен бути гнучким і готовим адаптуватися до специфічних потреб та бажань клієнтів. Відмінна комунікація з клієнтом та здатність працювати в межах обмежень та обставин є ключовими аспектами. Команда VIP-кейтерингу повинна бути готовою вирішувати виклики та забезпечувати персоналізовані рішення для кожної події.

4. Керування деталями: У VIP-кейтерингу дуже важливе керування деталями. Від правильного планування і координації до уважного вибору кожного елемента, такого як меню, декор, освітлення, музика та інші деталі, усе повинно бути досконало згруповано, щоб створити гармонійну та розкішну атмосферу.

5. Задоволення клієнтів: Головне завдання VIP-кейтерингу полягає у задоволенні потреб і очікувань клієнтів. Команда повинна бути прислуховуватися до бажань клієнтів, враховувати їх побажання і забезпечувати високий рівень обслуговування. Клієнти мають відчувати себе особливими та доглянутими на протязі всієї події.

Загалом, VIP-кейтеринг поєднує в собі вишуканість, якість, персоналізований підхід та неперевершене обслуговування, забезпечуючи клієнтам унікальний і розкішний досвід.

Ексклюзивність і престиж: Одним з основних принципів VIP-кейтерингу є створення атмосфери ексклюзивності та престижу. Це досягається за допомогою вишуканих інтер'єрів, елегантного сервірування, шикарного посуду та використанням найкращих інгредієнтів. Клієнти, які звертаються до VIP-кейтерингу, очікують особливого стилю та вишуканості, що відображає їх статус та престиж [41 с. 78].

Індивідуальний підхід та персоналізація: Одне з основних завдань VIP-кейтерингу - забезпечити індивідуальний підхід до кожного клієнта. Кожна подія має бути унікальною та персоналізованою, відповідно до бажань, уподобань та особливих потреб клієнта. Команда VIP-кейтерингу працює в тісному співробітництві з клієнтом, щоб зрозуміти їхні очікування та створити подію, яка відповідає їхнім уявленням про розкіш та задоволення.

Висока якість та кулінарна майстерність: VIP-кейтеринг покладає великий акцент на високу якість страв та кулінарну майстерність. Кухарі VIP-кейтерингу - справжні професіонали, які володіють навичками і творчим підходом до гастрономічного мистецтва. Вони вміють поєднувати смаки, створювати новаторські страви та представляти їх у вражаючій формі. Кожна страва має бути не лише смачною, але й візуально привабливою, щоб задовольнити вимоги вишуканого смаку гостей.

Обслуговування вищого класу: Обслуговування є ключовим елементом VIP-кейтерингу. Персонал повинен бути ввічливим, дискретним і професійним. Вони повинні володіти високим рівнем культури спілкування та мають бути підготовленими до вирішення будь-яких потреб і запитів гостей. Обслуговування має бути непомітним, але в той же час уважним та доброзичливим, надаючи гостям відчуття особливого догляду та комфорту.

Конфіденційність та безпека: VIP-події можуть включати важливих та впливових осіб, тому безпека та конфіденційність є надзвичайно важливими принципами VIP-кейтерингу. Команда повинна забезпечувати високий рівень захисту особистої інформації клієнтів, уникати розголосу та дотримуватися всіх необхідних заходів безпеки під час проведення подій.

Загалом, VIP-кейтеринг спрямований на надання найвищого рівня задоволення та задоволення потреб вишуканих клієнтів. Це вимагає від команди VIP-кейтерингу вміння створювати ексклюзивну атмосферу, пропонувати найкращі страви та обслуговування, персоналізований підхід та забезпечення конфіденційності та безпеки [25, с. 97].

У підсумку, VIP-кейтеринг - це вищий рівень кейтерингових послуг, спрямованих на задоволення вишуканих потреб клієнтів і створення незабутнього досвіду. Він включає в себе елементи розкіші, ексклюзивності, персоналізації, високої якості та винятkового обслуговування. Команда VIP-кейтерингу працює в напрямку втілення бажань та очікувань клієнтів, забезпечуючи стильну атмосферу, вишукані страви, персоналізоване обслуговування і безпеку. Результатом є неповторний досвід, який залишає в пам'яті клієнтів враження про розкіш та уважність до деталей. VIP-кейтеринг створює можливість насолодитися вишуканістю та елегантністю, розкриваючи нові гастрономічні переживання та запам'ятовується на довгий час.

У підсумку, VIP-кейтеринг - це вищий рівень кулінарного сервісу, спрямований на задоволення вишуканих смаків і вимог привілейованих клієнтів. Це незабутній досвід, який поєднує в собі елегантність, розкіш, персоналізацію та високу якість. Головна мета VIP-кейтерингу - створити унікальну атмосферу, де гості почувають себе особливими та задоволеними. Це досягається за допомогою ексклюзивних страв, вишуканого сервірування, персоналізованого обслуговування та уваги до деталей. VIP-кейтеринг вимагає від команди високого рівня майстерності, творчості та вміння працювати в межах обмежень

та відповідати на потреби клієнтів. Це підприємливий сегмент кейтерингової індустрії, де концепція розкіші йде в руках з гастрономічним мистецтвом, створюючи неповторний досвід для клієнтів.

Висновок полягає в тому, що кейтеринг є необхідним і актуальним елементом розвитку сучасного ресторанного бізнесу в Україні. Він дозволяє розширити асортимент послуг та привернути нову аудиторію, забезпечуючи гнучкість та зручність для клієнтів. Організація кейтерингу вимагає професіоналізму, високої якості готування та обслуговування, але в той же час вона відкриває широкі можливості для розширення ринку та збільшення прибутків. Постійне оновлення та адаптація до змін вимог і потреб клієнтів дозволять підприємствам кейтерингу досягти успіху в сучасних умовах ринкової конкуренції [30 ,с. 65].

Кейтеринг відрізняється від професійної кулінарії тим, що працівникам ресторану доводиться виконувати унікальну роботу, від початку до кінця, відповідно до побажань кожної конкретної особи. Організація кейтерингу на масштабних заходах може включати значні знижки, а також можливість індивідуального підбору меню для кожного клієнта. При укладанні контракту з клієнтом потрібно підписати певний пакет документів.

Під час підписання контракту здійснюється передоплата у розмірі 50% від загальної суми, а решта платежу здійснюється в день проведення заходу. Зміни в контракті можуть бути зроблені не пізніше ніж за два тижні до заходу, і за це клієнт додатково оплачує 10% від суми замовлення.

Однією з переваг кейтерингу є те, що терміновість виконання замовлення не впливає на ціну. Замовлення ресторану на будь-якому місці, яке вибрав клієнт, обійдеться йому дешевше, ніж проведення вечора у ресторані. Для успішної організації складних заходів, таких як кейтеринг, потрібно провести просування нової послуги, передбачити кількість та активність потенційних клієнтів,

придбати необхідне обладнання та підібрати кваліфікований персонал. Далі розглянуто рішення для виконання цих завдань.

Створити особистий каталог ресурсів та провести просування нової послуги. Для повної інформації потенційних клієнтів потрібно підготувати рекламні буклети, які будуть розсилатися кур'єром підприємства, а також розповсюджуватися в місцях масового збору людей. Друкування буклетів загальним тиражем 500 примірників щомісяця можна здійснювати в друкарні. Також необхідно надати повну інформацію про нову послугу ресторану.

Прогнозувати перший потік клієнтів та скласти список потенційних замовників. Велика кількість замовників кейтерингу "Chinafood" ймовірно будуть корпоративні клієнти, оскільки поруч з нашим рестораном знаходяться великі підприємства та офіси відомих компаній. Практично всі великі та середні компанії мають потребу в організації щоденного харчування своїх співробітників та в проведенні корпоративних заходів для створення та підтримки корпоративного духу [14, с. 86].

У цій ситуації кейтеринг має численні переваги над стаціонарним ресторанним обслуговуванням. По-перше, виїзне обслуговування дозволяє замовникам організовувати корпоративні їдальні на зовсім іншому, більш високому рівні якості. По-друге, середньостатистичний службовець не завжди має можливість насолодитися повноцінним обідом у ресторані через обмеженість часу або недоступність такої можливості. По-третє, кейтерингова компанія відрізняється від класичного ресторану за своїми принциповими особливостями. Наприклад, не всі бізнес-зустрічі, прийоми, презентації або корпоративні свята можуть бути організовані у звичайному ресторані.

Враховуючи кількість святкових і вихідних днів у кожному місяці, можна зробити прогноз щодо кількості замовлень на корпоративні заходи або святкування.

## 1.2. Види та класифікація кейтерінгу

Кейтеринг не обмежується лише організацією банкетів, а також широко використовується для проведення фуршетів. При фуршетному сервісі напої й закуски можуть бути розміщені на вузьких столах або в руках офіціантів, що дозволяє гостям вільно переміщатися й насолоджуватися святковою атмосферою без обмежень. Фуршети є зручним варіантом організації, оскільки вони не вимагають великої площі для розташування їжі, тим самим забезпечуючи достатню кількість місць для гостей, щоб вони почувалися комфортно й задоволено.

Кейтеринг, що включає фуршетний сервіс, є зручною пропозицією, оскільки гості мають повну свободу дій та пересування, що робить відпочинок ще приємнішим. Однак фуршет може бути не найкращим вибором для клієнтів, якщо вони планують провести весілля або новорічну вечірку [23 ,с. 76].

Банкет передбачає обов'язкове розміщення гостей за столами, крім самообслуговування, і вважається найтрадиційнішою й консервативною формою проведення урочистих подій. Згідно з правилами класичного банкету, холодні закуски й прохолодні напої розставляються заздалегідь, а гарячі страви подаються послідовно за вибором гостей. Меню банкету включає в себе різноманітні страви, починаючи з закусок й до десерту. Важливо враховувати, що кількість запрошених гостей повинна відповідати площі, на якій будуть розміщені столи, приблизно 1,5 квадратних метра на одну особу. Затісно й перенасичена обстановка може негативно вплинути на сприйняття відмінної кухні й цікавої програми.

Кейтеринг напоїв і коктейлів (виїзний бар) є самостійною активною складовою проведення святкових подій або часто використовується як супровід до інших кейтерингових послуг. Варто відрізняти "коктейльний кейтеринг" від самого поняття "коктейль". Виїзний бар означає наявність мобільної барної

структури, що дозволяє готувати коктейлі будь-де. Вона включає роботу барменів, офіціантів, наявність барного інвентарю, посуду, доставку алкоголю, соків, напоїв, фруктів, льоду та іншого обладнання, необхідного для приготування коктейлів та мікс-дрінків в будь-якому місці, незалежно від наявності приміщення.

Кейтерингом займаються як спеціалізовані фірми, так і ресторани, кафе та готелі. Вони надають широкий спектр послуг для різних подій і заходів, включаючи корпоративні заходи, вечірки, банкети, презентації та багато іншого.

Популярність виїзного кейтерингу постійно зростає, оскільки він надає замовникам зручність та можливість насолодитися смачною їжею й обслуговуванням в будь-якому місці за їх вибором. Такі послуги особливо популярні для організації заходів на відкритому повітрі, таких як пікніки, барбекю та інші формати, що передбачають занурення у природну атмосферу.

Також варто відзначити рост популярності тематичних свят, де кейтерингова компанія сама розробляє сценарій і пропонує ексклюзивні страви та розважальні програми, що відповідають конкретній тематиці свята. Це дає замовникам можливість насолодитися унікальним і незабутнім досвідом святкування [18, с. 56].

Крім того, у сучасному ринку кейтерингових послуг з'являються нові тенденції, такі як готування вегетаріанських страв, страв без солі, малокалорійних страв та пісних страв. Це відповідає росту популярності здорового харчування та враховує різноманітні дієтологічні потреби й уподобання клієнтів.

Ринок кейтерингових послуг постійно змінюється і розвивається, ставлячи перед собою завдання задовольнити вимоги й очікування клієнтів. Компанії, що надають кейтерингові послуги, продовжують шукати нові способи задоволення смакових потреб і надання незабутнього враження своїм клієнтам.

Кейтеринг - це широкий спектр послуг, які часто пов'язані з організацією ресторанного обслуговування на замовленій території. Цей вид послуг часто використовується для виїзного обслуговування на різних заходах, таких як офіційні банкети, дипломатичні прийоми, політичні та наукові заходи, корпоративні вечірки, парадні прийоми, гастрономічне обслуговування зборів фірм і презентацій, а також обіди та вечері на честь іноземних делегацій.

Крім цих заходів, кейтерингові фірми надають інші види послуг. Наприклад, вони можуть організовувати пікніки, які проходять на відкритому повітрі для зустрічей з друзями або колегами. В меню пікніків можуть бути легкі закуски, бутерброди, холодні та смажені курчата, різні пироги та десерти. Для доставки продуктів на пікнік використовуються спеціальні сумки-холодильники, вакуумні упаковки та інші засоби зберігання [23 ,с. 58].

Кейтерингові фірми також можуть надавати послуги обслуговування в місцях масового відпочинку, таких як загальноміські зони відпочинку, пляжі та спортивні комплекси. Це може включати в себе використання кафе, ресторанів та закусочних різного спеціалізованого характеру. Крім того, кейтерингові фірми можуть організовувати буфети в театрах і концертних залах, де пропонується широкий асортимент напоїв, закусок і солодощів для глядачів.

Також варто згадати про кофе-брейк, який є видом короткочасного обслуговування учасників нарад і ділових переговорів. Під час кофе-брейку учасникам подають каву, чай, супровідні випічку, канапе та тістечка. Цей вид обслуговування часто включає в себе наявність спеціально сервірованих столів з чашками, стравцями та ложками.

Усі ці різноманітні види кейтерингових послуг спрямовані на задоволення потреб і очікувань клієнтів, забезпечуючи якісне обслуговування та незабутній досвід під час різних подій і заходів.

Залежно від різних факторів, таких як тип приміщення (власне, орендоване на зовнішній території або на території замовника) та інші умови, виокремлюються різні види кейтерингу.

Один з таких видів - кейтеринг у приміщенні, коли захід проводиться в залі ресторану, який надається фірмі-замовнику. У такому випадку для банкетів або прийомів також використовуються кухня, посудомийна кімната та складські приміщення даного закладу. Цей вид кейтерингу є одним з найпопулярніших і має багато спільного з традиційним ресторанним обслуговуванням. Крім організації столу, клієнту надається відповідно обладнане приміщення, яке може використовуватися для різних заходів [23 ,с. 68].

Банкетні зали, призначені для цього виду кейтерингу, зазвичай розраховані на прийоми від двохсот до кількох тисяч людей. Вони мають всю необхідну інфраструктуру всередині будівлі, де проводиться захід. У таких залах є окрема кухня для підготовки та готування страв, холодильні приміщення для зберігання продуктів, а також місце та устаткування для санітарної обробки. Ще однією перевагою є наявність приміщень для зберігання напоїв, посуду, столових приборів, скатертин і елементів оформлення. Використання вже наявних ресурсів компанії дозволяє зекономити час підготовки заходу, пов'язаного з доставкою, встановленням та налаштуванням необхідного обладнання.

Інший вид кейтерингу - це кейтеринг поза рестораном, коли захід проводиться на території самої фірми-замовника. У цьому випадку готові страви, сервіровка та обслуговування доставляються з ресторану, який належить приватній особі або кейтеринговій фірмі, а після закінчення заходу приміщення прибирають кейтерингові служби. Кейтеринг поза рестораном є найпопулярнішим у сфері гастрономії, оскільки він передбачає обслуговування на місці замовника з урахуванням його потреб.

Отже, різні види кейтерингу забезпечують різноманітні можливості для організації заходів, залежно від умов, переваг та бажань клієнтів.

Прикладом такої діяльності є кейтерингові ресторани, які організовують приймання та банкети поза межами свого ресторану, наприклад, у будинку фірми, на заміській дачі або навіть у квартирі. При плануванні такого виїзного банкету замовником узгоджуються наступні деталі [32, с. 58]:

1. Характер банкету, кількість та склад учасників.
2. Час початку заходу та тривалість.
3. Меню та винна карта.
4. Розміщення столів та склад приміщень.

Перед підготовкою до заходу, працівники ресторану ознайомлюються з виділеними приміщеннями для проведення банкету. На основі замовлення розраховуються необхідна кількість посуду, приладів та столової білизни. Крім того, менеджер, який відповідає за організацію виїзного банкету, визначає кількість необхідних офіціантів.

Після розрахунків, відбирається необхідний посуд, прилади та білизна, які пакуються у контейнери, що обклеюються внутрішньою тканиною та мають відділення для різного виду посуду, щоб запобігти пошкодженням.

З урахуванням погодженого меню замовником, працівники ресторанного виробництва та бару готують закуски, готові страви, напівфабрикати, кулінарні та кондитерські вироби, а також приготовлюють напої. Всі ці продукти доставляються на місце проведення заходу з урахуванням встановлених строків зберігання.

У цьому випадку виконавець кейтерингових послуг відповідає за приготування та доставку страв, сервіровку та оформлення буфетів, барів та банкетних столів, а також забезпечує збирання приміщень. Розрахунки замовлення здійснюються відповідно до укладеного договору після закінчення заходу.

Для кейтерингу використовуються спеціально обладнані автомобілі, причепи та напівпричепи, особливо в місцях масового відпочинку, наприклад, у парках та садах.

Перевага кейтерингу поза рестораном полягає в тому, що багато витрат, таких як оренда приміщень, комунальні послуги та податки, можуть бути значно нижчими, порівняно з кейтерингом у власному ресторані. Проте, недоліком є високі витрати на транспортні засоби та спеціальне устаткування для зберігання та доставки приготовлених страв, кулінарних і кондитерських виробів та напоїв.

Кейтеринг - це послуга, пов'язана з організацією та постачанням їжі та напоїв для різних заходів, таких як весілля, корпоративні події, вечірки, конференції та інші спеціальні події. Кейтерингові компанії надають повний спектр послуг, пов'язаних з харчуванням, включаючи планування меню, приготування їжі, доставку, сервірування та обслуговування гостей.

Класифікація кейтерингу може бути здійснена за різними критеріями. Ось деякі загальні типи кейтерингу [24, с. 78]:

1. Кейтеринг за видом події:

- Весільний кейтеринг: спеціалізується на весільних заходах та забезпечує обслуговування наречених та гостей.
- Корпоративний кейтеринг: забезпечує харчування для корпоративних подій, зустрічей, тренінгів, конференцій тощо.
- Соціальний кейтеринг: орієнтований на невеликі та середні соціальні заходи, такі як дні народження, ювілеї, сімейні зібрання тощо.
- Кейтеринг для спеціальних подій: це включає гастрономічні заходи, виставки, фестивалі, благодійні заходи та інші унікальні події.

2. Кейтеринг за типом обслуговування:

- Фулл-сервіс кейтеринг: забезпечує повний комплекс послуг, включаючи приготування, доставку, сервірування та обслуговування гостей.

- Буфетний кейтеринг: гості можуть самостійно обрати страви з буфету, де різноманітні страви виставлені на столах.
- Коктейльний кейтеринг: зосереджений на наданні асортименту коктейлів та перекусів під час заходу.
- Доставка кейтерингу: компанія доставляє готову їжу без сервірування та обслуговування на місці події.

3. Кейтеринг за типом кухні:

- Традиційний кейтеринг: страви на основі місцевих традицій та кухні.
- Міжнародний кейтеринг: представляє страви з різних кухонь світу, таких як італійська, азіатська, французька, індійська тощо.
- Вегетаріанський або веганський кейтеринг: спеціалізується на наданні страв без м'яса або жовткових продуктів.

Це лише деякі загальні класифікації кейтерингу, існує багато інших варіантів, які можуть комбінувати різні критерії. Кожна кейтерингова компанія може мати власну спеціалізацію та пропонувати унікальні послуги відповідно до потреб клієнтів [31, с. 78].

Залежно від розміру, масштабу та специфіки кейтерингової компанії, можуть існувати інші класифікації та варіації послуг. Наприклад:

4. Кейтеринг за кількістю гостей:

- Масовий кейтеринг: спрямований на великі заходи з великою кількістю гостей, такі як фестивалі, концерти або спортивні події.
- Кейтеринг для невеликих груп: спеціалізується на інтимних заходах для невеликої кількості гостей, наприклад, приватні обіди, домашні вечірки тощо.

5. Кейтеринг за особливими вимогами:

- Дитячий кейтеринг: орієнтований на дитячі заходи та включає дитячі страви, розваги та ігри.

- Здоровий кейтеринг: фокусується на здоровому харчуванні, надаючи страви з натуральних, органічних і свіжих інгредієнтів.
- Кейтеринг для харчування з обмеженими дієтами: пропонує страви для людей з алергіями, індивідуальними дієтами (наприклад, безглютенова, безлактозна) або веганськими вимогами.

6. Кейтеринг за географічним розташуванням:

- Локальний кейтеринг: обслуговує події та заходи в межах певного регіону або міста.
- Міжнародний кейтеринг: спеціалізується на обслуговуванні заходів та подій в різних країнах та міжнародних локаціях.

Класифікація кейтерингу може бути дуже гнучкою, і багато компаній пропонують комбінацію різних видів та спеціалізацій, щоб задовольнити потреби своїх клієнтів. Важливо враховувати, що це лише загальні класифікації, і конкретні кейтерингові компанії можуть мати власні особливості та унікальність у своїх послугах [30, с. 65].

VIP кейтеринг - це вищий рівень кейтерингових послуг, спрямований на задоволення потреб клієнтів з високими вимогами та рівнем комфорту. Цей тип кейтерингу спеціалізується на наданні ексклюзивних, розкішних та персоналізованих харчувальних рішень для приватних осіб, корпоративних лідерів, знаменитостей, політичних діячів та інших важливих осіб.

Ось деякі види та класифікації VIP кейтерингу:

1. Ексклюзивний кейтеринг:

Розкішний кейтеринг: надання найвищої якості страв, використовуючи розкішні інгредієнти та дизайнерську презентацію. Включає в себе розкішне сервірування, вишукані декорації та персоналізований підхід до кожного гостя.

Елітний кейтеринг: спеціалізується на обслуговуванні ексклюзивних заходів та вищого суспільного класу. Забезпечує неперевершену якість страв, індивідуальний сервіс та врахування найтонших деталей.

2. Приватний кейтеринг:

Домашній кейтеринг: надання послуг у приватних резиденціях або особливих місцях за бажанням клієнта. Забезпечує інтимну атмосферу та персоналізований підхід до гостей.

Яхт-кейтеринг: обслуговування на яхтах та інших приватних водних суднах. Включає розкішне харчування та послуги, що враховують особливості морської подорожі [24 ,с. 86].

3. Кейтеринг за місцем проведення:

Кейтеринг у преміальних готелях та курортах: спеціалізується на обслуговуванні вишуканих готелів та курортів з високим рівнем комфорту та послуг.

Кейтеринг на приватних вечірках та подіях: надання послуг на закритих особливих заходах, таких як приватні вечірки, гала-вечірки або благодійні галереї.

4. Кейтеринг за стилем та тематикою:

Тематичний VIP кейтеринг: надання харчування, що відповідає певній тематиці або стилю заходу, наприклад, ретро-кейтеринг, вінтажний стиль, міжнародні кухні тощо.

Хаут-куїзин VIP кейтеринг: використання високотехнологічних методів готування, молекулярної гастрономії та інноваційних прийомів для створення унікальних та неповторних страв.

Ці класифікації випускного кейтерингу допомагають підкреслити розкіш, ексклюзивність та вишуканість послуг, які пропонуються у цьому сегменті. Важливо враховувати, що VIP кейтеринг є висококласним, і вимагає дуже високого рівня професіоналізму, уваги до деталей та індивідуального підходу до кожного клієнта.

Однією з головних переваг цієї послуги є мобільність. Кейтеринг відмінно підходить для дня народження, банкету, весілля або дитячого свята на природі.

Відмітимо, що у будь-якій великій кейтеринг-компанії є свої методи організації обслуговування на виїзді. Найчастіше до них відносяться:

- складання меню та затвердження його з клієнтом [32, с. 78];
- розрахунок обсягу страв і вартості;
- завчасний приїзд на місце проведення свята з метою зонування території та планування простору;
- підготовка до заходу і приготування їжі;
- транспортування готових страв та інвентарю;
- прикраса території і сервірування столу;
- обслуговування гостей;
- прибирання території після заходу

У результаті проведених досліджень ми систематизували види кайтерінгу за різними класифікаційними ознаками (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Систематизація видів кайтерінгу за різними класифікаційними ознаками

| Класифікаційна ознака | Види кайтерінгу |
|---|---|
| За економічним змістом | соціальний |
| | комерційний |
| За формою перебуванням | виїзний |
| | стаціонарний |
| За способом використання | кулінарний |
| | кальянний |
| За типом надання послуг | тайм-кейтеринг |
| | плейс-кейтеринг |
| | транспортний кейтеринг |
| | VIP-кейтеринг |

| | |
|---|---|
| За статусом споживача послуги | мас-кейтеринг |
| За місцем виробництва їжі | on-premise catering |
| | off-premise catering |
| За типом клієнтів | офісний кейтеринг (office catering) |
| | b & b кейтеринг (bad & breakfast catering) |
| | бар-кейтеринг (bar & bufet catering) |
| | готельний кейтеринг (hotel catering) |
| | резідентал-кейтеринг (residential catering) |
| | евент-кейтеринг |

Основні види VIP-кейтерингу включають:

1. Елітний банкет: Це розкішне обслуговування, яке включає в себе високоякісні страви, елегантне сервірування і персональне обслуговування. Меню може бути складеним з дорогих і різноманітних страв, включаючи делікатеси, розкішні морепродукти та винні колекції.

2. Коктейльний прийом: Це формат, який включає подачу різноманітних коктейлів та перекусів. В грандіозних заходах можуть бути запропоновані ексклюзивні коктейлі, створені спеціально для даного події. Бармени-експерти можуть виконувати шоу-програму з приготування коктейлів на великому барі [32, с. 78].

3. Персональне обслуговування: Це включає в себе індивідуальне обслуговування гостей на вищому рівні. Офіціанти та персонал кейтерингової компанії відповідають за всі потреби гостей, забезпечують комфорт і надають персоналізований сервіс.

4. Лаунж-зона: Це затишне місце, де гості можуть відпочивати, спілкуватися і насолоджуватися елітним обслуговуванням. Лаунж-зона може включати комфортні м'які меблі, елегантну декорацію, окремий бар та власний персонал для обслуговування гостей.

5. Гастрономічні шоу: Це формат, де гості можуть спостерігати за процесом приготування страв відомими шеф-кухарями. Цей вид кейтерингу включає в себе шоу-кухню, де майстри кулінарії демонструють свою майстерність та витонченість у приготуванні страв прямо перед очима гостей.

6. Винні дегустації: Це особливий вид VIP-кейтерингу, який включає дегустацію ексклюзивних вин, шампанських та інших алкогольних напоїв. Експерти-сомельє можуть розповісти гостям про особливості вина і рекомендувати оптимальні поєднання з стравами [24, .с 87].

Кожен з цих видів VIP-кейтерингу має свої особливості і залежить від типу заходу та побажань клієнта. Важливим аспектом усіх цих видів є розкіш, який створюється через вишукане обслуговування, ексклюзивні страви та індивідуальний підхід до кожного гостя.

Основний принцип VIP-кейтерингу полягає в тому, щоб надати гостям вищого рівня обслуговування, персоналізовані послуги та незабутні враження. Ось ще кілька видів VIP-кейтерингу:

7. Ексклюзивні тематичні вечірки: Це формат, де кейтерингова компанія створює неповторний декор, атмосферу та меню, що відповідають обраній тематиці заходу. Наприклад, можуть бути організовані вечірки у стилі великих кінофестивалів, ретро-вечірки або етнічні тематичні заходи.

8. Приватні кулінарні майстер-класи: Цей вид VIP-кейтерингу надає можливість гостям брати участь в особистому майстер-класі від відомого шеф-кухаря. Гості можуть вивчити секрети приготування ексклюзивних страв, дегустувати їх і отримати особисті поради від професіонала.

9. Ексклюзивні продукти та інгредієнти: Кейтерингові компанії VIP-рівня зазвичай пропонують найвищої якості продукти та рідкісні інгредієнти для своїх страв. Це можуть бути органічні продукти, рідкісні види м'яса або риби, розкішні сорти фруктів та овочів, що додають розкіш і унікальний смак усім стравам [24, с. 87].

10. Персональний шеф-кухар: Найвищий рівень VIP-кейтерингу може передбачати присутність особистого шеф-кухаря, який буде готувати страви прямо на місці. Це створює неповторний досвід і дозволяє гостям насолодитися унікальними смаками і запахами свіжоприготовлених страв.

Ці види VIP-кейтерингу можуть бути поєднані або адаптовані під конкретні потреби та бажання клієнтів. Основна мета - створити неповторний та незабутній досвід, який задовольнить найвищі очікування важливих гостей та клієнтів.

Узагалі, VIP-кейтеринг є розкішним і ексклюзивним варіантом обслуговування, який надається під час важливих заходів та подій. Він включає в себе не тільки високоякісні страви і елегантне сервірування, але й особистий підхід, персоналізований сервіс та унікальні деталі, які роблять кожен захід незабутнім [25, .с 87].

Основні види VIP-кейтерингу, такі як елітний банкет, коктейльний прийом, персональне обслуговування, лаунж-зона, гастрономічні шоу та винні дегустації, пропонують різноманітність підходів до задоволення вишуканих смаків і потреб клієнтів.

Незалежно від обраного типу VIP-кейтерингу, головна мета полягає в тому, щоб надати гостям неперевершену якість обслуговування, вишукані страви та незабутні враження, створюючи атмосферу розкоші і елегантності. Від шикарних вечірок до приватних заходів, VIP-кейтеринг допомагає зробити будь-яку подію винятковою та незабутньою для всіх присутніх гостей.

У підсумку, VIP-кейтеринг є ексклюзивною формою обслуговування на заходах, спрямованою на задоволення потреб високопосадованих осіб, зірок та важливих гостей. Він пропонує розкішні страви, елегантне сервірування, персональний підхід та унікальні деталі, які роблять кожен захід незабутнім. Основні види VIP-кейтерингу включають елітний банкет, коктейльний прийом, персональне обслуговування, лаунж-зону, гастрономічні шоу, винні дегустації та інші формати, які задовольняють різноманітні смаки та бажання клієнтів. Головна мета VIP-кейтерингу - створити неперевершений досвід, розкішну атмосферу та незабутні враження для гостей, забезпечуючи вищий рівень обслуговування та комфорту.

### 1.3. Фатори розвитку Vip-кейтерингу

VIP-кейтеринг є висококласною послугою кейтерингу, спрямованою на задоволення потреб клієнтів з вищими стандартами і вимогами. Розвиток VIP-кейтерингу може бути впливований кількома факторами.

Важливим фактором для розвитку VIP-кейтерингу є постійне оновлення та розширення меню. Клієнти, які шукають вищий рівень обслуговування, часто очікують унікальних та ексклюзивних страв, виготовлених з високоякісних інгредієнтів. Крім того, інновації в гастрономічних тенденціях і кулінарних техніках можуть додати привабливості до VIP-кейтерингу.

VIP-кейтеринг передбачає бездоганний рівень обслуговування для клієнтів. Це означає, що команда кейтерингу повинна бути професійною, доброзичливою та досвідченою. Розвиток VIP-кейтерингу вимагає постійного наголосу на наданні персоналізованого підходу до кожного клієнта, задоволенні їхніх індивідуальних потреб і забезпеченні вишуканого сервісу [32, с. 68].

В конкурентному світі кейтерингу важливо виділятися серед інших пропозицій. Розвиток VIP-кейтерингу може бути сприятий наданням унікальних

послуг, які недоступні в інших кейтерингових компаніях. Це може включати ексклюзивні локації для подій, індивідуальний дизайн подій, висококласне обладнання та інше.

Ефективний маркетинг та реклама є ключовими факторами для розвитку VIP-кейтерингу. Варто інвестувати в рекламні кампанії, маркетингові матеріали, веб-сайт і соціальні медіа, щоб залучити увагу потенційних клієнтів. Репутація і рекомендації також грають важливу роль у залученні нових клієнтів до VIP-кейтерингу.

Розвиток VIP-кейтерингу може бути сприятий залученням партнерів із суміжних галузей. Наприклад, співпраця зі стильними ресторанами, готелями, туристичними агентствами або організаторами подій може допомогти залучити нових клієнтів і розширити аудиторію VIP-кейтерингу [39, с. 65].

Ці фактори можуть сприяти розвитку VIP-кейтерингу та забезпечити йому конкурентоспроможність на ринку, привертаючи вибагливих клієнтів, які цінують вишуканість, якість та індивідуальний підхід.

Зважаючи на розвиток VIP-кейтерингу, є кілька важливих факторів, які впливають на його успіх та привабливість для клієнтів з високими вимогами.

Якість та інновації в меню є одним з ключових факторів. VIP-кейтеринг повинен постійно оновлювати своє меню, пропонуючи унікальні та ексклюзивні страви. Використання високоякісних інгредієнтів і новаторських гастрономічних технік додає привабливості до послуги.

Високий рівень обслуговування є ще одним ключовим фактором успіху. VIP-кейтеринг вимагає професіоналізму, досвіду та доброзичливості в команді кейтерингу. Клієнти, які шукають VIP-послуги, очікують бездоганного сервісу, який враховує їхні індивідуальні потреби та бажання.

Ексклюзивність і диференціація грають важливу роль у розвитку VIP-кейтерингу. Компанії повинні надавати унікальні послуги, які виходять за межі звичайного кейтерингу. Це можуть бути ексклюзивні локації для проведення

подій, індивідуальний дизайн та концепція заходу, а також високоякісне обладнання та інші елементи, що відрізняють їх від конкурентів.

Маркетинг і реклама є необхідними для просування VIP-кейтерингу. Ефективні маркетингові кампанії, включаючи рекламу, веб-сайт, соціальні медіа та інші інструменти, допомагають залучити увагу потенційних клієнтів. Репутація і рекомендації також відіграють важливу роль у привертанні нових клієнтів [32, с. 78].

Зв'язки з іншими галузями можуть також сприяти розвитку VIP-кейтерингу. Співпраця з ресторанами, готелями, туристичними агентствами або організаторами подій може забезпечити розширення клієнтської бази та відкриття нових можливостей для бізнесу.

Всі ці фактори разом сприяють розвитку VIP-кейтерингу, забезпечуючи вишуканість, високу якість та індивідуальний підхід до клієнтів з високими вимогами.

VIP-кейтеринг має свої особливості, які відрізняють його від звичайного кейтерингу. Основні характеристики VIP-кейтерингу включають:

1. Ексклюзивність та персоналізація: VIP-кейтеринг надає вищий рівень індивідуального обслуговування. Клієнти з вищими стандартами очікують унікального підходу, затишку та зручностей, що відповідають їхнім особливим потребам. Послуги VIP-кейтерингу можуть бути адаптовані до вимог і переваг кожного клієнта, надаючи ексклюзивність і персональний торч.

2. Вишукане меню та гастрономічна вишуканість: VIP-кейтеринг часто пропонує вишукані страви та дегустаційні меню, використовуючи тільки найкращі інгредієнти. Команда професійних кухарів та шеф-кухарів створює неперевершені гастрономічні враження, дотримуючись високих стандартів якості та творчості.

3. Естетика та дизайн: VIP-кейтеринг покладає особливу увагу на естетику та дизайн. Події, обслуговані VIP-кейтерингом, часто мають вишукане

оформлення, стильні декорації та унікальні концепції. Всі деталі, від кухонного обладнання до сервірування столу, підбираються з урахуванням вишуканості та елегантності.

4. Ексклюзивні локації: VIP-кейтеринг може бути організований в ексклюзивних локаціях, таких як розкішні вілли, приватні яхти, відомі готелі або простори з неперевершеним пейзажем. Це додає відчуття престижу та розкоші до події [30, с. 57].

5. Додаткові послуги та вигоди: VIP-кейтеринг може включати різноманітні додаткові послуги для забезпечення комфорту та задоволення клієнтів. Це можуть бути особисті офіціанти, персональні коктейльні бари, винні дегустації, послуги сомельє, жива музика та багато іншого.

Усі ці особливості роблять VIP-кейтеринг незабутнім досвідом для клієнтів, які бажають отримати вищий рівень обслуговування та вишуканості.

Додаткові особливості VIP-кейтерингу включають:

Гнучкість та адаптованість: VIP-кейтеринг готовий задовольнити будь-які особливі вимоги клієнтів. Він здатен працювати з обмеженим часом, адаптуватись до конкретних дієтарних обмежень або алергій, а також надати унікальні варіанти меню для особливих заходів.

Конфіденційність та приватність: VIP-кейтеринг дотримується високих стандартів конфіденційності та приватності. Клієнти можуть бути впевнені, що їхні дані, деталі події та особиста інформація будуть зберігатися в таємниці, а обслуговування буде проводитися з урахуванням вимог приватності.

Спеціалізовані послуги: VIP-кейтеринг може включати спеціалізовані послуги, такі як організація тематичних вечірок, корпоративних заходів, весіль, ювілеїв та інших урочистостей. Команда кейтерингу може вміло створити підходящу атмосферу та аранжувати подію з урахуванням її особливостей та цілей.

Професіоналізм та досвід: VIP-кейтеринг працює з висококваліфікованою командою, яка має досвід у проведенні елітних заходів та обслуговуванні вибагливих клієнтів. Це забезпечує високу якість обслуговування, бездоганну координацію та професійний підхід до кожної деталі.

Унікальний досвід: Основна мета VIP-кейтерингу полягає в створенні незабутнього досвіду для клієнтів. Він створює атмосферу розкіші, елегантності та задоволення, де кожна деталь допомагає підкреслити винятковість події.

VIP-кейтеринг є вищим рівнем кейтерингових послуг, що відповідає вимогам клієнтів з високими стандартами. Він поєднує вишуканість, персоналізацію та професіоналізм, надаючи неперевершений досвід та задоволення клієнтам, які шукають елітні події та обслуговування [24, с. 76].

У цілому, VIP-кейтеринг - це сфера, де кожна подія стає унікальною та незабутньою. Його особливості включають ексклюзивність, вишуканість, персоналізацію та неперевершений рівень обслуговування. VIP-кейтеринг надає можливість клієнтам насолодитися вишуканими стравами, вишуканим сервісом та елегантною атмосферою. Він відповідає високим стандартам і вимогам клієнтів, які цінують неперевершений досвід та ексклюзивність. Завдяки унікальним особливостям, VIP-кейтеринг створює незабутні спогади та залишає своїх клієнтів повністю задоволеними.

Кейтерингова компанія, що надає послуги виїзного обслуговування, має розгорнуту і сучасну матеріально-технічну базу, що дозволяє їй організувати та провести захід будь-якого масштабу та розташування на вимогу замовника. Останнім часом дедалі більш популярним стає проведення корпоративних свят на відкритих майданчиках, де люди можуть насолоджуватися природою, вдалим від міської суєти, шуму та транспортних заторів.

Заміські корпоративні заходи, організовані кейтеринговим сервісом, переважно проводяться влітку, але також є замовлення й у зимовий період, наприклад, новорічні вечірки в засніжених лісах. Професіоналізм кейтерингової

команди полягає в тому, що незалежно від пори року та місця проведення, їм важливо задовольнити бажання клієнта на найвищому рівні [30, с. 57].

Особливості організації літнього кейтерингу включають попередню підготовку простору для корпоративного заходу, де співробітники виїзного ресторану створюють навіс над гостями, щоб захистити їх від пекучого сонця. Кожен кейтерінговий оператор має укладені договори з постачальниками продуктів, а також з компаніями-партнерами, які забезпечують необхідне обладнання для швидкого розгортання наметів на чистому полі або в лісі. Враховуючи непередбачувані умови погоди, намети можуть бути легкими павільйонами з вікнами, дверима та підлогою. Поряд з цими "банкетними залами" встановлюються тенти, під якими розміщується кухонне обладнання та інше необхідне устаткування для роботи кухарів.

У літньому кейтерингу салати та соуси не заправляють майонезом, щоб уникнути можливих проблем зі шлунком у гостей. До того ж, організатори кейтерингу завжди мають додаткові запаси їжі на випадок необхідності. Якщо знадобиться, страви можуть бути приготовлені зі свіжих продуктів прямо на місці проведення заходу [22, с.117].

У підсумку, VIP-кейтеринг є вищим рівнем кейтерингових послуг, спеціалізованим на задоволенні вибагливих клієнтів з високими стандартами. Він пропонує ексклюзивність, персоналізацію, вишукане меню та гастрономічну вишуканість. Особливості VIP-кейтерингу включають естетику, дизайн, ексклюзивні локації та розширені послуги. Крім того, VIP-кейтеринг пропонує конфіденційність, приватність, гнучкість та професіоналізм. Весь цей підхід забезпечує клієнтам незабутній досвід, надаючи їм відчуття розкіші та винятковості. VIP-кейтеринг створює унікальні події, де кожна деталь допомагає підкреслити вишуканість та елегантність. Загалом, VIP-кейтеринг є вибором для тих, хто шукає найвищий рівень обслуговування та неперевершені враження.

## Висновки до розділу 1.

Таким чином, Vip-кейтеринг є ексклюзивним сегментом гастрономічної індустрії, який спрямований на задоволення вишуканих та індивідуальних потреб клієнтів. Він відрізняється високою якістю послуг, розкішними стравами та неперевершеним сервісом.

У науковій літературі були виявлені різні підходи до визначення та класифікації поняття "Vip-кейтеринг". Це свідчить про розмаїття інтерпретацій та розуміння даного явища.

Виділено основні елементи Vip-кейтерингу, серед яких варто відзначити індивідуальний підхід до клієнтів, використання вишуканих інгредієнтів та технік готування, ефектний дизайн страв та приміщень, висока якість обслуговування та створення незабутнього досвіду для гостей.

У наукових джерелах були виявлені актуальні проблеми розвитку Vip-кейтерингу, серед яких особливо варто відзначити забезпечення стабільної команди фахівців, впровадження інноваційних підходів, конкуренцію на ринку та екологічну відповідальність. Висвітлено роль маркетингу в розвитку Vip-кейтерингу. Ефективне позиціонування на ринку, розробка стратегій просування та залучення цільової аудиторії є ключовими факторами успіху в даній галузі.

Зазначено важливість навчання та професійного розвитку персоналу у сфері Vip-кейтерингу. Лише кваліфікована команда може забезпечити високу якість послуг та задоволення потреб вимогливих клієнтів.

Таким чином, дослідження загально-теоретичної характеристики Vip-кейтерингу в науковій літературі дозволило отримати глибше розуміння цього сегменту гастрономічної індустрії. Результати дослідження можуть бути використані для подальших наукових досліджень та практичного застосування у сфері Vip-кейтерингу.

# РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ VIP-КЕЙТЕРИНГУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

## 2.1. Тенденції розвитку Vip- кейтерингу в Україні

Кейтерингове обслуговування з'явилося на українському ринку у 90-х роках минулого століття. Однією з перших компаній, яка впровадила цю форму обслуговування, була "Гетьман-Фуршет". Спочатку вони мали переважно іноземних клієнтів. Кейтеринг в Україні залишається загадковим ринком. З одного боку, існують компанії, що займаються корпоративним харчуванням для армій, великих підприємств і державних установ з великими оборотами. З іншого боку, є відомі кейтерингові компанії, які мають свої власні правила. Ринок кейтерингу залишається мало вивченим і зрозумілим для звичайних споживачів, а навіть для цільової аудиторії, за словами гравців на ринку. Олександр Котолуп, засновник і власник компанії "Фігаро", вважає, що в Україні відсутня культура громадського харчування. У Франції припадає один стілець на чотирьох осіб в закладах громадського харчування, тоді як в Україні на одне місце припадає 400 гостей. В Україні понад тисяча компаній надають послуги подієвого кейтерингу, оскільки кожен готель або ресторан вважають обов'язковим мати можливість організувати банкет на відкритому повітрі. Обсяг всіх кейтерингових заходів, що проводяться поза ресторанами і готелями, в 2020 році становив близько 85 млн грн, а за підсумками 2021 року, за даними Всеукраїнської рекламної коаліції, зменшився до 72 млн грн. Загальний обсяг українського ринку подієвого кейтерингу складає менше 5% порівняно з Францією [34, с. 76].

Згідно з даними Державної служби статистики, в Україні на сьогоднішній день функціонує понад п'ять тисяч закладів, що надають кейтерингові послуги, тобто займаються постачанням готових страв. Ця група діяльності включає надання послуг з кейтерингу, пов'язане з постачанням готових страв на події або

протягом певного періоду часу, а також доставку продуктів харчування спортивним або іншим установам на основі концесії.

За офіційними даними, кількість таких підприємств у 2018 році становила 5094, що менше, ніж у докризовий період (5607 у 2014 році), проте вперше за чотири роки спостерігається тенденція до зростання (2,35% зростання в 2018 році порівняно з 2017 роком).

За даними порталу Delo.UA, в Україні послуги кейтерингу надають більше 300 спеціалізованих компаній. У 2018 році послуги виїзного харчування надавали 5366 підприємств, більшість з яких розвиває кейтерингову діяльність на базі стаціонарних закладів, таких як готелі чи ресторани. Кількість таких підприємств зменшилася до 5094 у 2021 році, що відповідає загальній тенденції скорочення бізнесу в ресторанній сфері під час кризових та післякризових періодів. Кількість спеціалізованих кейтерингових компаній майже залишилася на попередньому рівні [13, с. 87].

У сфері подієвого кейтерингу функціонує приблизно 260 спеціалізованих компаній. Оборот цих компаній у 2017 році склав 85 млн грн, але у 2018 році ринок скоротився на 15,3% і досяг показника в 72 млн грн. В цілому, обсяг українського ринку, включаючи постачальників їжі для армії, бортове обслуговування, держустанови тощо, у докризовому 2017 році становив майже 3,3 млрд грн і продовжував зростати до 2021 року, не зазнаваючи загальної тенденції зменшення ресторанного бізнесу. Відповідно, у 2021 році обсяг реалізованої продукції підприємств, що займаються постачанням готових страв, склав понад 7 млрд грн.(рис. 2.1.).

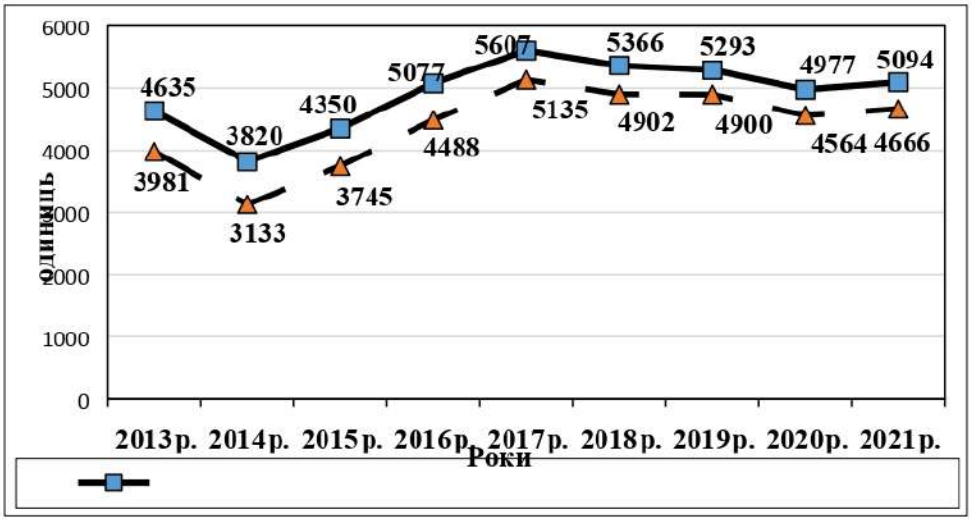


Рис. 2.1. Динаміка зміни кількості суб'єктів господарювання, що надають кейтерингові послуги за 2013-2021 р.р.

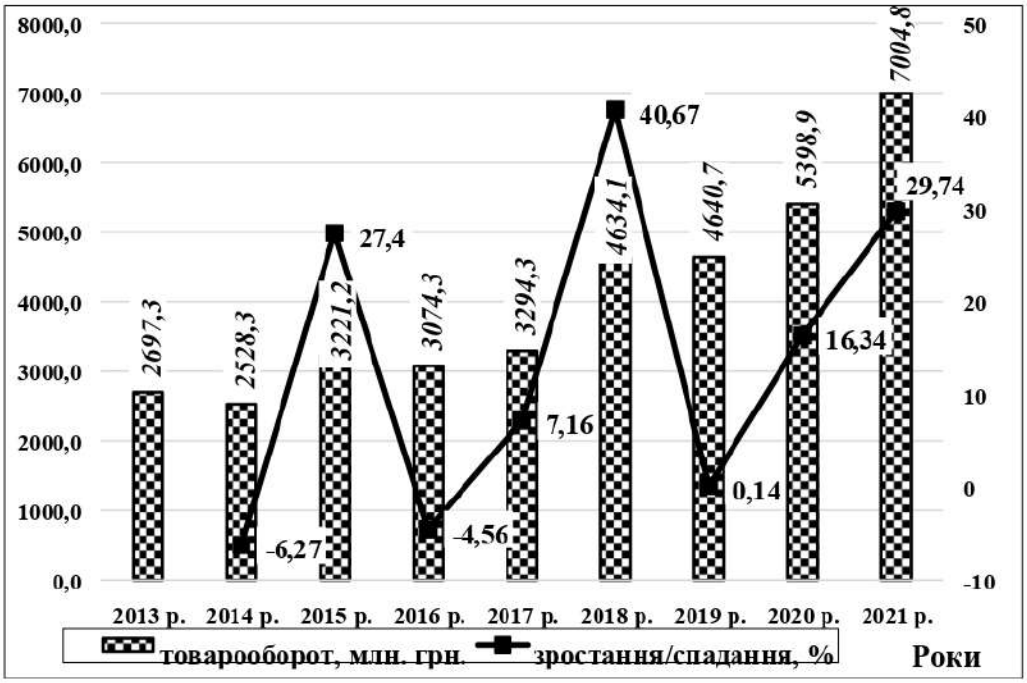


Рис. 2.3 Динаміка змін обсягу реалізованої продукції підприємствами, що здійснюють постачання готових страв у 2013-2021 р.р.

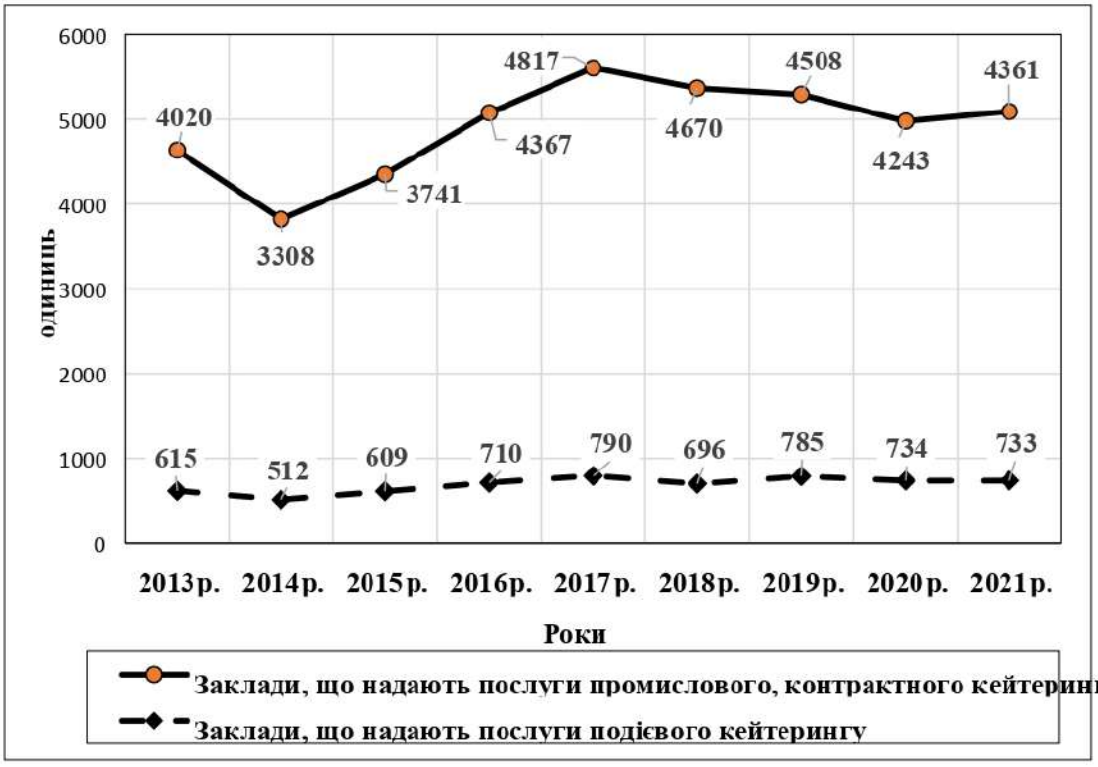


Рис. 2.3. Динаміка зміни чисельності закладів, що працюють у сфері подієвого та корпоративного кейтерингу у 2013-2021 р.р.

Незважаючи на позитивну динаміку зростання обсягів кейтерингових послуг, ринок кейтерингу в Україні можна вважати мало розвиненим. Основними споживачами таких послуг є корпоративні клієнти, які становлять близько 70% ринку [40 ,с. 68].

Слід відзначити, що основними напрямками розвитку для українського кейтерингового бізнесу є подієвий (івентивний) та контрактний (або корпоративний) кейтеринг. Хоча подієвий кейтеринг більш відомий для широкого споживача ресторанних послуг, кількість підприємств, що працюють у цій галузі, значно менша порівняно з підприємствами, що надають контрактні кейтерингові послуги. У 2021 році кількість закладів, які надають подієвий кейтеринг, була майже у шість разів менше, ніж у сфері контрактного кейтерингу. Загалом кількість закладів в обох напрямках на початок 2022 року була нижчою, ніж у докризовий період.

Більшість кейтерингових компаній працюють у великих містах, таких як Київ, Харків, Дніпро, Одеса та Львів, де розташовані штаб-квартири великих холдингів і корпорацій, з якими співпрацюють кейтерингові фірми.

Загалом, кейтерингові послуги можна розділити на дві великі категорії: корпоративне обслуговування і індивідуальне обслуговування. Перша категорія включає приготування сніданків, обідів і іноді вечері, і вона має досить однорідний характер. Індивідуальне обслуговування охоплює надання різних заходів, таких як прийоми, урочисті події і вечірки. Також існує особлива сфера обслуговування, пов'язана з державними організаціями, яка схожа на корпоративне обслуговування. Однак ці кейтерингові послуги, надаються в школах, лікарнях та інших державних установах, відрізняються низьким бюджетом і середньою якістю [15, с. 65].

У 2014 році французька компанія "Sodexo" була лідером ринку кейтерингу в Україні, а на конкуренцію їй виходили такі компанії, як "Єврокейтерінг", "Диліжанс", "Джем кейтеринг" і "VIP кейтеринг".

Міжнародна група "Sodexo" з Франції є другою за розміром в світовій індустрії кейтерингу і є найбільш рейтинговою компанією у своєму секторі згідно індексу стійкості Dow Jones (DJSI). Компанія має представництва в 76 країнах світу і своєю місією вважає поліпшення якості життя людей, сприяючи їх здоров'ю, щастю та мотивації протягом усього життя, а також підвищенню ефективності та продуктивності компаній і організацій. "Sodexo" надає послуги у 10 галузях, включаючи бізнес та промисловість, оборону, енергетику та ресурсовидобувні компанії, урядові установи, організації охорони здоров'я, місця позбавлення волі, школи, послуги для літніх людей, роздрібну торгівлю їжею під час дозвілля та спортивні заходи, а також університети. Компанія постійно розвивається, враховуючи потреби клієнтів і харчові тенденції, та працює над забезпеченням різноманітних потреб гостей, які змінюються з плином часу. Вона також зосереджується на впровадженні більш екологічно чистих виробничих

процесів з метою зменшення кількості харчових відходів та втрат харчових продуктів на 50% до 2025 року [27 ,с. 78].

"Compass Group" є найбільшою світовою корпорацією зі штаб-квартирою у Великобританії, яка працює у 45 країнах світу. Компанія щороку реалізує 5,5 мільярда страв та надає послуги з харчування та супроводу в п'яти секторах ринку, зокрема бізнес та промисловість, охорону здоров'я та літніх людей, освіту, спорт та дозвілля, а також оборону та віддалені регіони. (рис. 2.4.).

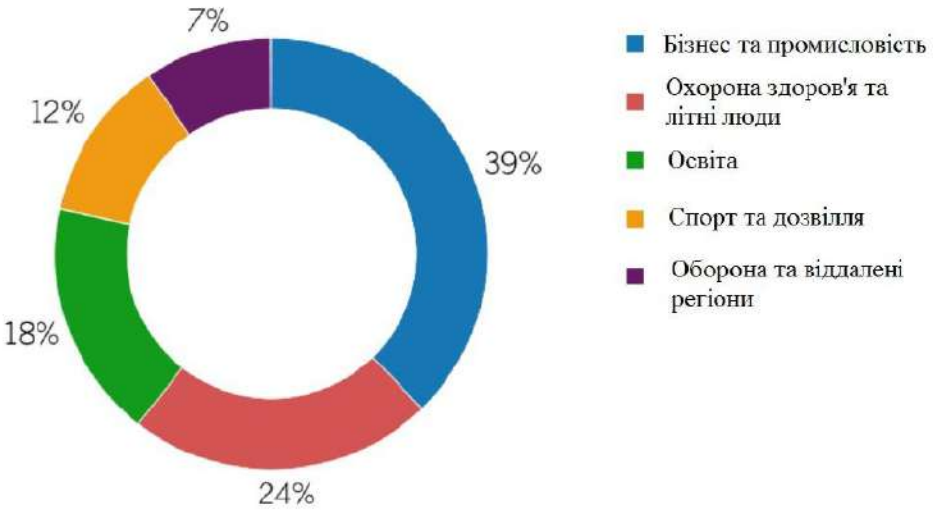


Рис. 2.4. Розподіл реалізації продукції корпорації «Compass Group» за секторами ринку

Так, корпорація "Compass Group" дійсно має широкий спектр клієнтів і пропонує різноманітні харчові рішення для різних секторів ринку. Вона зосереджується на впровадженні інноваційних підходів до харчування та задоволення потреб клієнтів. Її клієнтська база включає такі великі компанії, як Google, Intel, Coca-Cola, Chevron, Boeing, Microsoft, HSBC, American Express, Bank of America Merrill Lynch, Nike, Shell та багато інших [18 ,с. 65].

Організація харчування справді є одним з основних джерел прибутків для корпорації "Compass Group". Вони прагнуть постійного зростання і розширення своєї присутності на ринку. Забезпечення якісного харчування і відповідь на

різноманітні потреби клієнтів дозволяють їм займати провідні позиції у галузі кейтерингу.

Важливо відзначити, що інформація про клієнтську базу може змінюватися з часом, оскільки підприємства можуть укладати або припиняти контракти з різними постачальниками кейтерингових послуг залежно від своїх потреб і стратегії. Тому актуальну інформацію про поточні клієнти корпорації "Compass Group" слід перевіряти на офіційних джерелах або зв'язуватися безпосередньо з компанією.

На українському ринку кейтеринг-послуг існує хаотична ситуація з великою кількістю протиріч. З одного боку, багато ресторанів і кафе стикаються з проблемою простоювання вранці та вдень, оскільки вони не мають необхідних ресурсів (таких як автопарк, реклама, фахівці) та бажання організовувати власний кейтеринг. З іншого боку, керівництво багатьох фірм і організацій зацікавлене у забезпеченні доставки гарячих обідів для своїх співробітників [26 ,с. 78].

Деякі компанії, наприклад група Імпел, спеціалізуються на організації повного циклу їдальні на місці клієнта, а інші надають кейтерингові послуги для Збройних Сил України та постачання їжі для службовців системи ППО.

У великих містах популярним є кейтеринг, який здійснюється через ресторанне обслуговування святкових заходів. Проте, існує ринковий сегмент, в якому компанії концентруються на приготуванні та доставці готової продукції ресторанного господарства безпосередньо до замовника (додому, в офіс, на робоче місце або місце відпочинку). Прикладом такої діяльності є угода між українськими мережами McDonald's і Salateira та сервісом доставки Glovo, який вже успішно працює у багатьох країнах [11, с. 55].

Український ринок привертає все більше учасників, таких як UberEats та Menu Group, які надають послуги доставки їжі в різні міста України. Menu Group, зокрема, планує розширити свою діяльність у Харкові, Дніпрі, Одесі та Львові. За останні роки ринок доставки готової їжі в Україні зростає на 20-25% щороку,

що пов'язано зі зростанням користувачів мобільного інтернету та збільшенням популярності онлайн-замовлень.

Ці дані та факти підтверджують значний вплив харчування на здоров'я та показують, що зміна структури раціону харчування може мати негативні наслідки. Зростання споживання оброблених продуктів, насичених жирами та цукрами, може призвести до проблем зі здоров'ям, такими як ожиріння, серцево-судинні захворювання та цукровий діабет. Дослідження показують, що загальний підхід до дієти та раціону харчування є важливим для підтримання здоров'я.

У зв'язку з цим, співпраця між мережею fasthealthy ресторанів Salateira та сервісом ДНК-тестів Myhelix вказує на зростаючий інтерес до індивідуалізованого харчування. Використання генетичних показників для рекомендацій стосовно раціону харчування може допомогти людям зрозуміти, які продукти краще підходять для їхнього організму і як змінити свої харчові звички для поліпшення здоров'я.

Також важливо відзначити, що поєднання закладів харчування, які пропонують здорові страви з врахуванням світових тенденцій, зі службами доставки їжі створює більше варіантів вибору для споживачів і сприяє змінам у раціоні харчування більш широкої аудиторії [31, с. 67].

В цілому, ці зміни на ринку харчування свідчать про зростаючу свідомість людей щодо здорового харчування та прагнення до індивідуалізації раціону, що може мати позитивний вплив на загальне здоров'я і благополуччя.

Зовнішнє обслуговування подій (відоме як кейтеринг або event catering) з'явилося внаслідок потреби забезпечити ресторанне обслуговування там, де немає постійного ресторану або навіть недостатньо обладнаної кухні. Компанії, що займаються кейтерингом, мають свою власну специфіку, яка відрізняє їх від ресторанів та постійного обслуговування. По-перше, тут використовується зовсім інша технологія приготування, зберігання і сервірування страв. По-друге, виникають проблеми, пов'язані з транспортуванням: багато страв складно

доставити. По-третє, робота в "польових" умовах створює свої виклики [18]. Одна з київських компаній, "Живіт-кейтеринг", яку в дослідженні 2018 року віднесли до топ-5 кейтерингових компаній України, організувала протягом останнього року 337 заходів у чотирьох можливих варіантах декору. Для цих заходів запропонувалися такі формати обслуговування, як фуршет, шведська лінія, бенкет, кава-брейк та коктейль. Крім того, компанія пропонує доставку закусок у паперових контейнерах без подальшого обслуговування (замовлення від 2000 грн) [20, .с 75].

Відомо, що успіх подієвого кейтерингу базується на трьох основних компонентах: сервісі, продукті та логістиці. У ресторані присутні сервіс і продукт, але немає логістики. У доставці є логістика та продукт, але відсутній сервіс. Тому саме подієвий кейтеринг повинен поєднувати всі три компоненти, щоб клієнт розумів, чому ціни на страви вищі, ніж у ресторані [21]. На українському ринку лідером кейтерингових послуг є компанія "FigaroCatering", яка має десятки варіантів декору для проведення корпоративних та приватних заходів, освітніх і PR-подій. Вона постійно оновлює свої рекорди діяльності щороку (рис. 4). Ці дані свідчать про те, що кризові явища не суттєво вплинули на кейтеринговий бізнес через зростання числа людей, які приділяють увагу здоровому харчуванню.

Компанія розробила покрокову стратегію, спрямовану на досягнення успіху і отримання більшого прибутку. Перш за все, вони зосередилися на масштабних заходах, які приносять більше прибутку, і змінили систему мотивації персоналу, щоб спонукати їх працювати більш ефективно. Тимчасово вони відмовилися від приватних замовлень, які були більш важкими емоційно і не давали значного прибутку. Замість конкуренції, вони встановили відкрите партнерство з івент-агенціями.

Компанія також змінила свою модель продажів і типізацію, щоб зробити їх більш ефективними. Вони почали планувати заходи заздалегідь, навіть якщо це

перевищує їх поточні можливості, і готували необхідні ресурси для таких випадків. Крім того, вони розробили власну систему виїзного обслуговування та технології для масштабного розгортання польових кухонь.

Компанія вклала зусилля в підготовку свого персоналу, створивши школу офіціантів і поварів. Вони готували "надлишковий" персонал, який може обслуговувати заходи будь-якого масштабу. Фокусування на преміальному сегменті стало ще однією складовою стратегії, і вони відділили стандартні заходи від преміальних. Крім того, вони відкрили "надлишковий" преміальний офіс в центрі Києва для зручного спілкування з клієнтами та партнерами [32, с. 78].

Активне партнерство з власниками найкращих площ для заходів і система взаємного просування стали ще одними важливими складовими стратегії. Компанія змінила цикл створення і використання гастрономічних колекцій, щоб отримати більші результати від кожної колекції. Вони також розширили свою присутність в регіонах, відкривши філії в Одесі і Дніпрі.

Оновлення команди було важливою складовою стратегії компанії. Вони зосередилися на залученні працівників, які мають схожі цінності і запити до роботи, що сприяє покращенню командної роботи. Крім того, вони повернулися до проведення приватних заходів на новій преміальній основі.

Найважливішим елементом стратегії є постійний пошук нових ідей та wow-ефектів для заходів. Компанія розуміє, що задоволені клієнти є ключовим фактором успіху, тому вони намагаються знати, що саме їх клієнти бажають і враховувати їх побажання. Для цього вони збирають повернутий зворотний зв'язок від клієнтів і активно спілкуються з ними, забезпечуючи позитивне враження від компанії на всіх рівнях.

Яскравим прикладом позитивної роботи з клієнтами є діяльність американської компанії «Costco» (мережа магазинів дрібнооптової торгівлі), стратегія якої полягає в тому, щоб пропонувати покупцям широкий асортимент високоякісних товарів за цінами, нижчими, ніж у конкурентів та ще і з

першокласним сервісом. Ця стратегія зробила власниками членської карти магазину вже майже 81 млн осіб, які регулярно користуються цими картками для придбання товарів. «Costco» стала першою компанією, яка виросла з нуля до продажів у 3 млрд дол. за термін менше шести років і у 2014 році компанія зайняла 14 місце в списку Fortune 500, а за версією ACSI (Американський коефіцієнт задоволеності клієнтів) Costco займає перше місце серед ритейлерів з 84 балами із 100 [30, с. 67].

Діяльність компанії "Costco" дійсно є вражаючим прикладом успіху завдяки їхній стратегії, спрямованій на задоволення клієнтів і надання високоякісного сервісу. Ці прості, але важливі істини також можуть бути використані кейтеринговими компаніями для поліпшення відносин з клієнтами та забезпечення успіху.

## 2.2. Аналіз ринку кейтерингу в Україні

Кейтеринг є гнучким та різностороннім бізнесом, який активно розвивається в Україні. "Magic Fountain", "Стелс-Україна" та інші компанії, а також "Джем кейтеринг", "Рудий кінь", "Канапешка", "Італійський дворик" та інші на Черкащині стають все більш популярними. Навіть у всесвітньо відомій корпорації "Compass Group" з Великобританії надаються послуги VIP кейтерингу, організація харчування в аеропортах та соціальне харчування для 23 армій різних країн. Більшість великих кейтерингових компаній мають свої базові кухні, складські приміщення та підсобні споруди, де працюють кухарі та інші ресторанні працівники. Зазвичай, у них є шеф-кухар та менеджер з продажу послуг. Решта персоналу наймається на конкретні події [31, с. 43].

На жаль, ринок кейтерингових послуг перенасичений у напрямі обслуговування свят та фуршетів. З іншого боку, у сфері офісних обідів він, за експертними оцінками, заповнений лише на 20% і має великий потенціал. Проте

майже ніхто не займається просто доставкою обідів, це стає окремим напрямком діяльності ресторанів і кав'ярень [24 ,с. 80].

Ще одна конкурентна стратегія кейтерингових послуг - пропонувати клієнтам різноманітне меню, яке включає традиційні страви, а також вегетаріанські, пістні та дієтичні варіанти. Великі кейтерингові компанії можуть готувати окремі раціони відповідно до групи крові.

Велика кейтерингова компанія, яка постійно співпрацює з багатьма клієнтами на основі укладених договорів, забезпечує якісне харчування та обслуговування. Страви, приготовані кухарями кейтерингової компанії зі свіжих продуктів, завжди відрізняються різноманіттям, якістю та смаком.

На сьогоднішній день на ринку України існує близько 260 компаній, які спеціалізуються на подієвому кейтерингу. За даними Всеукраїнської рекламної коаліції (VRK), їх сукупний обіг у 2016 році становив 85 млн. грн. У 2017 році ринок зменшився на 15,3%, досягнувши обсягу в 72 млн. грн. Усього обсяг ринку кейтерингу, включаючи постачальників їжі для армії, бортове обслуговування, державні установи тощо, становить 3 млрд. грн.

Український ринок кейтерингу переважно сконцентрований у двох великих містах - Києві та Одесі. Київ займає близько 62% загального обсягу ринку кейтерингу в Україні, Одеса - 22%. Решта міст країни становлять лише 16% від українського ринку кейтерингу (Львів, Харків) [16, с. 89].

Основними причинами такої структури ринку є те, що цей ринок історично склався саме у згаданих містах, висока чисельність населення в них, розвинена бізнес-інфраструктура та частота проведення різних заходів (виставки, ярмарки, конференції, корпоративи і т.д.). Проведемо аналіз ринку провідних кейтерингових компаній України та їх надані види послуг, які представлені у таблиці 2.1.

З таблиці 2.1 видно, що на українському ринку діє кілька сильних кейтерингових компаній, основні з яких знаходяться у Києві. Нажаль, багато

кейтерингових компаній в Україні декларують широкий спектр послуг, але після детального перевірки виявляється, що багато з цих послуг надаються на основі посередництва. Наприклад, більшість кейтерингових компаній в Україні пропонують меблі, текстиль та інше обладнання в оренду, але самі не володіють цими речами. Звертаючись до них, клієнти ризикують переплатити від 20% до 50%, оскільки цей відсоток є комісійним збором, який компанія бере за свої посередницькі послуги, звертаючись до тих, хто має необхідні меблі, посуд або обладнання.

Таблиця 2.1

Аналіз ринку лідерів кейтерингових компаній України, і види послуг, які вони надають

| Кейтерингова компанія | Інтернет сайт | Фуршети,банкети, кава-брейк | Оренда меблів, скатертин и, посуду | Кейтерінг для яхт, літаків, автобусів | Доставка обідів, комплексні обіди, | Доставка їжі і готових страв додому |
|---|---|---|---|---|---|---|
| «Фігаро» - ресторан виїзного обслуговування | Figaro.ua | Так | Так | Так | Ні | Так |
| VIP catering | vipcatering.com.ua | Так | Так | Так | Ні | Так |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Сіль і Перець | saltandpepper.com.ua | Так | Так | Так | Ні | Так |
| Ваш кулинарный партнер | vkp-catering.kiev.ua | Так | Так | Так | Ні | Так |
| Студия кейтеринга Chef | chef.lviv.ua | Так | Так | Так | Так | Так |
| Ессен | essen.com.ua | Так | Ні | Посередники | Ні | Так |
| Bon appetite catering service | bonappetite.com.ua | Так | Так | Так | Ні | Так |
| Бокс кейтеринг | box-catering.com.ua | Так | Посередники | Так | Ні | Так |
| Кейтеринг «Рутасервіс» | ruta-service.com.ua | Так | Так | Так | Ні | Так |
| Lux Catering | luxcatering.com.ua/services/ | Посередники | Ні | Так | Ні | Так |
| Yes! Catering | yescatering.com.ua | Так | Так | Посередники | Ні | Так |
| Єврохата | Evrohata.com.ua | Так | Ні | Ні | Так | Ні |

Справді, конкуренція на ринку кейтерингових послуг є жорсткою, і підприємствам необхідно впроваджувати інновації та оригінальні ідеї, щоб забезпечити свою конкурентоспроможність. Використання іноземних технологій може бути одним зі способів привернення споживачів і досягнення соціального або економічного результату.

На ринку подієвого кейтерингу в Україні головними гравцями є компанії "Фігаро", VIP catering, "Сіль і Перець" та інші. Вони змагаються не лише серед себе, але і зі стаціонарними закладами, такими як ресторани та готелі, які розглядають кейтеринг як додаткову послугу для свого бізнесу [45 ,с. 76].

За даними інформаційного порталу Checkpoint Business Media, провідними компаніями у сфері кейтерингу в Україні є "Живіткейтеринг" (Київ) з такими клієнтами, як "Київський ювелірний завод", L'Oréal, Multiplex Cinema, Samsung та канал "Україна"; студія кейтерингу Chef (Львів), яка працює вже 6 років та реалізувала понад 1500 проектів; "Фігаро-кейтеринг" (Одеса), що працює протягом 15 років та обслуговувала понад 10 000 заходів для мільйона гостей з такими клієнтами, як Danone, Unicef, "Космо", Mary Kay, "Київстар" і "Одеський міжнародний кінофестиваль"; "Ессен" (Харків), яка працює на ринку вже 15 років і має власну виробничу базу та автопарк; Rich catering (Дніпро), яка працює на ринку 8 років [5].

Крім компаній, що обслуговують виїзні заходи, на українському ринку успішно функціонують підприємства, спеціалізуються на контрактному "корпоративному" кейтерингу. Ця модель відрізняється від подієвого кейтерингу і залучає клієнтів, таких як великі промислові підприємства, в'язниці, дитячі садки, лікарні та аеропорти, а також військові заклади.

Загалом, ринок кейтерингу в Україні є досить конкурентним і розвинутим, з різноманітними компаніями, які пропонують широкий спектр послуг для різних типів клієнтів.

Характеризуючи основних гравців на ринку кейтерингових послуг, варто відзначити, що цей ринок сильно розділений на сегменти. Наприклад, компанії "Авіка", "Адмет-груп", "Укрпродакорд ОР" і "Артек-Союз" протягом багатьох років спеціалізувалися на поставках харчування військовослужбовцям. У 2018 році вартість одного дня харчування для солдата на базі становила 57,24 грн, а на кораблі - 59 грн. Загалом, на той час на службі в Україні перебувало понад 189 тис. осіб, і компанії отримали загальний дохід у розмірі 902 млн грн. У 2019 році міжнародна компанія METRO Cash & Carry Ukraine виграла тендер на поставку харчування в армію через систему електронних державних закупівель ProZorro і поступилася чотирьом попереднім гравцям. METRO Cash & Carry Ukraine зуміла знизити вартість поставки з 3,2 млн грн до 2,15 млн грн, що призвело до заощаджень держави в розмірі 34% бюджету і зниження вартості одного дня харчування до 43 грн [6]. У 2021році чисельність збройних сил України перевищила 255 тис. осіб, а METRO Cash & Carry Ukraine закінчила фінансовий рік з прибутком в розмірі 467 млн грн [37 ,с. 76].

У сфері корпоративного кейтерингу для працівників великих промислових підприємств компанії "Управління громадського харчування і торгівлі" та "Корпус Групп Комтек" є домінуючими. Клієнтами першої компанії є такі промислові гіганти, як "Запоріжсталь" і "Азовсталь", а друга компанія обслуговує ПАТ "АрселорМіттал".

Забезпечення харчування на транспорті є важливою складовою цього ринку, і міжнародна компанія Do&Co, яка у 2015 році придбала українську компанію "Київ Кейтеринг", є одним з найбільших гравців в цьому сегменті. У 2017 році вона контролювала 70% ринку, зокрема, її основним клієнтом була авіакомпанія МАУ. Дохід компанії становив 208 млн грн [21, с. 88].

Серед основних тенденцій на ринку кейтерингових послуг в Україні слід відзначити наступне. Починаючи з 2014 року, кількість компаній, що входять на ринок кейтерингу, була меншою, ніж тих, що припиняли свою діяльність, і лише

у 2021-2022 роках ситуація трохи стабілізувалася. Це пов'язано не лише з економічною кризою, але й зі значною конкуренцією в галузі, зі зниженням рентабельності кейтерингового бізнесу (рівень операційної рентабельності у 2018 році становив 1,9%, у 2016 році - 1,1%, у 2020 році - 0,2%, і лише у 2021 році він зрос до 2,1%) [3]. Однією з причин є невідповідність якості послуг потребам ринку.

Так, проблеми, пов'язані зі залученням і утриманням клієнтів, виникають на ринку кейтерингових послуг в Україні. Відсутність індивідуальності у багатьох компаніях може призвести до того, що клієнтам буде байдуже, з якою саме компанією вони співпрацюють. Висока конкуренція на ринку може спонукати деякі компанії працювати за демпінговими цінами, що може погіршити якість обслуговування і призвести до розорення.

Однак, для збереження обсягів продажів і доходів кейтерингові компанії намагаються працювати в різних сегментах ринку, що може вимагати розробки власних конкурентних переваг і індивідуалізації їх діяльності. Така стратегія може впливати на якість наданих послуг і негативно впливати на доходи компаній, навіть у преміум-сегменті [32 ,с. 79].

Однією з основних причин незадовільної якості послуг кейтерингових компаній є неправильна структурна організація, недостатня мотивація персоналу, відсутність формалізації і стандартизації бізнес-процесів, а також низький рівень професіоналізму персоналу. Це може бути особливо помітно у випадку тимчасового персоналу, який може бути менш мотивованим на підтримку іміджу компанії. Недостатня професійна освіта персоналу також може впливати на якість наданих послуг.

Отже, існують деякі виклики і проблеми, які необхідно вирішити на ринку кейтерингових послуг в Україні, щоб поліпшити якість обслуговування і досягти стабільного розвитку цієї галузі.

Таким чином, можна узагальнити, що найбільш гостро на ринку вітчизняних кейтерингових послуг виражені проблеми пов'язані з: недостатньо високими темпами зростання бізнесу; якістю послуг, що надаються; недобросовісною конкуренцією; відсутністю кваліфікованого персоналу; неправильною структурною організацією компаній [18, с. 10].

Проте ринок кейтерингових послуг України продовжує розвиватися, з певних позицій він може бути розглянутий як ефективний. Кейтеринг є однією з перспективних і зростаючих галузей вітчизняного ресторанного бізнесу. Серед основних тенденцій його подальшого розвитку виділяють: зростання кількості спеціалізованих закладів; розвиток нових кейтерингових форматів організації харчування, як, наприклад, екокейтерингу; підвищення мобільності кейтерингових компаній у результаті вдосконалення їх матеріально-технічної бази та забезпечення кваліфікованими кадрами; впровадження ефективних логістичних прийомів та вдосконалення маркетингової політики кейтерингових підприємств.

## 2.3. Проблеми організації кейтерингових послуг на ринку України

Сьогодні розширюється кількість ресторанів не лише у великих містах, але й по всій Україні. Це пояснюється зростанням рівня життя та доходів населення, що створює більше потенційних клієнтів для ресторанів.

У ресторанному бізнесі ведеться жорстка конкуренція за клієнтів. Успішним підприємствам необхідно постійно впроваджувати передові технології, підвищувати рівень обслуговування і надавати нові ексклюзивні послуги для приваблення клієнтів. Останнім часом дедалі більш популярним стало використання західних технологій у цій галузі для досягнення соціальних або економічних результатів. Тому поняття "кейтеринг" стало широко поширеним і набуває значення в суспільстві.

На ринку кейтерингових послуг в Україні існує нестабільність. З одного боку, багато ресторанів і кафе мають періоди неактивності, коли вони не працюють уранці або в певний сезон, і не мають ресурсів або бажання організовувати власну службу кейтерингу. З іншого боку, багато компаній і організацій бажають забезпечити своїх співробітників гарячими обідами. Проте між цими двома ланками ланцюжка відсутні активні особи, які могли б виконувати функції доставки та займатись рекламою, пошуком клієнтів та іншими організаційними питаннями [25 ,с. 76].

На ринку кейтерингових послуг особливо обмежений сегмент офісних обідів, що становить лише невеликий відсоток. Мало хто пропонує чисто доставку обідів, це в основному додатковий вид діяльності для ресторанів і кафе.

Для успішного розвитку ринку кейтерингових послуг в Україні важливим фактором є наявність конкурентного середовища. З історичних причин цей вид послуг спочатку розвивався в столиці країни, тому в регіонах відсутні сформовані споживчі переваги, а наявність великих ресторанів з високими цінами зменшує доступність для всіх категорій споживачів.

Ще однією з проблем розвитку ринку кейтерингових послуг є недостатність інформаційного поля, що дозволить інформувати як споживача про наявність та асортимент послуг кейтерингових фірм, так і самої компанії про новинки в технології та організації цих послуг.

Шляхами вирішення проблем розвитку кейтерингу в загальнодержавному та регіональному масштабах в Україні є:

- підвищення мобільності кейтерингових компаній, що першочергово пов'язана з їх матеріально-технічною базою та наявними кваліфікованими кадрами;

- розширення асортименту страв у меню із врахуванням потреб споживачів у здоровому харчуванні, вживанням низькокалорійної та смачної їжі та релігійними особливостями;

- вдосконалення асортименту та підвищення якості пропонованих кейтерингових послуг;

- впровадження науково-обгрунтованих логістичних прийомів та вдосконалення маркетингової політики кейтерингових компаній;

- оптимізація роботи та пошук нових каналів просування і збуту кейтерингових послуг [30, с. 58];

- застосування нових інформаційних технологій та тенденцій на ринку кейтерингу, зокрема стимулювання розвитку «екологічного кейтерингу».

Отже, виходячи з того, що сфера ресторанного бізнесу в нашій державі рухається вперед досить стрімко, підкоряючись економічним законам попиту і пропозиції, а також конкуренції за споживача, кейтеринг може стати дуже прибутковою справою. Подальші перспективи на ринку повинні бути пов'язані із залученням інвестиційних коштів з метою реалізації розглянутих перспектив.

Проблемою розвитку ринку кейтерингових послуг є недостатність інформації для споживачів про наявність та асортимент послуг кейтерингових компаній, а також недостатнє інформування самої компанії про нові технології та організацію цих послуг.

Для розв'язання цих проблем в Україні на загальнодержавному та регіональному рівнях можна вжити наступні заходи:

1. Підвищення мобільності кейтерингових компаній шляхом покращення їх матеріально-технічної бази та наявності кваліфікованих кадрів.

2. Розширення асортименту страв у меню з урахуванням потреб споживачів у здоровому харчуванні, низькокалорійній та смачній їжі, а також врахування релігійних особливостей.

3. Покращення асортименту та якості наданих кейтерингових послуг.

4. Використання науково обгрунтованих логістичних підходів та вдосконалення маркетингової політики кейтерингових компаній.

5. Оптимізація роботи та пошук нових каналів просування і збуту кейтерингових послуг.

6. Впровадження нових інформаційних технологій та трендів на ринку кейтерингу, зокрема розвиток "екологічного кейтерингу".

З огляду на швидкий розвиток сфери ресторанного бізнесу в Україні і конкуренцію за споживачів, кейтеринг може стати дуже прибутковим бізнесом. Для подальшого розвитку ринку необхідно залучення інвестицій з метою реалізації вищезазначених перспектив [14, с. 78].

На ринку України існують деякі проблеми, пов'язані з організацією кейтерингових послуг. Основні проблеми включають:

1. Недостатня інформованість споживачів: Багато потенційних клієнтів не мають достатньої інформації про наявність та асортимент кейтерингових послуг. Це може стати перешкодою для їх вибору і замовлення кейтерингу. Недостатність реклами та маркетингової активності кейтерингових компаній може призводити до обмеженого розповсюдження і відомості про їх послуги.

2. Висока конкуренція: Ринок кейтерингу в Україні досить конкурентний, з багатьма компаніями, що пропонують подібні послуги. Це створює тиск на кейтерингові компанії, змушуючи їх постійно покращувати якість обслуговування, інновації та знаходити способи вирізнятися серед конкурентів.

3. Недостатність кваліфікованих кадрів: Організація кейтерингових послуг вимагає наявності кваліфікованих працівників, включаючи кухарів, офіціантів, логістичний персонал та інших спеціалістів. Проте, нерівномірний розподіл кадрів та відсутність професійної підготовки можуть призвести до складнощів у залученні та збереженні кваліфікованих працівників.

4. Сезонність попиту: Кейтерингові послуги часто залежать від сезонності попиту, зокрема від організації весіль, корпоративних заходів та

інших святкових подій. Це може створювати нестабільність в роботі кейтерингових компаній і проблеми з плануванням ресурсів та персоналу.

5. Якість інфраструктури: Наявність відповідної інфраструктури, такої як сучасні кухні, транспортні засоби та обладнання, є важливим фактором для успішної організації кейтерингових послуг. Недостатність інфраструктури може ускладнити проведення подій і знизити якість наданих послуг.

6. Регуляторні обмеження: Існують певні регуляторні обмеження та вимоги щодо організації кейтерингових послуг, такі як ліцензування, санітарні та гігієнічні норми, вимоги безпеки харчових продуктів тощо. Дотримання цих обмежень може становити виклик для кейтерингових компаній та вимагати додаткових зусиль і витрат [30 ,с. 58].

Для вирішення цих проблем важливо розвивати ефективну маркетингову стратегію, підвищувати кваліфікацію працівників, вдосконалювати інфраструктуру та співпрацювати зі стосовними органами щодо регуляторних питань. Також необхідно постійно вивчати та адаптуватися до змін у вимогах споживачів та новітніх технологічних тенденцій, щоб забезпечити високу якість та конкурентоспроможність кейтерингових послуг на ринку України.

Окрім цих основних проблем, також можуть виникати інші виклики, залежно від конкретних умов і контексту організації кейтерингових послуг. Наприклад:

Вартість та фінансові обмеження: Проведення кейтерингових заходів може бути дорогим, зокрема через витрати на інгредієнти, прокат обладнання, оренду приміщень та оплату працівників. Кейтерингові компанії повинні знаходити баланс між вартістю послуг і прибутковістю, а також шукати способи ефективного управління витратами.

Управління ризиками: Організація кейтерингових послуг пов'язана з певними ризиками, такими як втрата часу або грошей у разі скасування заходу, проблеми з якістю їжі, нестача необхідного обладнання або невідповідність

очікуванням клієнтів. Кейтерингові компанії повинні мати систему управління ризиками, щоб зменшити вплив таких негативних ситуацій на свою діяльність.

Сезонні коливання попиту: Як вже згадувалося, кейтерингові послуги часто піддаються сезонним коливанням попиту. Це може створювати періоди з високою завантаженістю та періоди низького попиту, що ускладнює планування ресурсів, утримання персоналу та стабільну роботу компанії протягом усього року [32, с. 78].

Утримання високої якості: Ключовим фактором успіху в кейтерингові сфері є надання високоякісних послуг. Це вимагає не тільки досконалого приготування їжі, але й професійного обслуговування, естетичного оформлення столів та уважного ставлення до деталей. Підтримання високої якості на постійній основі може бути викликом для кейтерингових компаній.

Для подолання цих проблем, кейтерингові компанії можуть використовувати різні стратегії. Наприклад, вони можуть активно просувати свої послуги, залучати клієнтів через маркетингові кампанії, встановлювати довгострокові партнерства зі спеціалізованими постачальниками та вдосконалювати системи управління якістю. Крім того, важливо вести дослідження ринку, слідкувати за новітніми тенденціями та інноваціями у галузі кейтерингу, щоб залишатися конкурентоспроможними і задовольняти змінні потреби клієнтів.

Завершуючи, проблеми організації кейтерингових послуг на ринку України можуть включати недостатню інформаційну базу, фінансові обмеження, управління ризиками, сезонні коливання попиту та вимогу до високої якості. Однак, здійснення стратегічних кроків, таких як підвищення мобільності компаній, розширення асортименту страв, вдосконалення якості та логістики, використання інформаційних технологій та залучення інвестицій можуть допомогти вирішити ці проблеми та розвивати кейтерингові сектор в Україні. Зосередження на якості, інноваціях і задоволенні потреб клієнтів є ключовими

факторами успіху в цій галузі. За належного управління та уважного відповіді на виклики, кейтеринг може стати прибутковим та перспективним бізнесом на українському ринку [23 ,с. 78].

У підсумку, організація кейтерингових послуг на ринку України стикається з рядом проблем, включаючи конкуренцію, недостатню інформаційну базу, фінансові обмеження, управління ризиками та сезонні коливання попиту. Проте, існує також потенціал для розвитку цієї галузі. Стратегічні кроки, такі як підвищення мобільності компаній, розширення асортименту страв, вдосконалення якості та логістики, використання інформаційних технологій та залучення інвестицій можуть допомогти вирішити ці проблеми та забезпечити успішний розвиток кейтерингового сектору. Зосередження на якості, інноваціях та задоволенні потреб клієнтів є ключовими факторами успіху. Незважаючи на виклики, кейтеринг може стати прибутковим та перспективним бізнесом на українському ринку, якщо правильно відповідати на потреби ринку та забезпечувати високу якість послуг.

## Висновки до розділу 2.

Таким чином. Vip-кейтеринг є одним з найшвидше зростаючих сегментів гастрономічного ринку в Україні. Високий рівень життя, зростання попиту на ексклюзивні гастрономічні враження та бажання клієнтів отримати незабутній досвід створюють перспективи для розвитку Vip-кейтерингу.

Основною особливістю Vip-кейтерингу в Україні є підвищений попит на національну кухню та страви, виготовлені зі свіжих і якісних місцевих продуктів. Це відображається у меню та концепції обслуговування підприємств Vip-кейтерингу. Важливим аспектом розвитку Vip-кейтерингу в Україні є підвищення кваліфікації персоналу та розвиток професійних навичок. Клієнти вимагають високого рівня сервісу та професіоналізму в команді кейтерингового підприємства. Конкуренція на ринку Vip-кейтерингу в Україні значно зростає.

Впровадження екологічних практик та ставлення до сталого розвитку є важливими факторами для підприємств Vip-кейтерингу. Збільшення свідомості клієнтів щодо екологічних проблем створює потребу в екологічно відповідальних послугах та продуктах.

Український ринок Vip-кейтерингу має великий потенціал для подальшого розвитку. Варто активно використовувати нові технології, інноваційні підходи та впроваджувати сучасні тренди у сфері гастрономії для залучення та задоволення потреб клієнтів.

Загалом, дослідження особливостей розвитку Vip-кейтерингу в Україні в сучасних умовах підтверджує значний потенціал цього сегменту гастрономічної індустрії. Розуміння основних тенденцій, потреб клієнтів та використання відповідних стратегій дозволить підприємствам Vip-кейтерингу успішно розвиватися та виходити на нові рівні якості та обслуговування.

# РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ VIP- КЕЙТЕРИНГУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

## 3.1. Перспективи розвитку Vip-кейтерингу в Україні

На сьогоднішній день в Україні кейтерингові послуги стрімко розвиваються та вдосконалюють свої методи роботи з клієнтами, розширюючи спектр послуг. Кейтеринг виявляється вигідним і перспективним напрямом діяльності для готелів та ресторанів, які планують надавати ці послуги постійно, а не тільки періодично, з метою збільшення прибутку закладу.

У зарубіжних країнах кейтеринг давно став самостійним видом бізнесу. Для компаній, що займаються цим, він є основним джерелом доходу. Україна також прийняла кейтерингові послуги з-за кордону, враховуючи його високий рівень розвитку. Цей вид обслуговування дає можливість будь-якому ресторану або готелю набути значного досвіду, який допоможе у майбутньому розробляти ефективні маркетингові стратегії. З часом кейтеринг може стати окремим бізнесом зі штаб-квартирою, включаючи шеф-кухаря та менеджера з продажу послуг компанії [40, .с 57].

Сьогодні кейтеринг, як нове напрямок у ресторанному бізнесі України, зарекомендував себе як високоприбутковий і відкриває широкі перспективи для тих, хто займається цим професійно, а не лише час від часу з метою отримання додаткового доходу для свого закладу.

Однією з перших компаній, що представила кейтерингові послуги на ринку, була компанія "ГетьманФуршет". У початкові роки в основному іноземці складали клієнтську базу, оскільки більшість українців навіть не знали про таке поняття, як "кейтеринг". Запрошення спеціалізованої фірми для проведення свят або обідів в офісі було щось нове й мало поширене серед населення. Зараз, за оцінками фахівців, кількість українських клієнтів іноземцям приблизно рівна.

У розвинених країнах кейтеринг успішно працює не тільки в комерційній, але й у некомерційній сферах, таких як лікарні, школи, громадські організації та фонди.

На нашу думку, кейтеринг слід виділити як самостійне підприємство. Щоб досягти успіху і отримувати бажаний прибуток, важливо мати компетентного менеджера. Саме менеджер може правильно спланувати маркетингові стратегії кейтерингу, враховуючи всі важливі аспекти, а також проаналізувати конкуренцію, щоб визначити сильні і слабкі сторони свого підприємства порівняно з конкурентами. Все має значення: розташування, розміри бенкетних залів і їх дизайн, наявність необхідного обладнання і танцювальних площадок, а також слід враховувати репутацію конкурентів [32, с. 87].

Також варто відзначити, що на ринку з'являється новий підхід до прийняття замовлень поза приміщенням. Наприклад, для організації пікніка можуть братися не тільки кейтерингові компанії, але й креативні агентства. Агентство знаходить клієнта, якому потрібно провести таку подію, і кейтерингова компанія виступає субпідрядником, виконуючи всі заплановані завдання. Креативні агентства зазвичай мають глибоке розуміння ринку кейтерингових послуг і вибирають компанії, що відповідають потрібному рівню сервісу, на який розраховує клієнт.

Особлива увага також приділяється корпоративним клієнтам в кейтерінговому сервісі, які вважаються постійними замовниками. Компанія завжди намагається працювати з кожним замовником з першої хвилини знайомства і не переставати спілкуватися з ним, якщо це залежить від закладу. Кожен працівник, який приєднується до кейтерингової компанії, має чітке уявлення про те, як саме він хотів би провести запланований захід. З урахуванням свого досвіду у проведенні подібних заходів, отримавши необхідну інформацію про клієнта і його фінансові можливості, а також цілі майбутнього заходу, спеціалісти з кейтерингу повинні запропонувати найбільш оптимальний варіант.

Велика кількість фантазій організаторів та можливостей клієнтів значно залежать від бюджету заходу.

Деякі замовники мають свою власну концепцію проведення свята. Справжні професіонали ніколи не критикуватимуть або відкидатимуть плани замовника, оскільки це може призвести до втрати клієнта. Зазвичай менеджер або керівник закладу спочатку знаходять успішні моменти в плані замовника, а потім тактично пропонують своє бачення заходу. Важливо, щоб рекомендації виконавця збігалися з бажаннями клієнта, а ще краще, якщо виконавець не лише вгадує і виправдовує очікування клієнта, але й перевершує їх у деяких аспектах. Таке завдання завжди стоїть перед кейтерінговою компанією. Тому роль "законодавця" завжди належить клієнту, а компанія бере на себе нарадно-виконавчі функції [24, с. 86].

Слід зазначити, що однією з особливостей кейтерингу є розважальна частина. Організатори бенкетів завжди намагаються зробити її окремою та найяскравішою. Під час переговорів про майбутнє свято завжди обговорюється концепція та культурна програма. Вивчивши у бажаючого клієнта, які елементи він хоче продемонструвати своїм гостям, які моменти йому хочеться приємно здивувати, менеджери і керівники кейтерингової компанії починають виконувати його побажання: залучають сценаристів, клоунів, музикантів, артистів естради та кіно, фотодизайнерів, декораторів приміщень, піротехніків та інших спеціалістів, які можуть знадобитися на святі. Зазвичай вони є партнерами кейтерингових компаній та мають необхідний досвід у кейтерингу.

Компетентність команди професіоналів завжди є одним із ключових аспектів виїзного обслуговування. В українському кейтерингу зазвичай працюють постійні співробітники базового складу. Кількість співробітників залежить від обсягу послуг, які надає компанія. Зазвичай в штаті є шеф-кухарі, менеджери, оптимальна кількість офіціантів та вантажників. Загалом вважається, що краще мати мобільну команду з власних працівників, яку можна розширити

за потреби, запрошуючи спеціалістів з інших ресторанів, які не працюють у дану мить. Однак поважні компанії ніколи не ризикують обслуговувати випадкових працівників, оскільки репутація закладу є важливою. Навіть незначна помилка може завдати шкоди. Також однією з особливостей кейтерингу є необхідність дотримання санітарних норм під час приготування, зберігання, транспортування та подачі страв для виїзного обслуговування. Компанії, як і будь-які інші заклади громадського харчування, повинні дотримуватися "Правил роботи підприємства громадського харчування" та Закону України "Про захист прав споживачів". Кейтерингова компанія повинна мати необхідну документацію, яка підтверджує виконання технологічного процесу приготування їжі. Перед кожним запланованим заходом опис умов попередньої підготовки та приготування продуктів на базовому підприємстві подається до органів санітарно-епідеміологічного нагляду. Відділ гігієни харчування органів санстанції перевіряє ці умови та видає дозвіл на проведення фуршету, пікніку або будь-якого іншого виїзного заходу [23, с. 68].

Варто зазначити, що вимоги до суб'єктів господарської діяльності у сфері ресторанного господарства в Україні закріплені в Правилах роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства № 219, розроблених відповідно до Законів України "Про захист прав споживачів" і "Про безпечність та якість харчових продуктів". Оскільки кейтеринг віднесено до підприємств ресторанного господарства за ДСТУ 4281:2004 "Заклади ресторанного господарства. Класифікація", Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства № 219 поширюються і на діяльність кейтерингових підприємств. Вони встановлюють такі основні вимоги для кейтерингових компаній та ресторанів, що надають послуги кейтерингу:

Розрахунки за продукцію й надані послуги в закладах ресторанного господарства повинні здійснюватися за готівку та/або в безготівковій формі з

використанням реєстраторів розрахункових операцій або зареєстрованих у встановленому порядку розрахункових книжок.

При прийманні попереднього замовлення на обслуговування суб'єкти господарської діяльності зобов'язані гарантувати виконання замовлення у встановлені замовником строки.

Всі працівники, які працюють в ресторанному господарстві, повинні мати особові медичні книжки, професійну спеціальну освіту та бути забезпеченими технологічними картами на своїх робочих місцях [32 ,с .78].

Торговельно-технологічне обладнання, інвентар і посуд повинні мати сертифікат відповідності.

Під час виготовлення продукції повинні дотримуватися технологічні режими виробництва, визначені нормативною документацією, такою як збірники рецептур страв, кулінарні, борошняні кондитерські і булочні вироби, затверджені державними стандартами, технічними умовами та Санітарними правилами.

Заборонено встановлювати мінімальну вартість замовлення й пропонувати споживачу обов'язковий асортимент продукції, а також виготовляти продукцію з продовольчої сировини, наданої замовником.

Тому, при організації будь-якого заходу, досвідчені менеджери та адміністратори прагнуть не лише виконати замовлення на високому рівні, а й спрямовують свої зусилля на забезпечення постійної клієнтської бази. Кейтерингові послуги надають як окремі компанії, так і ресторани, причому для самостійних структур це є основним видом бізнесу, а для закладів ресторанного господарства - додатковим джерелом прибутку. Успішність підприємства залежить від кваліфікованого персоналу, добре розробленого меню, наявності необхідного обладнання та уміння створити підходящу атмосферу. Український ринок кейтерингових послуг характеризується хаосом і протиріччями. З одного боку, багато ресторанів і кафе не можуть організувати власну службу кейтерингу через відсутність ресурсів та інфраструктури. З іншого боку, багато компаній

бажають забезпечити доставку гарячих обідів своїм співробітникам. Проте, відсутні активні та ініціативні люди, які займалися би рекламою, пошуком клієнтів та іншими організаційними питаннями. Кейтеринг, або виїзне ресторанне обслуговування, є одним з найбільш динамічних секторів ресторанного бізнесу в Україні. Вітчизняні ресторани не продають лише їжу, але й послуги, зручності, доброзичливу атмосферу, відпочинок, обстановку, романтику, емоції. Поміж постачання їжі важливу роль відіграє організація масових заходів. Через нестабільність та молодість ринку кейтерингу, підприємствам важко обійтися без значних капіталовкладень. Однак будь-яка компанія, яка входить на ринок, повинна розробляти довгострокові плани розвитку, і здобуття всіх перерахованих компонентів може стати таким планом.

### 3.2. Аналіз основних шляхів удосконалення Vip-кейтерингу в Україні

В умовах зростаючої конкуренції в сфері Vip-кейтерингу важливо задовольняти високі вимоги клієнтів. Постійне вдосконалення якості та розширення асортименту страв, урахування індивідуальних бажань клієнтів та постійний моніторинг нових трендів і гастрономічних інновацій стануть ключовими факторами для залучення й утримання клієнтів у сфері Vip-кейтерингу.

Розвиток талановитого персоналу:

Висока кваліфікація та професіоналізм персоналу є основою якісного обслуговування в Vip-кейтерингу. Потрібно забезпечити систематичне підвищення кваліфікації персоналу, організовувати спеціалізовані тренінги та майстер-класи з кулінарії, сервісу та комунікації. Рекрутування та збереження талановитих фахівців також важливо для розвитку Vip-кейтерингу.

Інноваційні технології:

Застосування сучасних технологій у Vip-кейтерингу може покращити якість обслуговування та забезпечити більш ефективну організацію процесів. Використання спеціалізованих програм для управління клієнтською базою, планування та логістики подій, а також впровадження електронних систем замовлення та оплати можуть спростити роботу та забезпечити високу якість обслуговування [23, с. 78].

Співпраця зі сторонніми постачальниками:

Розвиток ефективної співпраці з постачальниками є ключовим аспектом для забезпечення високої якості продукції та послуг. Укладання довгострокових партнерських угод, перевірка якості продуктів та забезпечення їх своєчасної доставки відіграють важливу роль у процесі Vip-кейтерингу.

Створення унікального бренду:

Побудова сильного бренду є важливим фактором для привертання клієнтів і формування позитивної репутації в сфері Vip-кейтерингу. Необхідно визначити унікальні особливості та цінності, які видалять ваш бренд від конкурентів. Ефективна маркетингова стратегія, створення привабливого веб-сайту та активна присутність у соціальних мережах допоможуть просувати ваш бренд і залучати нових клієнтів.

Аналіз ринкових тенденцій:

Постійний моніторинг ринкових тенденцій і змін споживацьких уподобань є важливим етапом удосконалення Vip-кейтерингу. Слід вивчати нові гастрономічні тренди, популярність різних кухонь та стилів сервісу, а також залучати інноваційні ідеї та концепції.

Впровадження екологічних підходів:

Зростаюча свідомість щодо екології та сталого розвитку вимагає впровадження екологічно-орієнтованих практик у сфері Vip-кейтерингу. Використання страв інгредієнтів з екологічно чистих джерел, утилізація відходів

та використання екологічно-пристосованих упаковок можуть зробити ваш бізнес більш сталким та привабливим для екологічно-освічених клієнтів.

Це лише декілька шляхів удосконалення Vip-кейтерингу в Україні. Аналіз та реалізація цих шляхів можуть сприяти залученню нових клієнтів, зміцненню бренду та розвитку вашого бізнесу [32 ,с. 89].

Зважаючи на швидкий розвиток галузі Vip-кейтерингу в Україні, існує кілька ключових шляхів, які можуть сприяти його удосконаленню та підвищенню конкурентоспроможності.

Перший шлях - це задоволення вимогливих клієнтів. В сучасному світі люди стають все більш вимогливими щодо якості послуг та продукції, яку вони отримують. Виплекання вимогливих клієнтів є важливим аспектом удосконалення Vip-кейтерингу. Це означає постійне вдосконалення якості страв, розширення асортименту, урахування індивідуальних бажань клієнтів та постійний моніторинг нових гастрономічних трендів та інновацій. Розуміння та задоволення потреб клієнтів допоможе залучати та утримувати їх у сфері Vip-кейтерингу.

Другий шлях - розвиток талановитого персоналу. Успіх Vip-кейтерингу в значній мірі залежить від професіоналізму та кваліфікації персоналу. Організація спеціалізованих тренінгів та майстер-класів з кулінарії, сервісу та комунікації допоможе підвищити рівень кваліфікації персоналу. Рекрутування та збереження талановитих фахівців також є важливим аспектом для розвитку Vip-кейтерингу. Висококваліфікований та мотивований персонал забезпечить якісне обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Третій шлях - використання інноваційних технологій. Впровадження сучасних технологій у Vip-кейтерингу може сприяти покращенню якості обслуговування та ефективності процесів. Використання спеціалізованих програм для управління клієнтською базою, планування та логістики подій, а також електронних систем замовлення та оплати можуть спростити роботу та

забезпечити швидке та якісне обслуговування. Впровадження таких технологій дозволить вам бути більш конкурентоспроможними та задовольняти сучасні очікування клієнтів [24, с. 86].

Четвертий шлях - співпраця зі сторонніми постачальниками. Співпраця з якісними та надійними постачальниками є важливим аспектом в Vip-кейтерингу. Укладання довгострокових партнерських угод, перевірка якості продуктів та своєчасна доставка можуть гарантувати високу якість продукції та послуг. Важливо підтримувати ефективну співпрацю з постачальниками, щоб забезпечити стабільність та надійність постачання необхідних продуктів.

П'ятий шлях - створення унікального бренду. Успішний Vip-кейтеринг пов'язаний з побудовою сильного бренду, який виокремить вас від конкурентів. Визначення унікальних особливостей, цінностей та стилю може допомогти створити цікавий та привабливий образ вашого бренду. Розробка ефективної маркетингової стратегії, створення привабливого веб-сайту та активна присутність у соціальних мережах допоможуть просувати ваш бренд та привертати нових клієнтів.

Шостий шлях - аналіз ринкових тенденцій. Ринкові умови постійно змінюються, тому важливо відстежувати та аналізувати нові тренди в галузі Vip-кейтерингу. Дослідження та аналіз ринкових тенденцій допоможуть виявити популярні стилі сервісу, кухні, декор та інші фактори, які можуть вплинути на попит та привернення клієнтів. Залучення інноваційних ідей та концепцій можуть надати вашому бізнесу конкурентну перевагу та збільшити його привабливість для клієнтів.

Сьомий шлях - впровадження екологічних підходів. Свідомість про екологію та сталість стає все важливішою для споживачів. Впровадження екологічно-орієнтованих практик у сфері Vip-кейтерингу може допомогти залучити екологічно-освічених клієнтів. Використання страв та інгредієнтів з екологічно чистих джерел, утилізація відходів та використання екологічно-

пристосованих упаковок можуть зробити ваш бізнес більш сталким та привабливим для цільової аудиторії.

Враховуючи ці різноманітні шляхи удосконалення Vip-кейтерингу в Україні, важливо використовувати комплексний підхід та постійно аналізувати потреби ринку та клієнтів. Комбінація високої якості продукції, відмінного сервісу, інноваційних підходів та унікального бренду може забезпечити успіх вашого бізнесу в галузі Vip-кейтерингу [23, с. 67].

Додатковою стратегією для удосконалення Vip-кейтерингу в Україні може бути розширення географічного охоплення і ринкової присутності. Розглянемо можливість розширення національного та міжнародного ринків.

Національне розширення може включати відкриття нових філій, представництв або партнерств з іншими регіонами України. Це дозволить покрити більший територіальний ринок та залучити нових клієнтів. Важливо провести аналіз попиту на Vip-кейтеринг у різних містах та регіонах, щоб визначити потенційні ринки для розширення.

У міжнародному розширенні можуть бути важливім аспектом співпраця з міжнародними партнерами, участь у міжнародних виставках та подіях, а також створення мережі контактів у глобальній сфері Vip-кейтерингу. Розширення на зовнішні ринки може вимагати адаптації до місцевих культурних особливостей та вимог клієнтів, але це може відкрити нові можливості для розвитку бізнесу та збільшення його міжнародного престижу.

Крім того, залучення технологічних інновацій може бути ще одним шляхом удосконалення Vip-кейтерингу. Впровадження сучасних рішень, таких як онлайн-замовлення, мобільні додатки для клієнтів, інтерактивні меню та інші цифрові рішення, може полегшити процес замовлення та комунікації з клієнтами. Також варто розглянути можливість використання інтерактивних технологій під час подій, наприклад, використання розумних столів, екранів сенсорних панелей або віртуальної реальності для створення незабутнього досвіду для гостей.

Необхідно також звернути увагу на постійне вдосконалення оперативності та ефективності процесів в Vip-кейтерингу. Оптимізація логістики, скорочення часу підготовки страв та подій, а також покращення комунікації внутрішньої команди можуть сприяти збільшенню продуктивності та задоволення клієнтів.

Нарешті, важливим елементом удосконалення Vip-кейтерингу є забезпечення високої якості обслуговування та особистого підходу до кожного клієнта. Індивідуальність, уважність до деталей, відповідальність та професіоналізм в кожній взаємодії з клієнтом є ключовими факторами успіху в галузі Vip-кейтерингу [30 ,с. 54].

Узагальнюючи, удосконалення Vip-кейтерингу в Україні вимагає комплексного підходу, який включає в себе задоволення потреб клієнтів, розвиток талановитого персоналу, використання інноваційних технологій, співпрацю зі сторонніми постачальниками, створення унікального бренду та аналіз ринкових тенденцій. Розширення географічного охоплення, впровадження екологічних підходів, використання технологічних інновацій та постійне вдосконалення оперативності процесів також можуть сприяти розвитку Vip-кейтерингу в Україні.

В завершення, удосконалення Vip-кейтерингу в Україні є складним, але надзвичайно важливим завданням. Постійний розвиток і вдосконалення в цій галузі допоможе залучати нових клієнтів, задовольняти їхні високі вимоги та створювати незабутні враження. Комбінація стратегій, які включають розширення географічного охоплення, використання інноваційних технологій, співпрацю зі сторонніми постачальниками, створення унікального бренду та аналіз ринкових тенденцій, допоможе досягти успіху в цій конкурентній сфері. Важливо пам'ятати, що якість обслуговування, особистий підхід та постійне прагнення до удосконалення є ключовими чинниками, які сприятимуть розвитку і збільшенню популярності вашого Vip-кейтерингу в Україні.

У підсумку, удосконалення Vip-кейтерингу в Україні вимагає комплексного підходу та реалізації різноманітних стратегій. Основні шляхи удосконалення включають [23, с. 78]:

1. Задоволення потреб клієнтів шляхом розуміння їхніх вимог, пропонування індивідуальних рішень та особистого підходу.

2. Розвиток талановитого персоналу, забезпечення їхньої професійної підготовки та мотивації.

3. Використання інноваційних технологій, таких як онлайн-замовлення, мобільні додатки та інтерактивні рішення, що полегшують комунікацію та замовлення для клієнтів.

4. Співпраця зі сторонніми постачальниками, яка дозволяє забезпечити високу якість продукції та послуг.

5. Створення унікального бренду, який відображатиме цінності та особливості вашого Vip-кейтерингу.

6. Аналіз ринкових тенденцій для виявлення нових можливостей та трендів, які можуть вплинути на попит та привернення клієнтів.

7. Розширення географічного охоплення і ринкової присутності, включаючи національне та міжнародне розширення.

8. Впровадження екологічних підходів для привернення екологічно-освічених клієнтів та забезпечення сталого розвитку.

9. Постійне вдосконалення оперативності та ефективності процесів для забезпечення задоволення клієнтів і підвищення продуктивності.

Залучення цих шляхів удосконалення допоможе зробити бізнес Vip-кейтерингу в Україні більш конкурентоспроможним, задовольнити високі вимоги клієнтів і забезпечити стабільний розвиток.

## 3.2. Розробка комплексу заходів щодо вдосконалення організації надання послуг Vip-кейтерингу

Розробка комплексу заходів щодо вдосконалення організації надання послуг Vip-кейтерингу має на меті підвищення якості обслуговування, створення незабутнього досвіду клієнтів та забезпечення конкурентоспроможності компанії. Цей комплекс може включати такі заходи, як аналіз потреб клієнтів, персоналізований підхід, поліпшення якості продуктів, оптимізацію процесів, навчання персоналу, створення атмосферного дизайну та використання сучасних технологій [20 ,с. 86].

За допомогою системи зворотного зв'язку та збору відгуків клієнтів, компанія може постійно вдосконалювати свої послуги та задовольняти їхні потреби. Важливо проводити тренінги для персоналу з кейтерингу та обслуговування клієнтів, щоб вони мали необхідні навички та комунікаційні вміння. Автоматизація процесів замовлення та управління сприяє більш ефективній роботі і зменшенню можливих помилок.

Дослідження нових трендів у гастрономії дозволяє впроваджувати оригінальні страви та ідеї, що зацікавлять клієнтів. Створення бази даних клієнтів допомагає збирати та використовувати інформацію про їхні уподобання та особливі вимоги, що сприяє персоналізованому обслуговуванню.

Не менш важливою є створення атмосферного дизайну та декорацій, що підкреслюють вишуканість та елегантність. Також, використання технологій, таких як мобільні додатки та інноваційні рішення, дозволяє забезпечити зручність та враження клієнтів.

Загалом, постійне вдосконалення, інновації та пристосування до змін у сфері кейтерингу допомагають підтримувати високу якість послуг та залучати нових клієнтів. Враховуючи унікальні потреби клієнтів та використовуючи

передові практики, ваша компанія зможе підвищити свою конкурентоспроможність і зайняти провідну позицію на ринку Vip-кейтерингу.

Розробка комплексу заходів для вдосконалення організації надання послуг Vip-кейтерингу включає кілька ключових етапів. Ось кроки, які можна виконати для створення такого плану [44, с. 87]:

1. Аналіз сучасного стану: Оцініть поточні процеси та процедури, пов'язані з наданням послуг Vip-кейтерингу. Вивчіть організаційну структуру, залучені ресурси, комунікаційні процеси, обслуговування клієнтів і т.д. Ідентифікуйте сильні та слабкі сторони, а також можливості для поліпшень.

2. Визначення цілей: Сформулюйте чіткі цілі, які ви хочете досягти з вдосконаленням організації послуг Vip-кейтерингу. Ці цілі можуть включати покращення якості обслуговування, збільшення задоволеності клієнтів, зниження часу виконання замовлень і т.д.

3. Дослідження ринку та конкурентів: Вивчіть ринок послуг Vip-кейтерингу та аналізуйте, як ваші конкуренти надають свої послуги. Виявіть їх сильні та слабкі сторони, а також можливості для інновацій та відмінностей.

4. Розробка стратегії: На основі ваших цілей та аналізу, розробіть стратегію для впровадження змін. Визначте, які конкретні заходи потрібно вжити для досягнення кожної мети.

5. Впровадження заходів: Запроваджуйте розроблені заходи в дію. Це може включати перегляд процесів, оновлення процедур, навчання персоналу, впровадження нових технологій або програмного забезпечення, поліпшення комунікаційних процесів та інше.

6. Відстеження та оцінка: Слідкуйте за результатами впровадження заходів та оцінюйте їх ефективність. Вимірюйте показники успіху, такі як задоволеність клієнтів, збільшення кількості замовлень, покращення якості обслуговування тощо.

7. Постійне вдосконалення: Розробте механізми для постійного вдосконалення послуг Vip-кейтерингу. Регулярно оцінюйте результати, збирайте відгуки від клієнтів та співробітників і впроваджуйте необхідні зміни.

Це загальний план дій, який може бути використаний для розробки комплексу заходів щодо вдосконалення організації надання послуг Vip-кейтерингу. Пам'ятайте, що конкретні заходи будуть залежати від вашої організації та її поточних потреб [13, с. 87].

Звичайно! Ось кілька прикладів конкретних заходів, які можна включити до комплексу заходів для вдосконалення організації надання послуг Vip-кейтерингу:

1. Покращення комунікації:

- Встановлення ефективної системи зворотного зв'язку з клієнтами для отримання їх відгуків та пропозицій.
- Запровадження внутрішніх комунікаційних каналів для забезпечення швидкого обміну інформацією між різними відділами та співробітниками.

2. Навчання та розвиток персоналу:

- Проведення тренінгів та семінарів з вдосконалення навичок обслуговування клієнтів, комунікаційних навичок та професійного кейтерингу.
- Впровадження програми менторства, де більш досвідчені співробітники надають підтримку та поради новим працівникам.

3. Оптимізація процесів:

- Автоматизація замовлення та управління процесами за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення.
- Вдосконалення логістичних процесів, забезпечення своєчасної доставки і координації роботи з постачальниками.

4. Інновації в меню та використання інгредієнтів:

- Дослідження нових трендів у гастрономії та включення сучасних, оригінальних страв у меню.

- Співпраця з місцевими постачальниками продуктів для отримання свіжих та якісних інгредієнтів.

5. Персоналізований підхід до клієнтів:

- Створення бази даних клієнтів та їх персональних уподобань для індивідуального налаштування послуг.
- Пропозиція персональних консультантів, які будуть займатися вирішенням питань та задоволенням потреб конкретних клієнтів.

Це лише кілька прикладів заходів, які можуть бути включені до комплексу заходів для вдосконалення організації надання послуг Vip-кейтерингу. Важливо враховувати контекст вашої організації та потреби ваших клієнтів для створення рішень, які будуть найбільш ефективними [20 ,с. 57].

1. Дослідження клієнтських потреб і впровадження персоналізованого підходу:

Проведіть аналіз вимог та уподобань клієнтів, збирайте фідбек та відгуки. Використовуйте цю інформацію для впровадження персоналізованих рішень, таких як індивідуальне меню або персональні пакети послуг.

2. Поліпшення якості продуктів і використання локальних інгредієнтів:

Співпрацюйте з місцевими фермерами, рибалками та іншими постачальниками, щоб забезпечити свіжі та якісні продукти.

Відстежуйте нові тренди у гастрономії та впроваджуйте їх у своє меню, забезпечуючи унікальний та сучасний досвід.

3. Оптимізація процесів та автоматизація:

Використовуйте спеціалізоване програмне забезпечення для автоматизації процесів замовлення, розподілу завдань, управління запасами та обліку.

Встановіть систему моніторингу, щоб контролювати ефективність та якість виконання послуг.

4. Навчання та розвиток персоналу:

Організуйте тренінги та семінари для підвищення навичок персоналу з кейтерингу, обслуговування клієнтів, комунікації та культури обслуговування.

Розробіть програми мотивації та стимулюйте співробітників до постійного саморозвитку та покращення своєї професійної компетентності.

5. Забезпечення виняткового досвіду клієнтів [23 ,с. 67]:

Створюйте незабутній атмосферний дизайн та декорації для подій, що підкреслюють вишуканість та елегантність.

Пропонуйте додаткові послуги, такі як персональний офіціант, дегустаційні вечори, майстер-класи чи особливі тематичні вечори.

6. Використання технологій та інновацій:

Розробіть мобільний додаток або веб-портал для зручного замовлення та взаємодії з клієнтами.

Експериментуйте зі сучасними технологіями, такими як розпізнавання обличчя або використання віртуальної реальності для створення унікальних вражень.

Це лише декілька ідей, які можна реалізувати для вдосконалення організації надання послуг Vip-кейтерингу. Кожна організація має свої унікальні потреби та можливості, тому важливо адаптувати заходи до конкретного контексту та цілей вашої компанії.

Таблиця 3.1.

Приклади заходів, які можна включити до комплексу заходів для вдосконалення організації надання послуг Vip-кейтерингу:

| Номер заходу | Захід | Опис |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Впровадження системи зворотного зв'язку | Створення онлайн-форми або електронної пошти для отримання відгуків та пропозицій від клієнтів. Регулярне вивчення та аналіз цих відгуків для покращення якості послуг. |
| 2 | Тренінги з кейтерингу та обслуговування клієнтів | Організація тренінгів для персоналу з навичок кейтерингу, комунікаційних навичок та культури обслуговування. Розвиток умінь спілкуватися з клієнтами та задовольняти їх потреби. |
| 3 | Автоматизація процесів замовлення та управління | Впровадження спеціалізованого програмного забезпечення для замовлення та управління процесами. Автоматизація процесу розподілу завдань та координації роботи з постачальниками. |
| 4 | Дослідження трендів у гастрономії | Вивчення нових тенденцій у гастрономії та включення сучасних, оригінальних страв у меню. Використання інноваційних ідеїв та інгредієнтів для створення унікального досвіду клієнтів. |
| 5 | Створення бази даних клієнтів | Запровадження системи збору та аналізу даних клієнтів. Запис інформації про їх уподобання, попередні замовлення та особливі вимоги. Використання цих даних для персоналізованого обслуговування. |
| 6 | Декорації та атмосферний дизайн | Створення незабутнього вигляду та атмосфери для подій. Використання вишуканих декорацій, освітлення та дизайну, що відображають елегантність та стиль. |
| 7 | Використання технологій | Впровадження мобільного додатка або веб-порталу для зручного замовлення та взаємодії з |

| | | |
|---|---|---|
| | | клієнтами. Використання інноваційних технологій, таких як розпізнавання обличчя або віртуальна реальність, для покращення вражень клієнтів. |

Ці заходи є лише прикладами, і ви можете адаптувати їх до своїх унікальних потреб та ресурсів. Важливо пам'ятати, що комплекс заходів повинен бути спрямований на покращення процесів, якості обслуговування та задоволення потреб клієнтів [20 ,с. 67].

Розробка комплексу заходів щодо вдосконалення організації надання послуг Vip-кейтерингу є важливим кроком у підвищенні якості та конкурентоспроможності вашої компанії. Цей комплекс заходів може включати аналіз потреб клієнтів, впровадження персоналізованого підходу, поліпшення якості продуктів, оптимізацію процесів, навчання персоналу, створення незабутнього досвіду клієнтів та використання сучасних технологій.

Важливо постійно відстежувати реакцію клієнтів, збирати фідбек та аналізувати його для вдосконалення і подальшого вдосконалення комплексу послуг. Пам'ятайте, що кожен клієнт є унікальним, і важливо створювати персоналізовані рішення, щоб задовольнити їх індивідуальні потреби.

Продовжуйте досліджувати нові тенденції у гастрономії, впроваджуйте інноваційні ідеї та застосовуйте передові технології, щоб залишатися конкурентоспроможними на ринку.

Заходи, які були наведені у цій розробці, можуть служити вам джерелом натхнення. Проте, завжди адаптуйте їх до вашої конкретної організації та потреб клієнтів.

## Висновки до розділу 3.

Отже, розвиток Vip-кейтерингу в Україні потребує активного застосування інноваційних підходів та сучасних технологій. Впровадження цифрових інструментів, онлайн-замовлення та використання соціальних медіа можуть значно покращити комунікацію з клієнтами та забезпечити більш ефективну роботу підприємств.

Важливим чинником для удосконалення розвитку Vip-кейтерингу є навчання та розвиток персоналу. Інвестування в професійний розвиток співробітників, тренінги та майстер-класи допоможуть підвищити якість обслуговування та розширити навички команди.

Врахування екологічних аспектів є важливим напрямком удосконалення Vip-кейтерингу. Використання столових приборів та упаковки з екологічно чистих матеріалів, підтримка місцевих постачальників продуктів та впровадження енергоефективних технологій сприятимуть сталому розвитку галузі.

Розширення асортименту послуг та диференціація пропозицій можуть допомогти витримати конкуренцію на ринку. Розробка тематичних меню, спеціальних пропозицій для різних сегментів клієнтів та постійне оновлення концепцій допоможуть залучати нових клієнтів та задовольняти різноманітні потреби. Співпраця зі стейкхолдерами галузі, такими як готелі, ресторани, організатори подій і фестивалів, може стати важливим фактором удосконалення розвитку Vip-кейтерингу. Взаємовигідні партнерські відносини та спільні проекти дозволять розширити аудиторію та залучити нові можливості.

Загалом, впровадження цих шляхів удосконалення дозволить підприємствам Vip-кейтерингу в Україні ефективно розвиватися в сучасних умовах. Постійне оновлення, використання інновацій та забезпечення високої якості обслуговування стануть основою успіху в цій галузі.

# ВИСНОВКИ

Таким чином, Vip-кейтеринг є важливим сегментом гастрономічної індустрії, що набуває значної популярності в сучасних умовах. Клієнти цінують вишуканість, індивідуальний підхід та ексклюзивність, які надаються в рамках цього виду кейтерингу.

Розвиток Vip -кейтерингу супроводжується рядом актуальних проблем. Серед них - забезпечення високої якості послуг та задоволення потреб клієнтів, конкуренція на ринку, формування стабільної та кваліфікованої команди фахівців, а також питання сталості та екологічності.

Для успішного розвитку вип-кейтерингу важливо вирішувати ці проблеми. Необхідно залучати кваліфікованих фахівців, розвивати інноваційні підходи та креативні концепції, ефективно просувати свої послуги та зберігати конкурентоспроможність, а також активно впроваджувати сталий та екологічно відповідальний підхід.

Вивчення особливостей та актуальних проблем вип-кейтерингу є важливим для студентів та фахівців в гастрономічній галузі. Це дозволяє розширити їхні знання, покращити навички управління та організації подій, а також створює можливості для подальшого розвитку індустрії.

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що Vip-кейтеринг є важливим сегментом гастрономічної галузі, який має великий потенціал розвитку. Проте, для досягнення успіху в цій галузі необхідно уважно вивчати та вирішувати актуальні проблеми, реалізувати інноваційні підходи та пристосовуватися до змін у потребах та очікуваннях клієнтів. Тільки таким чином вип-кейтеринг зможе зберегти свою конкурентоспроможність і досягти стабільного розвитку в сучасних умовах.

Окрім того, важливим аспектом для розвитку Vip-кейтерингу є збереження високої якості послуг і задоволення клієнтів. Підприємства вип-кейтерингу

повинні постійно працювати над удосконаленням своїх процесів, які включають планування, підготовку, доставку та обслуговування подій. Важливо забезпечити якісне гастрономічне меню, професійне обслуговування та бездоганне виконання усіх деталей, щоб гості отримали незабутні враження.

Крім того, з урахуванням зростаючої конкуренції в галузі, підприємства вип-кейтерингу повинні активно просувати свої послуги та будувати довгострокові відносини з клієнтами. Важливо зосередитися на рекламі, маркетингових стратегіях та використанні соціальних мереж для залучення нових клієнтів та підтримки існуючих. Також важливо активно слухати фідбек від клієнтів і впроваджувати покращення на основі їхніх потреб і пропозицій.

У сучасних умовах також необхідно звернути увагу на сталість та екологічність вип-кейтерингу. Клієнти все більше цінують екологічно відповідальні рішення, тому підприємства повинні враховувати цей аспект у своїй діяльності. Використання місцевих та екологічно чистих продуктів, уникнення використання пластикових посудин та активне управління відходами є лише деякими з можливих шляхів досягнення сталості вип-кейтерингу.

Отже, для ефективного розвитку вип-кейтерингу в сучасних умовах необхідно поєднувати інноваційні підходи з врахуванням потреб та очікувань клієнтів, забезпечувати високу якість послуг і незабутні враження, активно просувати свої послуги та будувати довгострокові відносини з клієнтами, а також приділяти увагу сталості та екологічній відповідальності. Тільки в такому випадку підприємства зможуть успішно функціонувати та розвиватися в сучасних умовах, задовольняючи потреби своїх клієнтів і забезпечуючи конкурентоспроможність на ринку.

У більш розширених висновках курсової роботи на тему "Vip-кейтеринг: особливості та актуальні проблеми розвитку в сучасних умовах" можна відзначити декілька важливих аспектів.

Вип-кейтеринг є популярним і високодохідним сегментом гастрономічної індустрії, що пропонує індивідуальний підхід, ексклюзивність та розкішність. Зараз, у сучасних умовах, зростає попит на такі послуги, оскільки люди все більше цінують якість, унікальний досвід та особливу атмосферу, які можуть надати події, організовані вип-кейтерингом.

Проте, разом зі зростанням популярності, виникають і актуальні проблеми. Одна з них - забезпечення високої якості послуг та задоволення потреб клієнтів. Клієнти Vip-кейтерингу мають високі очікування і вимоги щодо гастрономічного досвіду, сервісу та деталей організації подій. Тому підприємства вип-кейтерингу повинні зосередитися на розробці інноваційних меню, які поєднують смакові враження з естетикою та вишуканістю презентації, а також на підвищенні кваліфікації персоналу, щоб забезпечити професійне обслуговування.

Конкуренція на ринку Vip-кейтерингу також є однією з важливих проблем. Зростаюча популярність цього виду послуг привертає нових гравців на ринку, що створює більшу конкуренцію. Підприємства вип-кейтерингу повинні розвивати свою унікальну конкурентну перевагу, будувати сильний бренд та активно просувати свої послуги. Важливо зосередитися на розробці маркетингових стратегій, використанні соціальних мереж та співпраці з партнерами, щоб привернути та утримати клієнтів.

Ще однією проблемою є формування стабільної та кваліфікованої команди фахівців. У Vip-кейтерингу велике значення має персонал, який має вміння створювати вишукані страви, ефективно керувати подіями та взаємодіяти з клієнтами. Підприємства повинні забезпечити надання постійного навчання та підвищення кваліфікації своїх співробітників, привертати талановитих фахівців і створювати сприятливу робочу атмосферу, щоб залучити та утримати найкращих кадрів.

Крім того, в сучасних умовах важливо звернути увагу на сталість та екологічну відповідальність вип-кейтерингу. Суспільство все більше усвідомлює

необхідність збереження природних ресурсів та екологічно чистого способу життя. Підприємства вип-кейтерингу повинні активно впроваджувати екологічні практики, такі як використання місцевих та сезонних продуктів, зменшення використання одноразового посуду та управління відходами. Це не лише сприятиме сталому розвитку галузі, але й відповідатиме потребам екологічно свідомих клієнтів.

Отже, розвиток Vip-кейтерингу в сучасних умовах потребує уваги до деталей, вирішення актуальних проблем і впровадження інноваційних підходів. Підприємства повинні забезпечити високу якість послуг, ефективно конкурувати на ринку, розвивати стійку команду фахівців та працювати з урахуванням принципів сталості та екологічної відповідальності. Тільки таким чином вони зможуть досягти успіху і зайняти сильну позицію у сучасній гастрономічній індустрії.

Завершуючи, можна сказати, що Vip-кейтеринг є цікавою темою для дослідження, оскільки цей сегмент гастрономічної індустрії має свої особливості та актуальні проблеми. Таким чином, дослідження особливостей та актуальних проблем розвитку Vip-кейтерингу в сучасних умовах важливе для розуміння та вдосконалення цього сегменту гастрономічної індустрії. Розвиток інноваційних стратегій, зосередження на якості послуг та відповідь на потреби клієнтів, а також забезпечення сталості та екологічної відповідальності є ключовими аспектами успіху вип-кейтерингу в сучасних реаліях.

Розвиток Vip-кейтерингу в сучасних умовах потребує уваги до деталей, вирішення актуальних проблем і впровадження інноваційних підходів. Тільки шляхом поєднання ексклюзивності, якості послуг, конкурентоспроможності, професіоналізму команди та екологічної відповідальності підприємства зможуть привернути та утримати клієнтів, досягти успіху і зайняти сильну позицію у гастрономічній індустрії.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ


1. Акімова Н.С., Наумова Т.А., Бойченко Н.В., Горбатюк Н.М. Організаційно-методичні аспекти обліку послуг виїзного кейтерингу на підприємствах ресторанного господарства [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua.
2. Андрєєв Г.Г. УДК: 330:338.4:339.1 «Особливості конкурентного середовища на ринку кейтерингових послуг». Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства: тези І Міжнародної науково-практичної конференції (8-9 листопада 2018 р.). – Житомир, 2018. – С. 371-375.
3. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг: навч. посіб. Київ, Видавничий центр «Академія», 2006. 311 с.
4. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навчальний посібник / В.В. Архіпов, В.А. Русавська – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 342 с.
5. Зровко М. Кейтерінг – новий напрямок ресторанного бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / Зровко Марія, Шепенда Віталія – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/zrovko.htm
6. Івашина Л. Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні / Л. Л. Івашина // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 17. – С. 314-317.
7. Інноваційне підприємництво (креативність, комерціалізація, екосистема) Навчальний посібник для вищих навчальних закладів За редакцією доктора економічних наук, професора Ю.М.Бажала [Електронний ресурс] http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-

8. Кейтеринг або організація виїзного харчування [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.business.esc.lviv.ua/kejterinh-abo-orhanizatsiya-vyjiznoho-harchuvannya/.
9. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-ХХІ, 2003. – 298 с.
10. Кононенко Т.П. Сучасний кейтеринг та обладнання / Т.П. Кононенко, В.О. Єфімова // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. 2006. Вип.2(4). С.264-270.
11. Котенко Л.М. Облік товарних операцій в підприємствах торгівлі та ресторанного господарства: навч. посібник / Л.М. Котенко, Н.В. Манжос, Н.В. Бойченко - Харків: Харк. Держ. ун-т харч. та торгівлі, 2008. - 323 с.
12. Литвиненко Т.К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т.К.Литвиненко.- К.:КНТЕУ, 2018.- 215с.
13. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.
14. Мальська М.П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) Підручник. / Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. — К.: Центр учбової літератури, 2013. — 304 с.
15. Марценюк Л. В. Напрямки розвитку внутрішнього туризму в Україні / Л. В. Марценюк // Наука та прогрес транспорту. – 2014. – № 6 (54). – С. 23–33.
16. Матеш В.А. Україна запрошує на відпочинок // Вісті з України. – 2015. – №4. - с. 54.
17. Мацука В. М. Сучасні тенденції та перспективи розвитку туризму в Україні / В. М. Мацука // Вісник Маріупольського державного університету. Сер. : Економіка. – 2011. – Вип. 1. – С. 43–49.

18. Мельник О.В. Інтегральний показник туристичної привабливості території: поняття та теоретичні аспекти / О.В. Мельник // Регіональна економіка. – 2004. – № 4. – С. 197-204.
19. Мокляк А.В. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (в контексті українсько-польських туристичних зв'язків) : дис. … канд. геогр. наук : спец. 11.00.02. Київ, 2004. 206 с.
20. Музиченко-Козловська О. В. Методика оцінки рівня туристичної привабливості регіону / Музиченко-Козловська О. В. // Регіональна економіка. – 2006. – № 1. – С. 218–220.
21. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території. Монографія. / О.В. Музиченко-Козловська – Львів: Новий Світ-2000, 2018. – 176 с.
22. Нова система харчування: з наступного року ще більше частин і кейтеринг для підрозділів ППО [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу : https://ukrsof.com/2017/11/24/нова-система-харчування-з-наступного/.
23. Опанасюк Н. А. Організаційно-правові засади розвитку внутрішнього туризму в Україні [Електронний ресурс] / Н. А. Опанасюк, А. Г. Охріменко. – Режим доступу: http://global-national.in.ua/archive/2-2014/176.pdf (дата звернення: 10.03.2017). – Назва з екрана.
24. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник / За ред. П'ятницької Н.О. - 2-ге вид. перероб. і доп. - К.: Центр навчальної літератури, 2011. - 584 с.
25. Основні показники роботи харчової промисловості України доповідь / Департамент продовольства Міністерства аграрної політики та продовольства України, 2015. - 15 с.
26. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/.

27. П’ятницька Г. Глобальні тренди розвитку кейтерингу / Г. П’ятницька, О. Григоренко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2019. – №3. – С. 51-68.

28. П’ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник / Н.О. Пятницька. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с.

29. Пінчук А. С. Реклама як основний засіб просування кейтерингових послуг / А. С. Пінчук, А. В. Бойко // Інфраструктура ринку. – 2018. – Вип. 25. – С. 397-401

30. Прилепа Н. В. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу / Н. В. Прилепа, О. А. Миколюк // Вісник Хмельницького національного університету 2014. – № 5. – Т. 2. – С. 91-94

31. П'ятницька Г.Т. Інноваційні ресторані технології: основи теорії: навч. посіб./Г.Т. Пятницька, Н.О. П'ятницька. - К.:Кондор, 2013.-250с.

32. Пятницька Н. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник /Пятницька Н. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с.

33. Радіонова О.М. Івент-технології: конспект лекцій / О.М. Радіонова. – ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. – 67 с.

34. Ратова З.Т. Організація кейтерингу в Україні в умовах економічної кризи / З.Т. Ратова, А.В. Попеляр [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://intkonf.org/ratova-ztpopelyar-av-organizatsiya-keyteringu-v-ukrayini-vumovahekonomichnoyi-krizi.

35. Сажнєва Н. М. Актуальні напрями розвитку конкурентоспроможного ринку туризму в Україні [Електронний ресурс] / Н. М. Сажнєва, І. А. Арсененко // Український географічний журнал. – 2012. – № 1. – Режим доступу: http://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/ files/UGJ-2012-1-40.pdf

36. Смирнов І. Геологістичні особливості кейтерингу. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. – 2013 р., № 1 (61), С. 8–12.

37. Смірнова Л. Кейтерінг: що це таке і в чому його особливість? [Електронний ресурс] / Смірнова Л. – Режим доступу: http://nakablychkah.com.ua/syspilstvo/keitering.html.

38. Стешенко О. Д. Економічна стратегія розвитку туристичної галузі в Україні / О. Д. Стешенко, А. Ю. Ільєнко // Коммунальное хозяйство городов. Сер. : Экономические науки. – 2010. – № 94. – С. 414–417.

39. Усіна А.І., Сегеда І.В. Технологія ресторанної справи. конспект лекцій / А.І. Усіна, І.В. Сегеда. – ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2012. – 96 с.

40. Хамініч С.Ю. Ефективність методів управління маркетингом у сфері туризму // Південноукраїнський правничий часопис. – 2007. – №1. – с. 210-218.

41. Харічков С.К. Проблемні питання сталого розвитку рекреаціях та туризму в Україні, Туристично-краєзнавчі дослідження. – 2015. – №2. – с. 68.

42. Хаустова В. Є. Проблеми розвитку туристичної галузі в Україні [Електронний ресурс] / В. Є. Хаустова, Є. Ф. Горбатова. – Режим доступу: http://www.problecon. com/export_pdf/problems-of-economy2010-2_0-pages-28_33.pdf (дата звернення: 10.03.2017). – Назва з екрана.

43. Ходаківська В.П. Ринок фінансових послуг: [навч. посіб.] / В.П. Ходаківська, О.Д. Данілов – Ірпінь: Академія ДПС України, 2001. – 501 с.

44. Цьохла С.Ю Активізація та розвиток інвестиційної діяльності в сфері курортно-рекреаційного господарства // інвестиції: Практика та досвіт. – 2014. – №22. – с. 6-10.

45. Шепелюк С. І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні / С. І. Шепелюк // Вісник ДІТБ. – 2019. – № 17. – С. 262–268.

46. Юрченко Ю. Ю. Концептуальні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні / Ю. Ю. Юрченко // Економіка України. – 2016. – № 6. – С. 29–39.
47. Яковчук О.В. Оцінка туристичного потенціалу України. Географія та туризм : науковий збірник / ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. Київ : Альтпрес, 2010. Вип. 10. С. 57–65.
48. Смирнов І. Г. Логістика комерційного й соціальногокейтерингу: міжнародний та український вимір / І. Г. Смирнов //Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2013. –№ 5– С. 5–11.
49. Drewnowski A. The nutrition transition: new trends in the global diet. Nutrition Reviews / A. Drewnowski, B. Popkin // Nutrition Reviews. – 1997. – Vol. 55. No. 2. – P. 31–43.
50. Jacka F. Food for thought. Acta Neuropsychiatrica / F. Jacka, M. Berk // Acta Neuropsychiatrica – 2007. – Vol. 19. No 5. – P. 321–323.
51. McNaughton S. Dietary patterns and diet quality: approaches to assessing complex exposures in nutrition / S. McNaughton // Australasian Epidemiologist. – 2010. – Vol. 17. No. 1. – P. 35–37.
52. Menu Group купила украинский сервис доставки еды [Электронный ресурс] // Ліга Бізнес. – 2019. – Режим доступа : https://biz.liga.net/ekonomika/all/novosti/kompaniya-s-rossiyskimi-investitsiyami-kupila-proekt-edaua.
53. Murakami K. Dietary intake and depressive symptoms: a systematic review of observational studies / K. Murakami, S. Sasaki // Molecular Nutrition Food Research. – 2010. – Vol. 54. – P. 471–488.