

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавр

Рівень вищої освіти

Інноваційні підходи до організації літнього кейтерингу
(на прикладі ресторану «Венеція»)

Назва теми


Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Шифр і назва спеціальності


Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»
Назва

Шифр 21080

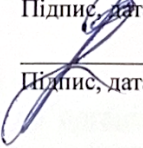
Виконав:
студент 4 курсу група ГРС-21-1


Підпис Єлизавета ВЛАСЮК
Ім'я ПРІЗВИЩЕ


Керівник


Підпис, дата Тетяна ТОМАЛІЯ
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Нормоконтролер


Підпис, дата Оксана ГРИНДІЙ
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

До захисту допускаю:
Зав. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи


Підпис Ігор ЖУРБА
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

16 червня 2025 р

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Галузь знань 241 Готельно-ресторанна справа


Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа ОП «Готельно-ресторанна справа»

Шифр, назва

Шифр, назва спеціальності та освітньої програми

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри


16 " червня 2025 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Власюк Єлизавета В'ячеславівна

Прізвище, ім'я, по батькові студента

1. Тема роботи «Інноваційні підходи до організації літнього кейтерингу» (на прикладі ресторану «Венеція»)

керівник роботи Томалья Тетяна Станіславівна, канд. екон. наук доц. кафедри ТтаГРС

Прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання

Затверджено наказом ректора університету від 04.02 2025 р. № 23 дод. ___

2. Строк подання студентом роботи на кафедру 09 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи статті, монографії, навчальні посібники з тематики кейтерингових послуг у ресторанному бізнесі, зокрема з акцентом на сезонні формати обслуговування та інноваційні підходи до організації літніх заходів; законодавчі та нормативні документи, що регулюють діяльність підприємств громадського харчування в Україні; внутрішня інформація ресторану «Венеція»; матеріали з відкритих інтернет-ресурсів, що висвітлюють сучасні тренди в гастрономії, кейтерингу, маркетингу подій і споживчих уподобаннях у сфері гостинності.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1. Теоретичні засади впровадження інноваційних підходів до організації літнього кейтерингу. 2. Аналіз діяльності та характеристика середовища функціонування ресторану «Венеція» 3. Розробка та економічне обґрунтування кейтерингової платформи «Venezia events»

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень) 1. Переваги використання кейтерингу в ресторанному бізнесі. 2. Класифікація кейтерингу. 3. Особливості організації літнього кейтерингу. 4. Особливості організації літнього кейтерингу. 5. Штатний розпис ресторану «Венеція». 6. SWOT-аналіз ресторану «Венеція». 7. Аналіз конкурентів ресторану «Венеція». 8. Оцінка ресурсного забезпечення кейтерингових послуг ресторану «Венеція». 9. Структура платформи «Venezia Events». 10. Формати літніх подій «Venezia Events».

6. Дата видачі завдання 25 квітня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Пор. №	Назва етапів (розділів) кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми дипломної роботи	квітень 2025	Виконано
2.	Одержання індивідуального завдання	квітень 2025	Виконано
3.	Складання календарного плану графіка написання дипломної роботи	квітень 2025	Виконано
4.	Підготовка до виконання дипломної роботи: підбір та вивчення літератури, участь у виконанні науково-дослідних робіт, інші заходи	квітень 2025	Виконано
5.	Уточнення теми дипломної роботи та календарного плану-графіка, виходячи зі специфіки базового підприємства	квітень 2025	Виконано
6.	Підготовка першого розділу	травень 2025	Виконано
7.	Підготовка другого розділу	травень 2025	Виконано
8.	Підготовка третього розділу	червень 2025	Виконано
9.	Підготовка висновків	червень 2025	Виконано
10.	Здача науковому керівнику	червень 2025	Виконано
11.	Доопрацювання дипломної роботи з урахуванням зауважень наукового керівника	червень 2025	Виконано
12.	Написання та оформлення роботи в остаточному варіанті	червень 2025	Виконано
13.	Попередній захист дипломної роботи на кафедрі	червень 2025	Виконано
14.	Одержання відгуку наукового керівника	червень 2025	Виконано
15.	Одержання рецензії зовнішнього рецензента	червень 2025	Виконано
16.	Захист дипломної роботи	червень 2025	Виконано

Студент

B
(Підпис)

Васюк Є.В.
(Ініціали, ПРІЗВИЩЕ)

Керівник роботи

Сіва
(Підпис)

Телеса І.Є.
(Ініціали, ПРІЗВИЩЕ)

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Власюк Єлизавети В'ячеславівни
Прізвище, ім'я, по батькові

Тема роботи: «Інноваційні підходи до організації літнього кейтерингу» (на прикладі ресторану «Венеція») Назва теми кваліфікаційної (дипломної) роботи

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник: канд.екоп.наук, доцент Томаля Т.С.
Вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали

м. Хмельницький, 2025 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 45 с., містить 11 таблиць, 4 рисунків, перелік джерел посилання складається з 31 найменування, 1 додаток.

Актуальність роботи зумовлена зростанням попиту на гнучкі та інноваційні форми ресторанного обслуговування, зокрема в умовах літнього сезону, коли особливо актуальними стають мобільні формати кейтерингу на відкритих локаціях.

У першому розділі роботи розкрито теоретичні засади кейтерингової діяльності, проаналізовано вплив сезонності на організацію кейтерингових заходів. Особливу увагу приділено інноваційним рішенням, які сприяють підвищенню ефективності сервісу та конкурентоспроможності ресторанного бізнесу в умовах літнього періоду.

У другому розділі здійснено комплексний аналіз діяльності ресторану «Венеція» та середовища його функціонування, що дозволило виявити потенціал закладу для впровадження літнього кейтерингу. Оцінено внутрішні ресурси, організаційну структуру, кадровий склад і матеріально-технічну базу, а також досвід реалізації кейтерингових послуг на прикладі співпраці з рестораном «Флоріан».

У третьому розділі розроблено пропозиції для створення кейтерингової платформи «Venezia Events» як нового напрямку діяльності ресторану «Венеція». Представлено концепцію підбренду, його структуру, формати подій та маркетингову стратегію.

Результати дослідження можуть бути використані в діяльності ресторану «Венеція» для розширення цільової аудиторії, оптимізації організації виїзних подій, підвищення рівня клієнтського сервісу та посилення ринкових позицій закладу в умовах сезонної конкуренції.

Ключові слова: кейтеринг, літній кейтеринг, ресторанний бізнес, інноваційні підходи, виїзне обслуговування, гастрономічний сервіс, події під відкритим небом.

ABSTRACT

for diploma thesis Vlasyuk Yelyzaveta Vyacheslavivna
Full Name

Work theme: «Innovative approaches to the organization of summer catering» (on the example of the restaurant «Venice»)

The title of the subject of the qualification (diploma)

First level of higher education (bachelor's degree)

Specialty 241 «Hotel and restaurant business»

Department of tourism and hotel and restaurant business

Scientific supervisor: PhD in Economics, As. Prof. Tomalia T.S.
Academic degree, academic title, surname, initials

Khmelnyskyi, 2025

The qualification work is 45 pages long, contains 11 tables, 4 figures, a list of references consists of 31 titles, 1 appendices.

The relevance of the work is driven by the growing demand for flexible and innovative forms of restaurant services, particularly in the summer season, when mobile catering formats at outdoor locations are especially relevant.

The first chapter of the work reveals the theoretical foundations of catering activities, analyzes the impact of seasonality on the organization of catering events. Particular attention is paid to innovative solutions that help to increase the efficiency of service and competitiveness of the restaurant business in the summer.

The second chapter carries out a comprehensive analysis of the activities of the restaurant “Venecia” and its environment, which allowed to identify the potential of the institution for the introduction of summer catering. The internal resources, organizational structure, staffing and material and technical base, as well as the experience of implementing catering services on the example of cooperation with the Florian restaurant are evaluated.

The third chapter develops proposals for the creation of the catering platform “Venezia Events” as a new direction of the restaurant “Venezia”. The concept of the sub-brand, its structure, event formats and marketing strategy are presented.

The results of the study can be used in the activities of the Venice restaurant to expand the target audience, optimize the organization of offsite events, improve customer service and strengthen the market position of the restaurant in the face of seasonal competition.

Keywords: catering, summer catering, restaurant business, innovative approaches, catering, gastronomic service, open-air events.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЛІТНЬОГО КЕЙТЕРИНГУ.....	9
1.1 Поняття та особливості кейтерингу.....	9
1.2 Види та форми кейтерингового обслуговування.....	12
1.3 Сезонність та її вплив на організацію літнього кейтерингу.....	16
2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕСТОРАНУ «ВЕНЕЦІЯ».....	19
2.1 Загальна характеристика ресторану «Венеція».....	19
2.2 Аналіз середовища функціонування ресторану «Венеція».....	23
2.3 Аналіз можливостей впровадження літнього кейтерингу в ресторані «Венеція».....	28
3 РОЗРОБКА ТА ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ КЕЙТЕРИНГОВОЇ ПЛАТФОРМИ «VENEZIA EVENTS».....	32
3.1 Пропозиція розробки кейтерингової платформи «Venezia Events».....	32
3.2 Економічне обґрунтування формату «Venezia Home Fest».....	36
ВИСНОВКИ	40
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	42
ДОДАТКИ.....	45

ВСТУП

Сучасна індустрія гостинності переживає активну трансформацію, спричинену як глобальними змінами в поведінці споживачів, так і впливом інноваційних технологій. Одним із найбільш динамічних напрямів ресторанного бізнесу є кейтеринг — форма обслуговування, що дозволяє організовувати події в будь-якому зручному для клієнта місці. Особливу популярність останнім часом набуває літній кейтеринг, який поєднує мобільність, гастрономічну якість та комфорт відкритого простору.

Актуальність теми дослідження зумовлена потребою у впровадженні інноваційних підходів до організації кейтерингових послуг, що дозволяють підвищити якість обслуговування, ефективність бізнес-процесів та задовольнити нові запити споживачів. Зокрема, актуальним є удосконалення підходів до організації літнього кейтерингу, який потребує гнучкої логістики, адаптації до кліматичних умов та використання сучасних рішень у сфері гастрономії та сервісу.

Проблеми організації кейтерингу, активно досліджували такі вітчизняні науковці, як Архіпов В.В., П'ятницька Н.О., Бишовець Л. Г., Куракін О. Б., Рябенька М. О. Прилепа Н.В. Тарасюк Г. М., Чагайда А. О. та інші фахівці, які у своїх працях висвітлюють питання класифікації кейтерингових послуг, особливостей їх організації, економічної ефективності та впровадження інноваційних рішень у сфері виїзного ресторанного обслуговування. Однак, попри значну увагу до проблематики кейтерингу, питання організації літнього кейтерингу з акцентом на інноваційні підходи залишаються недостатньо висвітленими в науковій літературі.

Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних засад інноваційного підходу до організації літнього кейтерингу, аналіз досвіду ресторану «Венеція» та рекомендація шляхів його удосконалення. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

— розкрити сутність та особливості кейтерингових послуг у сфері

ресторанного господарства;

- розглянути класифікацію та форми кейтерингового обслуговування з урахуванням сезонного чинника;
- визначити особливості організації літнього кейтерингу та його переваги в умовах ринку гостинності;
- провести аналіз діяльності ресторану «Венеція»;
- проаналізувати середовище функціонування закладу;
- виявити проблеми та потенціал розвитку інноваційних підходів у літньому кейтерингу на прикладі досліджуваного підприємства;
- розробити практичні рекомендації щодо впровадження інноваційного підходу до організації літнього кейтерингу в ресторані «Венеція».

Об'єктом дослідження обрано ресторан «Венеція».

Предметом дослідження є інноваційні підходи до організації літнього кейтерингу в ресторанному бізнесі.

Практична значущість полягає у можливості використання її результатів для покращення організації кейтерингових послуг у ресторані «Венеція» та підвищення його конкурентоспроможності на ринку.

Робота складається з 45 сторінок, кількість таблиць – 11, рисунків – 4, кількість позицій у списку використаних джерел -31 , додатків -1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЛІТНЬОГО КЕЙТЕРИНГУ

1.1 Поняття та особливості кейтерингу

Сфера послуг в Україні характеризується високою динамікою розвитку, зокрема це помітно в ресторанній індустрії. Сучасні споживачі пред'являють підвищені вимоги до рівня обслуговування, оскільки мають широкий вибір закладів. Попри економічну нестабільність, кількість ресторанів, кафе, кав'ярень і пабів продовжує зростати.

Згідно з аналітичними даними української компанії з автоматизації закладів Poster POS, у перші дні повномасштабного вторгнення близько 19% закладів ресторанного господарства продовжували функціонувати. З кожним наступним тижнем активність підприємств харчування поступово зростала. Так, станом на квітень 2022 року вже працювало понад 54% кафе, кав'ярень та барів, що відповідало приблизно 52% довоєнного обігу. Відновлені заклади прагнули зацікавити споживача новими підходами: оригінальним меню, креативним дизайном, системами лояльності. В умовах трансформації ресторанного ринку та впливу світових тенденцій, в Україні активізувався сучасний формат обслуговування — кейтеринг, який поступово набуває популярності як гнучка та інноваційна форма надання послуг харчування. [1].

Термін «кейтеринг» (catering) походить від англійського дієслова «to cater», що має кілька значень: «забезпечувати харчуванням», «обслуговувати клієнта», «задовольняти потреби». [2]. І у буквальному перекладі означає «постачання їжі», проте на практиці він охоплює виїзне обслуговування клієнтів у будь-якому визначеному місці: як у закритих приміщеннях (офіс, конференц-зал), так і на відкритих локаціях — у парках, на даху будівлі чи узбережжі.

Історичні витоки кейтерингу сягають XVII століття. Його першовитоком вважають діяльність Жана Франсуа Вателя, який організовував пишні банкети й урочистості при дворі Людовіка XIV. Саме він започаткував традицію вивіреної

подачі, організації простору та сервірування на виїзді, що перегукується з сучасним кейтерингом [3].

Таким чином, кейтеринг як форма обслуговування має як історичне коріння, так і широке практичне застосування в сучасній ресторанній індустрії, охоплюючи організацію подій у найрізноманітніших локаціях.

З огляду на зростаючу популярність цієї послуги, поняття «кейтеринг» було також формалізовано на нормативному рівні. Зокрема, воно згадується в ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація», де його віднесено до групи 4.4 – «Постачання їжі, приготованої централізовано, для споживання в інших місцях». До цієї категорії належать такі типи підприємств ресторанного господарства, як: фабрика-заготівельня (4.4.1), фабрика-кухня (4.4.2), домова кухня (4.4.3), а також ресторани за спеціальними замовленнями (4.4.4), тобто catering [4].

У межах цього стандарту ресторани за спеціальними замовленнями (кейтеринг) визначається як спеціалізований заклад, що забезпечує приготування та доставку готових страв, а також організацію обслуговування клієнтів поза межами власного приміщення, відповідно до індивідуальних запитів. Крім того, документом передбачено, що такі підприємства можуть здійснювати обслуговування банкетів, корпоративних заходів, ділових зустрічей, весіль і свят у різноманітних умовах — від офісних приміщень і конференц-залів до відкритих майданчиків, природного середовища або під тентами. Таким чином, згідно з ДСТУ, кейтеринг розглядається як окрема організаційно-правова форма підприємства ресторанного господарства, а не як додаткова послуга в межах функціонування звичайного закладу.

За словами президента Асоціації ресторанного бізнесу Ісая Фельдмана: «Кейтеринг - це ресторанне обслуговування заходів на природі або в приміщеннях, які не є ресторанами» [5].

Важливо підкреслити, що кейтеринг є складною формою ресторанного сервісу, що потребує високого рівня організації, мобільності та професіоналізму. Тому не всі заклади громадського харчування мають змогу надавати такі

послуги. Часто кейтеринг реалізується спеціалізованими компаніями, які мають відповідну матеріально-технічну базу та підготовлений персонал.

Саме кадровий склад виступає одним із ключових чинників у забезпеченні якості кейтерингового обслуговування. При цьому важливо враховувати кілька суттєвих аспектів:

Кваліфікований кухар є ключовою фігурою в кейтеринговому обслуговуванні, оскільки не кожен спеціаліст готовий працювати в польових умовах поза межами звичної кухні. До основних вимог належать висока швидкість роботи, адаптивність до змінного середовища та здатність оперативно вирішувати непередбачувані ситуації.

Також роль офіціантів значно ускладнюється, адже вони змушені працювати без звичної ресторанної інфраструктури: відсутні стаціонарні столи, є ймовірність великого скупчення людей, обмежений простір. У таких умовах вкрай важливими є акуратність, точність рухів та злагоджена командна взаємодія.

Офіціанти в кейтерингу працюють у складніших умовах, ніж у звичайному ресторані: немає стаціонарних столів, обмежено простір, часто — велике скупчення гостей. Це потребує чіткої координації, акуратності та злагодженої командної роботи.

Важливою складовою є й зовнішній вигляд персоналу. Уніфікована форма, охайність, дотримання фірмового стилю — усе це формує позитивне враження про захід і підкреслює рівень обслуговування [6].

Таким чином, кейтеринг — це не просто доставка їжі, а повноцінна форма обслуговування, яка має свою історію, різновиди та нормативне визначення. Він поєднує гнучкість, мобільність і високі вимоги до організації, що робить його важливою складовою сучасного ресторанного бізнесу.

Кейтеринг на сьогодні є не лише поширеною формою обслуговування, а й надзвичайно зручним рішенням для організації подій — особливо ділових і корпоративних, що проводяться поза межами класичних закладів харчування. Завдяки своїй мобільності, гнучкості та персоналізованому підходу до клієнтів,

кейтеринг здатен забезпечити повний спектр ресторанного сервісу в будь-якому форматі події. Основні переваги кейтерингового обслуговування візуалізовано на рис. 1.1.



Рис. 1.1 - Переваги використання кейтерингу в ресторанному бізнесі

Таким чином, основними перевагами кейтерингу є можливість організувати події у будь-якій зручній локації, дотримуючись чинного законодавства; оперативна підготовка заходів із урахуванням побажань клієнтів; індивідуальний підхід до оформлення меню та сервісу; а також можливість повного обслуговування, включно з прибиранням. Усе це дозволяє позиціонувати кейтеринг як ефективну модель сучасного обслуговування в ресторанній індустрії.

1.2 Види та форми кейтерингового обслуговування

Кейтеринг як специфічна форма ресторанного обслуговування має різноманітні варіанти реалізації залежно від умов, масштабів події, запитів клієнтів та технічних можливостей підприємства. У сучасній практиці виділяють кілька типів кейтерингу, що відрізняються за місцем обслуговування, форматом подачі страв, кількістю гостей, а також типом заходу. Розуміння класифікації кейтерингових послуг дозволяє підприємствам ефективно обирати оптимальну модель роботи, відповідно до очікувань споживачів і логістичних умов

організації події.

Класифікація кейтерингових послуг може варіюватися залежно від підходу різних науковців і практиків. Так, Н.О. П'ятницька пропонує класифікувати кейтеринг за трьома основними критеріями: за контингентом замовників, за місцем проведення заходу та за повнотою циклу обслуговування, тобто глибиною та змістом наданих послуг [7].

У свою чергу, В.В. Архіпов подає більш прикладний перелік видів кейтерингу, не виокремлюючи формальних класифікаційних груп. До переліку включено такі форми, як: обслуговування у приміщеннях, за межами ресторану, соціальний кейтеринг, виїзний кейтеринг за договором постачання, роздрібна торгівля готовою кулінарною продукцією, а також VIP-кейтеринг як сегмент преміального обслуговування [8].

Зазначені підходи доповнюють загальну систему класифікації кейтерингових послуг і відображають практичне різноманіття цього виду діяльності. Вони також дозволяють краще адаптувати формат обслуговування до типу клієнта, місця події, цінового сегмента та очікуваного рівня сервісу.

На основі аналізу наукових джерел та практики ресторанного обслуговування узагальнено основні критерії класифікації кейтерингових послуг, їх особливості, переваги та обмеження. Узагальнені результати подано в таблиці (табл. 1.1).

Під час аналізу різновидів кейтерингових послуг доцільно враховувати їхні функціональні особливості, переваги та обмеження. Виїзний кейтеринг, який є одним із найпоширеніших форматів, вирізняється високою мобільністю та здатністю до організації заходів на відкритих локаціях — у парках, на природі, біля водойм. Такий формат формує особливу атмосферу та відкриває широкі можливості для креативних рішень, однак супроводжується залежністю від погодних умов, складністю логістичного супроводу і підвищеними вимогами до мобільності персоналу. Інсайд-кейтеринг, тобто обслуговування у межах приміщення, натомість забезпечує комфортну інфраструктуру: стабільне електро- і водопостачання, контрольований мікроклімат, технічну надійність.

Таблиця 1.1 - Класифікація кейтерингу

Критерій класифікації	Типи / форми	Коротка характеристика
За місцем надання послуг	У приміщеннях, поза приміщеннями, роз'їзний, роздрібний, контракт, кейтеринг-інсайд, аутсайд	Визначає, де саме надається послуга (на місці, на виїзді, за контрактом, у мобільному форматі)
За цінним сегментом	Низький, середній, VIP-кейтеринг	Відображає рівень сервісу, витрати та цільову аудиторію
За повнотою наданих послуг	Доставка їжі без обслуговування, повносервісне обслуговування	Розрізняє просту доставку і повний супровід заходу
За контингентом замовників	Індивідуальний, корпоративний, соціальний, транспортний, готельний, для буд. майданчиків	Визначається тип клієнта — від фізосіб до організацій і компаній
За місцем приготування страв	У закладі з доставкою, безпосередньо на локації	Впливає на логістику, якість і швидкість обслуговування
За видом підприємства	Заклад, який надає кейтеринг додатково / для якого кейтеринг — основна діяльність	Залежить від профілю ресторанного підприємства
За видами заходів	Фуршети, каво-брейки, «шведські столи», виїзні бари, пікніки, барбекю, банкети	Типи подій, які обслуговуються
За типом наданих послуг	Івент-кейтеринг, плейс-кейтеринг (контрактний), кулінарний, організаційний	Розрізняє за глибиною організації та спрямованістю послуг

Проте у нього існують обмеження щодо просторового оформлення, гнучкості декору та адаптації під нестандартні сценарії подій. Корпоративний кейтеринг є надійним каналом отримання регулярних замовлень, сприяє довгостроковому партнерству, передбачуваності бюджету та чіткій організації. Водночас у такому форматі часто доводиться дотримуватись встановлених стандартів — обмеженого асортименту, стислих термінів реалізації та високої інтенсивності обслуговування. VIP-кейтеринг виступає одним із найприбутковіших напрямів діяльності, орієнтованим на преміальний сегмент, вимагає індивідуального підходу, використання ексклюзивного обладнання,

витонченого оформлення та персоналізованого сервісу. Водночас він потребує значних ресурсів, ретельного планування, високої кваліфікації персоналу й уваги до деталей. Соціальний кейтеринг, який реалізується у сфері освіти, охорони здоров'я, соціального захисту, а також у забезпеченні харчування для будівельних об'єктів, виконує важливу суспільну функцію. Його ключовими перевагами є сталість попиту, можливість участі у державних закупівлях та великомасштабність. Проте він пов'язаний із жорсткими нормативними вимогами, обмеженими бюджетами й низькою маржинальністю, що обмежує інноваційність та гнучкість. Таким чином, кожна форма кейтерингу має специфіку, яку варто враховувати під час розроблення бізнес-стратегії, адаптації сервісу до умов ринку та задоволення потреб різних цільових аудиторій.

Варто також зазначити, що розвиток кейтерингових форматів тісно пов'язаний із сучасними тенденціями в індустрії гостинності. Серед актуальних форм виокремлюють так звані гібридні формати, які поєднують елементи традиційного обслуговування та цифрових сервісів (наприклад, попереднє замовлення онлайн, кейтеринг зі змінним меню, мобільні точки видачі їжі тощо).

Також дедалі частіше використовуються тематичні види кейтерингу — весільний, етнічний, сезонний (наприклад, літній, пляжний кейтеринг), які не входять до класичних класифікацій, однак мають високий попит серед цільових аудиторій. Такі форми сприяють створенню унікального споживацького досвіду, підвищують лояльність і дозволяють гнучко реагувати на індивідуальні потреби. Серед сучасних трендів кейтерингового обслуговування вирізняється кілька напрямів, що суттєво впливають на попит. По-перше, це орієнтація на правильне харчування, що передбачає використання курятини, великої кількості зелені, овочів і фруктів, а також врахування веганських уподобань. По-друге, актуальною є популяризація етнічних і регіональних кухонь, зокрема української гастрономії, що дозволяє створювати тематизовані події. По-третє, посилюється значення естетики подачі: приваблива «інстаграмна» їжа сприяє поширенню вражень про подію у соціальних мережах. Четверта тенденція — зростання популярності виїзного кухаря, який додає емоційну складову до заходу,

забезпечуючи високу якість та свіжість страв. П'ята — орієнтація на автентичні локальні продукти: крафтове пиво, фермерські сири, вино з льохів, овочі з локальних господарств. Шостий напрям — виїзний бармен, який створює не лише коктейлі, а й особливу атмосферу. Завершує перелік трендів впровадження готових кейтерингових сетів, що спрощують замовлення та оптимізують вибір страв для клієнтів.

Таким чином, сучасні форми кейтерингового обслуговування не лише адаптуються до різноманітних умов проведення заходів, але й активно реагують на глобальні тренди у сфері харчування та сервісу. Урахування нових запитів споживачів — на здорове харчування, локальну продукцію, індивідуалізацію меню та емоційний досвід — сприяє підвищенню конкурентоспроможності кейтерингових компаній. Впровадження актуальних форматів обслуговування дозволяє розширювати цільову аудиторію, підвищувати якість послуг та зміцнювати позиції на ринку гостинності.

1.3 Сезонність та її вплив на організацію літнього кейтерингу

Кейтеринг, як одна з форм виїзного ресторанного обслуговування, тісно пов'язаний із зовнішніми умовами, зокрема сезонністю. Літній період є особливо активним сезоном для кейтерингових компаній, адже саме в цей час відбувається найбільше подій просто неба — весіль, корпоративів, фестивалів, приватних вечірок, пікніків тощо. Організація подібних заходів вимагає гнучкого, добре скоординованого підходу, що враховує погодні фактори, гастрономічні вподобання споживачів та особливості логістики.

Літній кейтеринг реалізується переважно на відкритих майданчиках: у парках, на пляжах, терасах, садових ділянках, у зелених зонах або поблизу водойм. Такі локації сприяють створенню невимушеної, емоційно комфортної атмосфери, що поєднує харчування та відпочинок на свіжому повітрі. Однак саме сезонність стає визначальним фактором, який зумовлює як потенційні переваги, так і організаційні виклики.

Для ефективного функціонування в умовах літа підприємства ресторанного господарства мають враховувати низку особливостей. Узагальнимо їх у таблиці 1.2:

Таблиця 1.2 – Особливості організації літнього кейтерингу

Сезонний чинник	Вплив на організацію заходу	Необхідні рішення для адаптації
Погодні умови (спека, дощ, вітер)	Ускладнення зберігання, приготування та подачі страв	Використання мобільних холодильників, тентів, генераторів, портативних кухонь
Високі температури	Псування продуктів, дискомфорт для гостей	Запропонування охолоджувальних напоїв, прискорене обслуговування
Відкриті локації	Потреба в тіньових зонах, декорі, фотозонах	Облаштування зон відпочинку, флористика, екоматеріали
Сезонні продукти	Попит на легкі та свіжі страви	Розробка літнього меню: салати, фрукти, гриль, барбекю
Піковий попит	Перевантаження персоналу, нестача ресурсів	Попереднє бронювання, формування додаткових команд

Головною перевагою літнього кейтерингу є можливість поєднати гастрономічний сервіс із відпочинком на свіжому повітрі, що створює неформальну, комфортну атмосферу для гостей. Водночас організація заходів у літній сезон потребує врахування ряду критично важливих чинників. Зокрема, йдеться про температурний режим, рівень сонячного випромінювання, ризик опадів і поривів вітру, що безпосередньо впливають на умови зберігання, приготування та подачі страв.

Особливої уваги потребують питання охолодження продуктів, забезпечення тіньових зон, збереження санітарно-гігієнічних норм і контроль температури страв. У зв'язку з цим підприємства, що надають літній кейтеринг, повинні мати у своєму розпорядженні мобільне холодильне обладнання, тенти, вентилятори, генератори електроенергії, портативні системи подачі води, а також адаптовані до умов відкритого простору рішення для сервірування й транспортування продукції.

Ще однією характерною особливістю літнього кейтерингу є сезонна

адаптація меню. Пропонуються легкі, охолоджені страви, салати, фрукти, коктейлі, гриль-продукція та барбекю, які краще сприймаються споживачами в умовах високих температур. Крім того, активно використовуються локальні сезонні інгредієнти, що дозволяє знижувати витрати, підвищувати свіжість і актуальність гастропрпозицій.

Зростає також роль естетичного оформлення, флористики, екодизайну, зони фотозйомки та музичного супроводу, які формують загальну атмосферу події. У цьому контексті кейтерингова послуга набуває комплексного характеру, поєднуючи функції харчування, просторового дизайну та розважального супроводу.

Отже, сезонність у кейтеринговому бізнесі виступає не лише обмежувальним, але й фактором можливостей. Літній кейтеринг дозволяє реалізувати широкий спектр послуг у привабливому для споживача форматі, за умови належного рівня організації, врахування кліматичних викликів і використання сезонних гастрономічних рішень. Його ефективне впровадження потребує інтегрованого підходу, що охоплює планування ресурсів, дотримання стандартів якості, логістику та дизайн. Таким чином, адаптація до сезонних умов є запорукою сталого розвитку кейтерингових підприємств у літній період.

2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕСТОРАНУ «ВЕНЕЦІЯ»

2.1 Загальна характеристика ресторану «Венеція»

Для проведення аналізу було обрано ресторан «Венеція», що розташований у місті Хмельницький за адресою вул. Старицького, 1А. Заклад належить до категорії ресторанів підвищеного рівня комфортності та обслуговування, забезпечуючи сервіс класу люкс відповідно до сучасних стандартів. Графік роботи ресторану — з 11:00 до 23:00, що узгоджується з вимогами комендантської години в умовах воєнного стану. «Венеція» стала впізнаваним брендом серед закладів громадського харчування Хмельницького завдяки авторському підходу до приготування страв української та європейської кухні.

Ресторан розташований у південно-західній частині міста, в спокійній зеленій зоні з обмеженим пішохідним трафіком, поруч з озером, що додає атмосферності. Саме завдяки мальовничому розташуванню заклад отримав назву, яка асоціюється з романтичною Венецією — містом води, затишку та кохання.

Архітектурно ресторан «Венеція» є витонченою спорудою, оточеною водною гладдю озера з трьох боків. Комплекс включає відкриту літню терасу, дерев'яний декоративний місток, а також внутрішній двір із декоративним ставком, у якому розводять форель. Це єдиний ресторан у місті, що має власну міні-ферму живої риби, яку готують за індивідуальними замовленнями гостей.

У структурі ресторану передбачено декілька окремих залів різної місткості: зали на 30, 50 та 100 персон, а також окремі VIP-простори на 8, 12 або 16 осіб, що дозволяє обслуговувати як камерні вечери, так і масштабні святкові події.

Меню закладу вирізняється різноманітністю, поєднуючи традиційні та авторські страви європейської та української кухонь. Особливу увагу приділено

італійській гастрономії, що гармонійно переплітається з фірмовими напрацюваннями кухарів. До кожної страви пропонується ретельно підібрана винна карта, яка включає ексклюзивні сорти з виноробних регіонів Італії, Франції та Португалії, що дозволяє точно розкрити смакову палітру страв, зокрема пасти, ризотто, риби дорадо, сьомги та інших делікатесів.

Заклад створює неповторну атмосферу, що передає дух Венеції. Архітектурний стиль оформлення витримано у класичному венеціанському стилі з елементами рококо: романтичні деталі, інтер'єр у світлих тонах, гондольні мотиви, декоративні ліхтарі. Столи організовані з урахуванням конфіденційності та комфорту, що створює простір для приватного спілкування.

Інтер'єр ресторану вирізняється витонченістю та візуальним багатством. Простора барна зона розміщена у залі з панорамним виглядом на водойму та з прямим виходом на літню терасу. Така архітектура дозволяє створити атмосферу легкості й відпочинку, надаючи простору естетичного виміру. (Додаток А)

Цінова політика ресторану поміркована й відповідає рівню обслуговування. Страви орієнтовані як на середній, так і на преміальний сегмент споживачів, поєднуючи доступність з кулінарною унікальністю. Меню складається таким чином, щоб охопити широкий спектр смаків, не втрачаючи при цьому вишуканості подачі.

Обслуговування забезпечує команда висококваліфікованих працівників — шеф-кухарів, офіціантів, барменів. Усі процеси — від приготування до подачі — здійснюються відповідно до стандартів, властивих закладам італійської гастрономічної школи.

Попри відсутність офіційного веб-сайту, заклад активно використовує соціальні мережі як інструмент маркетингової комунікації. Участь у благодійних ініціативах сприяє підвищенню впізнаваності бренду та формуванню позитивного іміджу серед мешканців міста.

Власником ресторану є фізична особа-підприємець, яка провадить діяльність у межах чинного законодавства України, зокрема відповідно до Господарського кодексу, законів «Про власність», «Про зовнішньоекономічну

діяльність» і «Про господарські товариства». Фінансова звітність ведеться за спрощеною системою обліку, що відповідає обраному формату підприємницької діяльності.

До ключових напрямів діяльності ресторану «Венеція» належать: приготування та реалізація страв, а також власних кулінарних і кондитерських виробів; організація та обслуговування урочистих подій і святкувань; продаж продукції власного виробництва поряд із реалізацією закуплених товарів.

Обслуговування клієнтів забезпечує досвідчений персонал — офіціанти та бармени з високим рівнем професійної підготовки, тоді як кухарі закладу створюють авторські страви, дотримуючись стандартів гастрономічної майстерності. Середній чек у ресторані становить близько 650 грн. Найінтенсивніше навантаження на заклад припадає на вихідні та святкові дні, коли попит на послуги ресторану суттєво зростає.

Таблиця 2.1 – Перелік і функціональне призначення приміщень ресторану «Венеція»

Приміщення	Види приміщення
1.Приміщення для споживача	Великий банкетний зал, малий банкетний зал, VIP-зал, VIP-кабінки, гардероб, туалет для відвідувачів, бар, дитяча кімната
2.Виробниче приміщення	Гарячий цех, холодний цех, загальний цех
3.Складські приміщення	Завантажувальна, комора, холодильна камера
4.Адміністративно-побутові приміщення	Гардероб для персоналу
5.Допоміжні приміщення	Мийні приміщення

Ресторан «Венеція» користується особливою популярністю серед жителів та гостей міста Хмельницького як місце приємного дозвілля та гастрономічних відкриттів. У закладі завжди панує привітна атмосфера, де кожен гість може розраховувати на увагу, турботу та високий рівень сервісу. Тут особливо цінують естетику простору, комфорт перебування і смакову витонченість. Ресторан відкритий для поціновувачів кулінарного мистецтва, які прагнуть відпочити в атмосфері гармонії, насолоджуючись мелодійним музичним супроводом та стравами європейської кухні. Колектив закладу докладає максимум зусиль, аби

забезпечити кожному відвідувачу незабутні враження, створивши простір для відпочинку, задоволення і натхнення.

Структура управління персоналом ресторану представлена на рисунку 2.1.

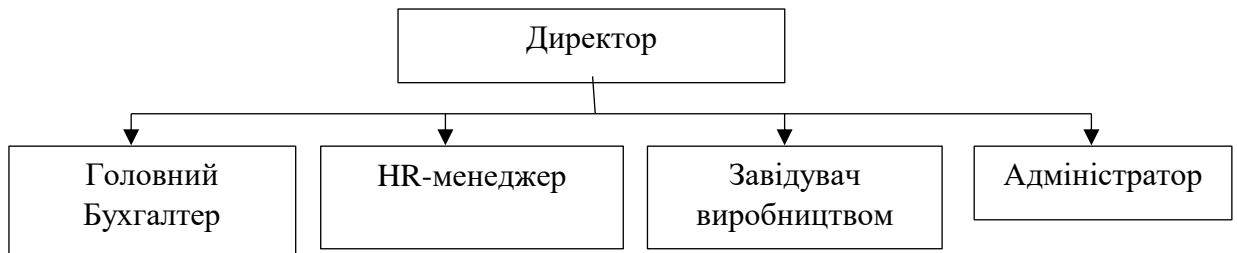


Рисунок 2.1 – Структура управління персоналом ресторану «Венеція»

У ресторані, відповідно до затвердженого штатного розпису, розроблено чітко структуровані посадові інструкції для всіх ключових категорій персоналу. Ці документи окреслюють функціональні обов'язки, права й зону відповідальності кожного працівника, що сприяє злагодженій роботі колективу та забезпеченню високої якості обслуговування клієнтів. Усі члени команди — від кухонного персоналу до обслуговуючого — добре обізнані зі своїми функціями та стандартами, яких потрібно дотримуватись для підтримання сервісу на належному рівні. Працівники сумлінно виконують покладені на них завдання. Перевірка наявних трудових договорів і графіків роботи засвідчила їх повну відповідність нормам чинного законодавства України, зокрема Кодексу законів про працю.

Таблиця 2.2 – Штатний розпис ресторану «Венеція»

Посада	Кількість, осіб		
	2023	2024	2025
Директор	1	1	1
Головний бухгалтер	1	1	1
HR-менеджер	1	1	1
Зав. Виробництвом	1	1	1
Кухарі	4	8	8
Адміністратор зала	1	2	2
Офіціант	6	6	8
Бармен, бариста	2	2	2
Охорона	2	2	2
Прибиральниця	4	4	4
Всього	23	28	30

Аналіз динаміки кадрового складу ресторану «Венеція» у період з 2023 по 2025 роки свідчить про поступове зростання чисельності персоналу, що вказує на розширення масштабів діяльності закладу та збільшення обсягів обслуговування гостей. Загальна кількість працівників зростає з 23 осіб у 2023 році до 30 осіб у 2025 році. Найбільші зміни відбулися в кухонному та обслуговуючому персоналі: кількість кухарів подвоїлася (з 4 до 8 осіб), а кількість офіціантів зростає з 6 до 8 осіб. Також було збільшено кількість адміністраторів залу з 1 до 2, що свідчить про підвищення вимог до організації процесу обслуговування. Водночас кількість керівного складу, бухгалтерії, HR-відділу, охорони, барменів та прибирального персоналу залишилася незмінною. Така кадрова динаміка є ознакою стабільного розвитку ресторану та зростання попиту на його послуги.

Ресторан має досвід практичної реалізації кейтерингових послуг у межах власної бізнес-структури. Так, у літній період «Венеція» виконує функцію виробничої бази для обслуговування ресторану «Флоріан», який належить тому ж власнику та не має власної кухні. Постачання страв, обладнання та персоналу здійснюється за кейтеринговою моделлю, що забезпечує ефективне використання ресурсів, зниження витрат та збереження високої якості обслуговування. Такий досвід доводить здатність ресторану реалізовувати повноцінні кейтерингові проекти та підтверджує доцільність подальшого розвитку цього напрямку.

2.2 Аналіз середовища функціонування ресторану «Венеція»

Ефективне функціонування закладів ресторанного господарства значною мірою зумовлене впливом зовнішнього та внутрішнього середовища, в якому вони здійснюють свою діяльність. З метою визначення потенціалу розвитку ресторану «Венеція» в місті Хмельницькому, зокрема щодо впровадження інноваційних підходів до організації літнього кейтерингу, необхідно проаналізувати економічні, соціальні, правові та технологічні чинники, що

формують зовнішнє середовище, а також оцінити внутрішні ресурси закладу та його потенціал для розвитку.

Зовнішнє середовище функціонування ресторану охоплює сукупність чинників, які, хоча й не підлягають прямому контролю з боку підприємства, істотно впливають на його розвиток, рівень конкурентоспроможності та можливості впровадження сучасних форм обслуговування, зокрема літнього кейтерингу.

Станом на сьогодні економічна ситуація в Україні залишається нестабільною, що зумовлює зростання цін на сировину, енергоносії, логістичні послуги та інші ресурси. Це прямо впливає на витрати ресторану та формування його цінової політики. Незважаючи на ці виклики, ресторан «Венеція» демонструє гнучкість у фінансовому плануванні та стратегії ціноутворення, зберігаючи привабливість для своєї основної аудиторії — споживачів із середнім рівнем доходу. Значну роль у стримуванні витрат відіграє наявність власної форелевої ферми, що дозволяє забезпечувати стабільну якість страв рибного асортименту без залежності від сторонніх постачальників.

Соціально-демографічне середовище також є сприятливим для розвитку закладу. Ресторан розташований у місті Хмельницькому з населенням понад 270 тисяч осіб. Аналіз цільової аудиторії свідчить, що найбільшу частку гостей становлять молоді люди віком 26–35 років — соціально активні, сімейно орієнтовані, з високим попитом на якісний сервіс, естетику інтер'єру, атмосферність і можливість відпочинку на відкритому повітрі. Такі особливості поведінки споживачів формують підґрунтя для розвитку літнього кейтерингу, орієнтованого на обслуговування приватних подій, сімейних свят, фуршетів і виїзних заходів у природному середовищі.

У політико-правовій площині ресторанна діяльність регулюється законодавством України, включаючи вимоги щодо оподаткування, санітарно-гігієнічних норм та правил безпеки. Для реалізації кейтерингових послуг актуальними є питання дотримання температурного режиму при транспортуванні страв, умов їх подачі поза межами основного закладу, а також

професійна підготовка персоналу. Врахування цих аспектів є необхідною умовою для надання якісних та безпечних послуг кейтерингу.

Значну роль у розвитку ресторанного бізнесу відіграє впровадження цифрових технологій. Ресторан «Венеція» вже активно використовує інструменти сучасної цифрової комунікації, зокрема електронне меню у форматі QR-кодів, офіційний сайт для онлайн-замовлень та активну присутність у соціальних мережах. Це не лише підвищує зручність для клієнтів, а й створює ефективні канали просування кейтерингових послуг, можливість індивідуального підбору пропозицій, швидкого бронювання та зворотного зв'язку.

З огляду на глобальні екологічні тенденції, дедалі актуальнішими стають вимоги до екологічної відповідальності підприємств. Споживачі все більше звертають увагу на використання локальної сировини, екологічної упаковки та відповідального поводження з відходами. У цьому контексті ресторан «Венеція» має належний потенціал для розвитку екологічно сталого кейтерингу — з акцентом на використання продукції власного виробництва, мінімізацію одноразового пластику та дотримання принципів свідомого споживання.

Таким чином, зовнішнє середовище ресторану «Венеція» формує складну, але загалом сприятливу платформу для впровадження інноваційних підходів до організації літнього кейтерингу. Гнучка реакція на зовнішні виклики, адаптація до споживчих тенденцій та ефективне використання внутрішньої кооперації, як у випадку з рестораном «Флоріан», дозволяють підприємству розширювати спектр своїх послуг і зміцнювати позиції на ринку.

З метою узагальнення результатів аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища ресторану «Венеція», а також виявлення перспектив і ризиків для впровадження та розвитку інноваційних підходів до літнього кейтерингу, доцільно провести SWOT-аналіз, який відображає сильні та слабкі сторони закладу, а також можливості та загрози, що постають у зовнішньому середовищі.

Проведений SWOT-аналіз свідчить про те, що ресторан «Венеція» має достатній потенціал для розширення спектра послуг шляхом активного розвитку

літнього кейтерингу. Наявність виробничих ресурсів, професійного персоналу, досвід кейтерингового обслуговування ресторану «Флоріан» і сприятлива локація створюють хороші передумови для масштабування. Водночас для ефективної реалізації таких послуг доцільно подолати існуючі внутрішні слабкості — удосконалити маркетинг, логістику та цифрову комунікацію, що дозволить зменшити вплив зовнішніх загроз і зміцнити конкурентні позиції на ринку.

Таблиця 2.3 - SWOT-аналіз ресторану «Венеція»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - Сучасна матеріально-технічна база ресторану; - Наявність власної форелевої ферми (зменшення витрат на сировину); - Досвід практичної реалізації кейтерингу для ресторану «Флоріан»; - Кваліфікований і стабільний персонал; - Злагоджена організаційна структура управління; 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність системної програми лояльності для постійних клієнтів; - Обмежена інформація про історію закладу та його філософію на вебресурсах; - Недостатній рівень інтерактивності у комунікації в соціальних мережах; - Відсутність окремо виділеного бренду/лінії кейтерингових послуг; - Обмежена мобільність кухонного обладнання для повноцінного виїзного обслуговування;
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - Розширення кейтерингових послуг на зовнішні події (приватні, корпоративні); - залучення нових сегментів споживачів, зокрема молодих сімей і компаній; - Розробка окремої маркетингової стратегії для просування літнього кейтерингу; - Партнерство з івент-агенціями, туристичними компаніями, бізнес-центрами; 	<ul style="list-style-type: none"> - Економічна нестабільність, що впливає на купівельну спроможність клієнтів; - Зростання конкуренції з боку мобільних форматів обслуговування (фудтраки, шатрові зони); - Сезонність попиту на виїзне обслуговування; - Посилення регулювання виїзного харчування та нові санітарно-гігієнічні вимоги;

Для оцінки конкурентного середовища ресторану «Венеція» доцільно провести порівняльний аналіз із провідними закладами ресторанного господарства м. Хмельницького.

У таблиці 2.4 та графічно на рис.2.2 нижче представлено оцінки шести

популярних ресторанів за такими ключовими критеріями, як рівень обслуговування, ціни, якість страв і загальна оцінка, що базується на рейтингах Google та загальному враженні споживачів. Такий аналіз дозволяє виявити сильні й слабкі сторони ресторану «Венеція» в контексті його конкурентів і визначити позицію на ринку.

Таблиця 2.4 – Аналіз конкурентів ресторану «Венеція»

	Ресторан «Венеція»	Ресторан «Апоуг»	Ресторан «Шотландія»	Ресторан «Sobkoff»	Ресторан «Сад на Європейській»	Ресторан «Арагат»
Обслуговування	4,7	4,6	4,2	4,5	4,9	4,5
Ціна	4,5	4,5	4,5	4,4	4,3	4,4
Якість	4,9	4,6	4,4	4,5	4,8	4,5
Загальна оцінка	4,7	4,6	4,4	4,5	4,7	4,5

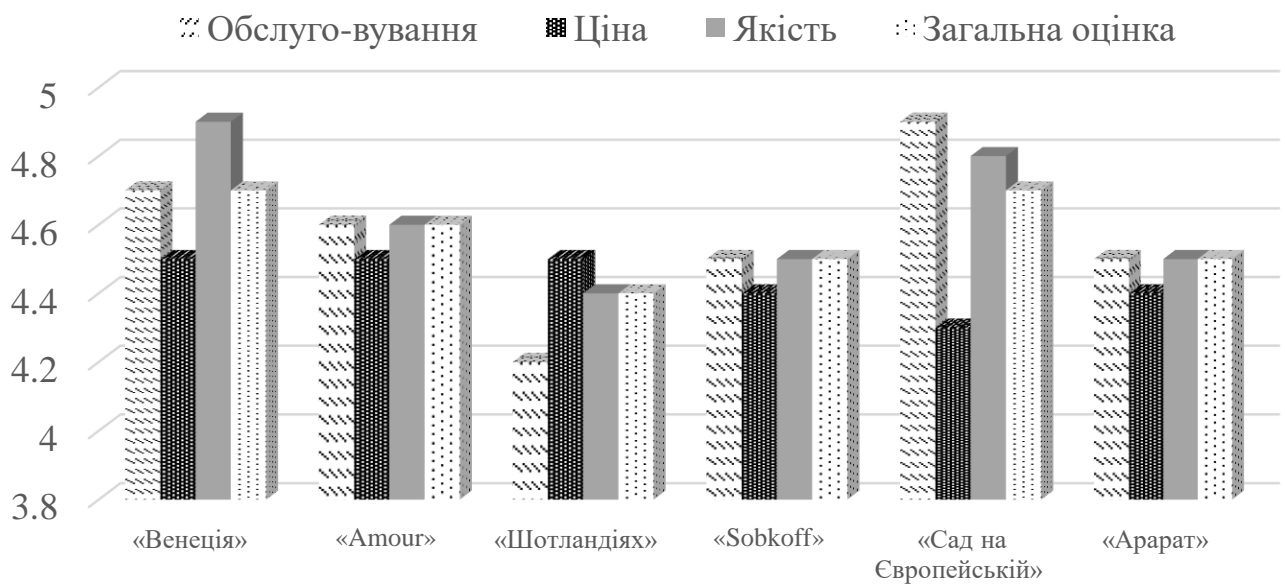


Рис. 2.2 - Порівняльна характеристика конкурентів ресторану «Венеція» за основними критеріями (обслуговування, ціна, якість, загальна оцінка)

Аналіз діаграми (рис. 2.2) свідчить про те, що ресторан «Венеція» займає провідні позиції серед основних конкурентів за більшістю оцінюваних критеріїв. Найвищу оцінку заклад отримав за якість страв (4,9) та загальне враження (4,7), що свідчить про стабільно високий рівень організації внутрішніх процесів і

задоволеність клієнтів. Високі показники також спостерігаються у ресторанах «Сад на Європейській» та «Amour», які є найближчими конкурентами за рівнем обслуговування й загальної оцінки.

Натомість ресторан «Шотландія» продемонстрував нижчі оцінки, особливо за критерієм обслуговування, що може свідчити про недостатню гнучкість сервісу або меншу клієнтоорієнтованість. Заклади «Sobkoff» і «Арарат» мають стабільні, хоча й дещо нижчі оцінки, що вказує на наявність сталої клієнтської бази, але водночас — на можливість покращення в окремих аспектах.

Таким чином, ресторан «Венеція» зберігає сильну конкурентну позицію на ринку ресторанних послуг м. Хмельницького, демонструючи високі стандарти обслуговування та якості продукції, що є важливими чинниками при впровадженні додаткових послуг, зокрема сезонного обслуговування або нових форматів.

2.3 Аналіз можливостей впровадження літнього кейтерингу в ресторані «Венеція»

Розвиток літнього кейтерингу є перспективним напрямом для розширення сфери послуг ресторану «Венеція», враховуючи сезонний попит, наявні ресурси та зміну споживацьких уподобань у бік подій на відкритому повітрі. Для оцінки потенціалу реалізації такого формату обслуговування доцільно проаналізувати внутрішні ресурси закладу, особливості цільової аудиторії, кадровий потенціал, матеріально-технічну базу, а також маркетингову готовність ресторану до просування нової послуги.

Показовим прикладом є вже налагоджена внутрішня модель кейтерингу, реалізована у співпраці між рестораном «Венеція» та рестораном «Флоріан», які належать одному власнику. У літній період «Венеція» забезпечує повний цикл харчування для «Флоріана», який не має власної кухні. Це свідчить про наявність базових логістичних рішень і здатність персоналу виконувати виїзне

обслуговування на високому рівні. Такий досвід може слугувати платформою для масштабування кейтерингової послуги на ширше коло клієнтів.

Матеріально-технічна база ресторану відповідає сучасним вимогам до організації виїзного обслуговування. Заклад має повноцінно оснащену кухню, холодильне та теплове обладнання, пакувальні матеріали, транспортний засіб для доставки страв, що дозволяє зберігати якість їжі під час транспортування. Крім того, персонал ресторану вже знайомий із форматами обслуговування на виїзді, що свідчить про належний рівень кадрової готовності до розширення функціоналу.

Сприятливою передумовою для розвитку літнього кейтерингу є й цільова аудиторія ресторану. Переважну частину клієнтів становлять молоді люди віком 26–45 років, більшість із яких мають середній рівень доходу, відвідують заклад кілька разів на місяць і позитивно реагують на сучасні формати обслуговування. Їхні смакові вподобання зосереджені навколо італійської кухні, а серед мотивацій до вибору закладу – зручність, атмосфера, якість обслуговування. Така аудиторія відкрито сприймає виїзні заходи – корпоративи, сімейні свята, дні народження на природі, тож літній кейтеринг може стати логічним продовженням їхніх очікувань від бренду «Венеція».

У структурі ресторану наявна чітка організація управлінських і виробничих процесів. Штат на 2025 рік налічує 30 осіб, серед яких достатня кількість кухарів, офіціантів, адміністраторів і допоміжного персоналу. Це дозволяє створити мобільну кейтерингову команду без залучення додаткових працівників у короткостроковій перспективі, принаймні в межах кількох виїздів на тиждень.

З метою об'єктивної оцінки готовності ресторану «Венеція» до впровадження літнього кейтерингу в табл. 2.5 проаналізовано наявні ресурси та технічне забезпечення.

Аналіз таблиці засвідчує, що ресторан «Венеція» має базову інфраструктуру для запуску літнього кейтерингу. Основні внутрішні процеси вже налагоджені, однак для ефективного обслуговування виїзних подій

необхідно розширити технічну базу та формалізувати операційні процедури, зокрема для зовнішнього формату подій. Це дозволить забезпечити стабільність якості обслуговування та масштабованість нової послуги.

Таблиця 2.5 – Оцінка ресурсного забезпечення кейтерингових послуг ресторану «Венеція»

Категорія	Наявність	Коментар
Транспорт	Частково	Є авто для доставки, потребує температурного боксу
Обладнання для сервісу	Немає	Потрібно закупити (столи, шатри, одноразовий посуд)
Кухонне оснащення	Повністю	Оснащена кухня для приготування страв
Персонал	Достатньо	Можливо сформувати мобільну команду
Стандарти (SOP)	Частково	Є внутрішня практика, потребує адаптації до зовнішнього формату

Ще одним важливим аспектом є маркетинговий потенціал. Ресторан «Венеція» активно представлений у соціальних мережах — Instagram та Facebook — із професійно оформленим контентом, що дозволяє підтримувати контакт із цільовою аудиторією. Крім того, онлайн-меню доступне через платформу ChoiceQR, яка забезпечує зручний доступ до переліку страв та їх описів. Однак відсутність власного вебсайту обмежує можливості для цілісного просування кейтерингової послуги. З огляду на це, доцільно створити окрему цифрову вітрину — у вигляді мікросайту або розширеного розділу на одній із платформ — із описом формату літнього кейтерингу, меню, умов замовлення та контактними даними. Це дозволить посилити онлайн-присутність та ефективніше взаємодіяти з потенційними замовниками.

Таким чином, для повноцінного виходу на зовнішній ринок кейтерингових послуг ресторану «Венеція» важливо не лише спиратися на наявний досвід та ресурси, а й передбачити інвестиції в мобільне обладнання, сервірувальні комплекти та формалізацію операційних процедур. Це дозволить розширити масштаби обслуговування та відповідати очікуванням нових клієнтів у сегменті виїзних заходів.

Отже, аналіз внутрішніх ресурсів та зовнішніх факторів свідчить, що ресторан «Венеція» має всі передумови для ефективного впровадження літнього кейтерингу. Досвід обслуговування «Флоріана», сформована клієнтська база, готовність персоналу та наявність технічних засобів дозволяють розглядати кейтеринг як реалістичний напрям розширення бізнесу. У наступному розділі буде представлено конкретні рекомендації щодо інноваційного удосконалення цієї послуги.

3 РОЗРОБКА ТА ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ КЕЙТЕРИНГОВОЇ ПЛАТФОРМИ «VENEZIA EVENTS»

3.1 Пропозиція розробки кейтерингової платформи «Venezia Events»

У сучасних умовах, коли споживачі цінують гнучкість, комфорт і персоналізованість послуг, літній кейтеринг набуває особливої популярності як формат, що поєднує гастрономічний сервіс, природу та святкову атмосферу. Для ресторану «Венеція», який вже має окрему локацію для масштабних подій — ресторан «Флоріан», — доцільним кроком є розширення у напрямку виїзних, мобільних форматів обслуговування. Це дозволить не лише охопити нові сегменти ринку, а й запропонувати клієнтам альтернативу святкування «не в ресторані», а в обраній ними локації — парку, саду, дачі чи приватному подвір'ї. У зв'язку з цим пропонуємо створення нової сезонної платформи — «Venezia Events», що стане самостійним брендом для літнього кейтерингу під відкритим небом.

Цей підбренд функціонуватиме в межах основного ресторану, проте матиме власну айдентику, логотип, сторінки в соціальних мережах та маркетингову стратегію. Він спеціалізуватиметься на організації подій у форматі «під ключ» з кейтерингом, логістикою, декором, музичним супроводом і створенням унікальної атмосфери. Пропонуватимуться як приватні виїзні події (весілля, дні народження, корпоративи), так і формати публічних заходів — пікнік-сервіси, фестивальні фуд-зони, доставки страв у фудбоксах. Подача їжі буде стилізованою та привабливою — з фотозонами, шеф-шоу, дегустаціями та інстаграмною естетикою. Для спрощення комунікації з клієнтами потрібно створити мікросайт із повним описом пакетів послуг, фотогалереєю, меню та можливістю бронювання.

Для просування «Venezia Events» доцільно реалізувати партнерську модель: співпрацю з івент-агенціями, фотостудіями, готелями та локаціями для проведення подій. Це забезпечить стабільний потік замовлень і дозволить

розширити аудиторію. Створення нового підбренду сприятиме відокремленню літнього кейтерингу як окремого продукту, що має потенціал до масштабування та формування нового емоційного іміджу ресторану. Платформа охопить нові сегменти ринку — молоді пари, сім'ї, компанії, блогерів — і створить додану вартість для бренду «Венеція», що «живе» поза межами стаціонарного закладу.

Для візуалізації ключових напрямів діяльності платформи «Venezia Events» розроблено структурну схему, яка відображає її чотири основні блоки: кейтеринг, атмосферу, комунікації та партнерство. Такий поділ дозволяє чітко окреслити функціональну побудову сервісу та забезпечити ефективне управління кожним елементом у межах єдиної концепції. На рис. 3.1 наведено графічне зображення внутрішньої структури платформи.

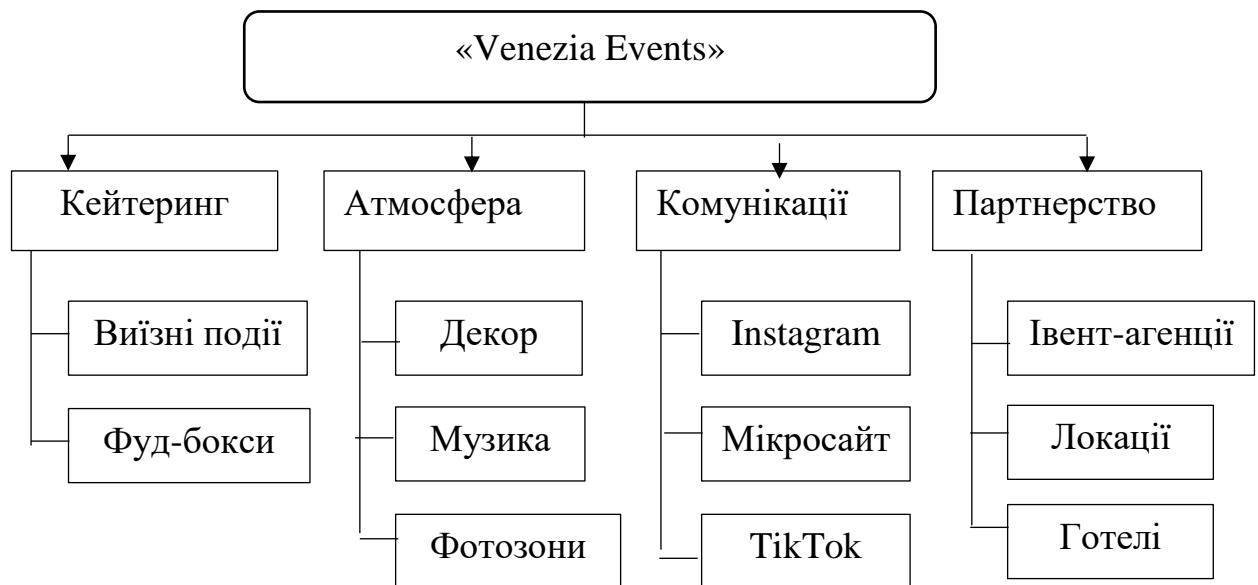


Рис. 3.1 - Структура платформи «Venezia Events»

Концепція «Venezia Events» базується на комплексному підході, що охоплює гастрономічний сервіс, створення атмосфери, маркетингові активності та взаємодію з партнерами. Така модульна структура забезпечує гнучкість у реалізації подій різного масштабу, сприяє ефективному розподілу функцій і дозволяє адаптуватися до змін середовища чи потреб замовника. Це, своєю чергою, підвищує операційну ефективність платформи та її ринкову стійкість.

З урахуванням різноманіття запитів клієнтів, сезонності, формату подій та бюджету, в межах платформи «Venezia Events» доцільно сформувані низку типових пакетів послуг, що відповідають ключовим сценаріям споживання. Такі пакетні пропозиції дозволяють структурувати сервіс, зробити його зрозумілим для замовників та ефективно адаптувати до різних аудиторій. Узагальнені формати літніх кейтерингових подій наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 - Формати літніх подій «Venezia Events»

Назва пакету	Формат події	Цільова аудиторія	Кількість гостей	Особливості
Romantic Picnic	Пікнік для двох	Пари	2	Вино, плед, легкі закуски
Family Picnic Day	Сімейний пікнік	Сім'ї	4–6	Мангал-сет, бокс-меню
Mini Wedding	Камерне весілля	Молоді пари	до 20	Кейтеринг, шеф-шоу, декор
Corporate Chill	Офісна вечірка	Компанії	10–50	Бармен, легкий фуршет
Venezia BBQ Fest	Публічна подія	Широка аудиторія	50+	Гриль, музика, фотозона
Venezia Home Fest	Свято вдома	Родини, хрещення, діти	10–30	Виїзний шеф, оренда меблів

Пакетні пропозиції для клієнтів можуть включати пікнік-сети для пари, сімейні виїзди, міні-весілля, літні корпоративи або публічні барбекю-фестивалі. Наприклад, «Romantic Picnic» орієнтований на двох гостей і включає фудбокс, плед і вино; «Family Picnic Day» — на компанію з 4–6 осіб із мангал-набором; «Mini Wedding» — кейтеринг для до 20 осіб із виїзним шефом; «Corporate Chill» — сервіс для літніх вечірок на 10–50 осіб з барменом і боксовою подачею; «Venezia BBQ Fest» — масштабні публічні події на відкритому просторі з грилем і музикою.

Окремим напрямом є сервіс «Venezia Home Fest», розроблений для сімейних святкувань на приватних ділянках. Його суть полягає у доставці готових страв або повному обслуговуванні події вдома: з персоналом, сервіруванням, фотозонами, орендою меблів і посуду. Це дає змогу забезпечити

високий рівень сервісу в знайомій для гостей обстановці, не вимагаючи від замовників зусиль щодо підготовки. Такий підхід відкриває додаткові можливості для залучення постійних клієнтів і формування довготривалих відносин.

Як показує таблиця 3.1, розроблені формати охоплюють як індивідуальні події (пікніки для пари чи сім'ї), так і камерні весілля, корпоративні вечірки та публічні заходи. Включення сервісу для домашніх святкувань також дозволить задовільнити потреби клієнтів, які віддають перевагу святкуванню на приватній території. Такий підхід підвищить гнучкість пропозиції, дозволить залучати широку цільову аудиторію та сформує основу для стратегічного розвитку літнього кейтерингу в межах ресторану «Венеція».

У межах ресторанного бізнесу важливо не лише розширювати спектр послуг, а й чітко розмежовувати їх позиціонування та функціональне призначення. Оскільки ресторан «Венеція» вже має банкетну залу ресторану «Флоріан» для масштабних стаціонарних заходів, впровадження літньої виїзної платформи «Venezia Events» повинно супроводжуватись розумінням їх відмінностей та унікальних переваг. У таблиці 3.2 представлено порівняльну характеристику обох напрямів з метою окреслення їхніх специфік.

Таблиця 3.2 - Порівняння форматів «Флоріан» та «Venezia Events»

Критерій	«Флоріан»	«Venezia Events»
Формат події	Стаціонарний банкет	Виїзне святкування
Кількість гостей	50–150	2–50
Місце проведення	У приміщенні	Парк, дача, сад, озеро
Цільова аудиторія	Великі події, весілля	Камерні події, сімейні, креативні події
Гнучкість сервісу	Середня	Висока
Атмосфера	Формальна	Неформальна, розслаблена

Платформа «Venezia Events» не буде конкурентом існуючому формату «Флоріан», а виступатиме його функціональним доповненням. Її гнучкість, неформальність та здатність адаптуватися до різних локацій дасть змогу охопити нові цільові аудиторії та ринкові ніші. У поєднанні зі стаціонарним банкетним

форматом ресторан отримає широку палітру інструментів для задоволення різноманітних споживчих запитів у літній сезон.

Таким чином, впровадження платформи «Venezia Events» стане не лише логічним розширенням діяльності ресторану «Венеція», а й стратегічним кроком до зміцнення його позицій на ринку виїзного кейтерингу. Завдяки поєднанню гнучких форматів, яскравої атмосфери та ефективної співпраці з партнерами, підбренд дозволить задовольнити потреби нових цільових аудиторій, підвищити впізнаваність основного бренду та сформувати новий рівень клієнтського досвіду у сфері гастрономічних подій на відкритому повітрі.

3.2 Економічне обґрунтування формату «Venezia Home Fest»

З метою обґрунтування економічної доцільності впровадження платформи «Venezia Events» доцільно розглянути конкретний приклад розрахунку витрат, доходів і рентабельності одного з форматів кейтерингових послуг. Такий підхід дозволяє наочно продемонструвати механізми фінансового планування та оцінити потенціал прибутковості заходів у рамках виїзного обслуговування.

У якості демонстраційного кейсу обрано подію «Venezia Home Fest» — родинне святкування на 15 осіб у приватній локації. Цей формат обрано через його високу ймовірність повторюваності, доступність для широкої аудиторії, простоту реалізації в польових умовах та актуальність для цільового сегмента літнього кейтерингу. Саме такі події є найбільш типовими для старту мобільного обслуговування і дозволяють швидко протестувати нову послугу з мінімальними ризиками.

У межах організації літнього кейтерингу надзвичайно важливо не лише забезпечити якість страв, а й адаптувати пропозицію до умов події, сезонності продуктів та смакових уподобань гостей. Розроблене нижче меню відповідає концепції «Venezia Home Fest» — формату родинного святкування на відкритому повітрі. Воно поєднує в собі легкість, свіжість,

презентабельність та гастрономічну індивідуальність, з урахуванням рентабельності заходу та логістичної доцільності.

Меню «Venezia Home Fest»

1. Закуси

Брускети з томатами чері та базиліком (2 шт)

Міні-рулетики з баклажану з сиром фета та горіхами (2 шт)

Канапе з прошуто (2 шт)

2. Салати

Салат «Капрезе» з моцарелою та базиліком

Салат «Цезар» з куркою

3. Основні страви

Курча по-тосканськи з травами

Форель власного вирощування, запечена з лимоном та зеленню

4. Гарніри

Грильовані овочі з оливковою олією

Картопля з розмарином, запечена в шкірці

5. Напої

Домашній лимонад з м'ятою та цитрусами (0,3 л)

Безалкогольний мохіто (0,3 л)

Алкогольні напої не включені — закуповуються клієнтом самостійно.

6. Десерт

Млинці з сезонними фруктами (полуниця, абрикос, банан) та ванільним соусом.

Запропоноване сезонне меню забезпечує ідеальний баланс між вартістю, смаковою насиченістю та зручністю подачі в умовах виїзного формату. Використання літніх інгредієнтів дозволяє суттєво знизити собівартість при збереженні візуальної та гастрономічної привабливості. Крім того, його структура охоплює ключові побажання клієнтів: наявність закусок, салатів, основних страв, гарнірів, напоїв і десерту — що дозволяє сприймати подію як повноцінне гастрономічне свято.

Також визначено витрати, дохід, рентабельність та середній чек з урахуванням цільової рентабельності (ROI) на рівні 25–30%, який характерний для більшості середніх і малих закладів (зокрема кейтерингових форматів). Це дозволяє покривати операційні витрати та формувати прибуток.

Вихідні дані:

Формат: «Venezia Home Fest» (родинне святкування)

Кількість гостей: 15 осіб

Місце: приватна локація (двір, дача, будинок)

Таблиця 3.3 - Структура витрат для заходу «Venezia Home Fest» (родинне святкування)

Назва статті витрат	Сума, грн
Оренда меблів і посуду	6000
Декор	3000
Транспортні витрати	1500
Оплата персоналу	5500
Продукти та напої	8250
Загальні витрати	24250

Розрахунок доходу:

Формула для ROI:

$$ROI = (\text{Дохід} - \text{Витрати}) / \text{Витрати}$$

Звідси дохід:

$$\text{Дохід} = \text{Витрати} \times (1 + ROI)$$

Для досягнення цільового ROI у межах 25–30%, необхідно забезпечити наступний рівень доходу:

$$ROI\ 25\%: 24\ 250 \times 1.25 = 30\ 312,50 \text{ грн}$$

$$ROI\ 30\%: 24\ 250 \times 1.30 = 31\ 525,00 \text{ грн}$$

Середній чек на одну особу:

$$\text{Для ROI 25\%: } 30\ 312,50 / 15 = 2\ 021 \text{ грн}$$

$$\text{Для ROI 30\%: } 31\ 525,00 / 15 = 2\ 102 \text{ грн}$$

Для досягнення окупності 25–30% у форматі «Venezia Home Fest» для 15 гостей необхідно забезпечити середній чек у межах 2 021–2 102 грн на одну

особу. Такий рівень цілком реалістичний з огляду на цінову політику ресторану «Венеція» та очікування цільової аудиторії. Крім того, врахування нерегулярних витрат (декор, оренда) дає змогу у майбутньому підвищувати маржинальність повторюваних подій за рахунок накопичення ресурсів.

Варто зазначити, що розрахунки підтверджують економічну доцільність створення кейтерингового підбренду, який здатен генерувати прибуток уже при помірному навантаженні.

Формула ROI є універсальною і може застосовуватись до будь-якого формату заходів у межах платформи «Venezia Events», що дозволяє проводити стратегічне фінансове планування для кожного з напрямів.

Запропоновані нами пропозиції в третьому розділі зводимо в таблицю 3.4.

Таблиця 3.4 – Основні заходи щодо організації літнього кейтерингу в межах платформи «Venezia Events»

Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
Створення підбренду «Venezia Events»	Запуск мобільної літньої платформи для організації подій під відкритим небом, з власною айдендиком, стратегією та каналами комунікації.	Розширення ринкової присутності бренду за межами стаціонарного ресторану; залучення нових клієнтів.
Розробка типових пакетів кейтерингових послуг	Створення стандартизованих пропозицій (пакетів) для різних типів клієнтів та сценаріїв святкування (пікніки, весілля, корпоративи).	Зручність для клієнтів, оптимізація організації заходів, полегшення просування послуг.

Запропоновані заходи формують цілісну стратегію розвитку нового напрямку діяльності ресторану «Венеція» — платформи «Venezia Events». Вони охоплюють як концептуальну розробку та маркетингову ідентичність, так і практичну реалізацію через типові кейтерингові пакети. Такий підхід дозволяє не лише підвищити конкурентоспроможність бренду в літній сезон, а й забезпечити клієнтам зрозумілий, привабливий та доступний формат святкування на відкритому повітрі.

ВИСНОВКИ

У сучасних умовах розвитку ресторанного бізнесу, коли споживачі все частіше обирають неформальні, мобільні формати святкувань, тематика організації літнього кейтерингу набуває особливої актуальності. Зростаючий попит на події просто неба, персоналізований сервіс та сезонні гастрономічні рішення спонукає заклади шукати нові шляхи для розширення своєї діяльності.

У першому розділі було досліджено теоретичні основи кейтерингу як складової частини сучасного ресторанного бізнесу. Розглянуто визначення, класифікацію, функції та ключові особливості кейтерингових послуг, включаючи сезонні та виїзні формати. Особлива увага приділялася ролі гнучких форматів у задоволенні змінних потреб клієнтів, а також підходам до формування ціннісної пропозиції в умовах динамічного ринку. Окреслено вплив споживчих трендів, сезонності, подієвого планування та гастрономічних уподобань на структуру кейтерингової пропозиції.

У другому розділі було проаналізовано діяльність ресторану «Венеція». Проведено комплексну характеристику закладу, його ресурсного потенціалу, організаційної структури, конкурентного середовища та рівня обслуговування. Особливу увагу приділено аналізу сильних і слабких сторін, що дало змогу визначити стратегічні можливості для розвитку. Ресторан «Венеція» має вигідне розташування, сформовану клієнтську базу, позитивну репутацію, а також досвід проведення масштабних подій у залі «Флоріан». Це створює передумови для запуску нової форми обслуговування — мобільного кейтерингу, який здатен доповнити основну діяльність закладу та вийти за межі його стаціонарного формату. Аналіз дозволив виявити потребу в оновленні сервісної пропозиції відповідно до сучасних запитів споживачів та окреслити вектор для впровадження інновацій.

У третьому розділі запропоновано створення інноваційного напрямку діяльності ресторану «Венеція» — концепцію платформи «Venezia Events», яка охоплює форматну структуру, цільові сегменти, особливості сервісу,

маркетингову стратегію та логістичні рішення. Значну увагу приділено типізації кейтерингових сценаріїв, кожен із яких адаптований до конкретних потреб споживача. У межах практичного блоку було розроблено кейс «Venezia Home Fest» — подію для 15 гостей у приватній локації. Проведено детальний розрахунок витрат, доходу, рентабельності та ROI, що дозволило підтвердити економічну доцільність запуску формату. Меню події адаптовано до умов літнього сезону, що оптимізує витрати та підвищує привабливість для клієнта. У фіналі розділу систематизовано ключові управлінські заходи в таблиці 3.8, яка демонструє покрокову реалізацію концепції.

Таким чином, результати дослідження підтверджують, що впровадження кейтерингової платформи «Venezia Events» дозволить ресторану «Венеція» не лише посилити свої ринкові позиції, а й сформувати новий рівень клієнтського досвіду, орієнтований на сучасні тренди мобільності, емоційності та сезонності. Це стратегічно обґрунтоване рішення, що поєднує гнучкість у форматах, економічну ефективність та естетичну складову гастрономічних подій нового покоління.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Бишовець Л. Г., Куракін О. Б., Крижанівський А. І. Інноваційні технології обслуговування в сучасному ресторанному бізнесі. Харків : Новий курс. Харків, 2020. С. 53–58.
2. Англо-український словник. URL: <https://dictionary.cambridge.org/uk/dictionary/english-ukrainian/cater>
3. Про послугу: виїзне обслуговування (кейтеринг). URL: <https://www.kordelia.kiev.ua/kejtering>
4. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства класифікація (34057)/ URL: https://dnaop.com/html/34057/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004
5. Васютинська Р. Ресторан - це коли або пан, або пропав / Р. Васютинська, О. Тарасова // Галицькі контракти. 2003. №6. С.236-242.
6. Левицька І. В., Завальнюк В. В. Особливості впровадження інноваційних технологій в систему управління підприємствами ресторанного господарства. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2013. № 50. С. 199–205.
7. 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.
8. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства / В.В. Архіпов. К.: Центр навчальної літератури; Інкос, 2007. 280 с.
9. Івашина Л. Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні / Л. Л. Івашина // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 17. – С. 314-317.
10. Пінчук А. С. Реклама як основний засіб просування кейтерингових послуг / А. С. Пінчук, А. В. Бойко // Інфраструктура ринку. – 2018. – Вип. 25. – С. 397-401 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://marketinfr.od.ua/journals/2018/25_2018_ukr/68.pdf

11. П'ятницька Г. Глобальні тренди розвитку кейтерингу / Г. П'ятницька, О. Григоренко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2019. – №3. – С. 51-68.
12. Розробка нової системи стимулювання праці на кейтерингових підприємствах України [Електронний ресурс] / О. О. Гетьман, Г. В. Шеремет // Молодий вчений. - 2015. - № 10(1). - С. 106-110.
13. Омельченко М. С., Стукальська Н. М. Розвиток та запровадження нових трендів в ресторанному господарстві. Актуальні питання харчової промисловості та перспективи розвитку галузі. Київ. 2021. С. 71.
14. Плюта О. Реновація діючих та проектування нових форматів бізнес-моделей у ресторанному бізнесі: процесно-інноваційний підхід. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2021. Т. 4. №. 2. С. 223–234.
15. Особливості та перспективи розвитку кейтерингу в Закарпатській області [Електронний ресурс] / О. М. Головка, Г. О. Сабадош, Л. Ю. Чобаль. // Ефективна економіка. - 2024. - № 6. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2024_6_24
16. Постова В. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств ресторанного бізнесу. Економіка та суспільство. 2021. № 24. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/192/184>
17. Рябенка М. О. Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства. Економіка та суспільство. 2021. Т. 24. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/52.-.Ryabenka-M.O.pdf>
18. Аналіз сучасного стану ринку кейтерингових послуг в Україні [Електронний ресурс] / Н. І. Кирніс // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2017. - № 1. - С. 75-79. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2017_1_13
19. Чириченко Ю. В. Глобальні світові тренди та інвестиційні пріоритети готельно-ресторанного бізнесу. Економічний простір. 2018. № 132. С. 14–22.
20. Сучасний стан івент-кейтерингу в Україні та перспективи його розвитку [Електронний ресурс] / Г. М. Тарасюк, А. О. Чагайда, О. М. Тищенко //

Економіка та держава. - 2020. - № 5. - С. 70-74.

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

22. Смирнов І. Г. Логістика комерційного й соціального кейтерингу: міжнародний та український вимір / І. Г. Смирнов // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2013. – № 5-6. – С. 5–11. – URL: : [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2013/5-6\(70-71\)/uazt_2013_5-6_3.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2013/5-6(70-71)/uazt_2013_5-6_3.pdf).

23. Тарасюк Г. М., Чагайда А. О. Тенденції розвитку кейтерингу в умовах інноваційних змін індустрії харчування / Вісник Хмельницького національного університету. 2020, № 1, с. 170–177.

24. Назаренко І. А., Боднарук О. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 128 с.

25. Розвиток кейтерингу як перспективного виду діяльності [Електронний ресурс] / Л. І. Гірняк, В. А. Глагола // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. - 2019. - Вип. 58. - С. 44-49. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2019_58_8

26. Моніторинг попиту на кейтерингові послуги в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] / Н. І. Кирніс // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. - 2016. - № 5. - С. 107-114. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2016_5_17

27. Івашина Л. Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні / Л. Л. Івашина // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 17. – С. 314-317.

28. Пінчук А. С. Реклама як основний засіб просування кейтерингових послуг / А. С. Пінчук, А. В. Бойко // Інфраструктура ринку. – 2018. – Вип. 25. – С. 397-401 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://marketinfr.od.ua/journals/2018/25_2018_ukr/68.pdf

29. Mattel Bruce. Catering: a guide to managing a successful business operation / Bruce Mattel; The Culinary Institute of America. 2nd Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2015. 320 p.

30. Безродна А. Особливості національного кейтерингу / А. Безродна // Збірник тез наукових доповідей студентів Бердянського державного педагогічного університету на Днях науки 17 травня 2018 р. Т.3. Природничі науки. Бердянськ: БДПУ, 2018. 400 с. С.147-149.

31. Горшкова Л.О. Особливості кейтерингу в організації мобільного ресторанного обслуговування. Проблеми системного підходу в економіці. 2017. Вип. № 6(62). С. 134-138.

ДОДАТКИ

Додаток А



