

Звіт про оригінальність

● Оцінка схожості

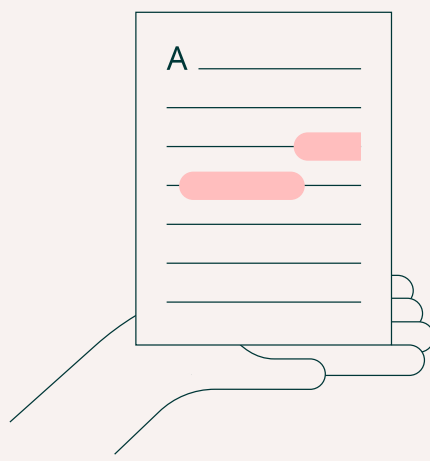
% 4

● Ризик плагіату

СЕРЕДНІЙ

👤 nana 🕒 2025-12-10 12:49

Посилання на звіт: 13TCB / Посилання користувача: opId



Ось вона – Ваша звіт про оригінальність!

Ми раді повідомити, що перевірка вашого документа завершена, і результати вже готові! Наші алгоритми старанно працювали, щоб знайти збіги в наших базах даних.

На наступних сторінках ви знайдете результати перевірки:

Бали

Збіги

Посилання

Ваш документ було перевірено за такими джерелами:

- ☒ База даних інтернет-джерел
- ☐ База даних наукових статей
- ☐ Глибока перевірка (наш вдосконалений алгоритм)

Бали



● Збіги тексту	4%
● Перефразування	0%
● Цитований текст	0%
● Неправильне цитування	0%
● Збігів не знайдено	96%

Ризик плагіату

СЕРЕДНІЙ

Ризик плагіату вказує, як збіги тексту розподілені по документу. Вищий ризик виникає, коли збіги з'являються близько один до одного, наприклад, у тому самому абзаці або розділі.

Оцінка схожості

Оцінка схожості показує, скільки слів або символів у вашому документі збігаються з текстами інших документів, включаючи перефразовані тексти або неправильні цитати.

%

4

Збіги

ВСТУП

Актуальність дослідження. **26** У сучасних умовах глобалізації та активного розвитку ділового туризму організація харчування учасників бізнес-заходів набуває особливого значення як елемент сервісної інфраструктури, що безпосередньо впливає на загальне враження від події, рівень задоволеності учасників та імідж організаторів. Діловий туризм охоплює широкий спектр заходів – конференції, конгреси, бізнес-форуми, виставки, семінари – які потребують високого рівня логістичної та гастрономічної підтримки. У цьому контексті харчування виступає не лише фізіологічною потребою, а й важливим інструментом комунікації, нетворкінгу та репрезентації культурних особливостей регіону.

Організація харчування в умовах ділового туризму має низку специфічних вимог, що відрізняють її від традиційного ресторанного обслуговування. Серед них – гнучкість формату (фуршетти, кава-брейки, бізнес-ланчі), адаптація меню до міжнародної аудиторії, врахування дієтичних та етичних уподобань, точність таймінгу, професіоналізм персоналу, а також ефективна логістика постачання та сервірування. Особливої уваги потребує кейтеринг як мобільна форма обслуговування, що дозволяє забезпечити харчування у будь-якому місці проведення заходу, зберігаючи при цьому високі стандарти якості.

Актуальність теми дослідження підтверджується науковими працями українських дослідників, зокрема М. П. Мальської, Н. О. П'ятницької, Л. М. Прокопишин-Рашкевич, А. В. Назаренка, які аналізують розвиток ділового туризму та особливості ресторанного обслуговування в його межах. Значний внесок у вивчення кейтерингових послуг зробили також В. П. Гребенюк, Прокопишин-Рашкевич Л. М, І. Смирнов, А. Рум'янцева, які досліджують логістичні та сервісні аспекти мобільного харчування [11, 20, 25, 26, 27, 28]. Серед європейських науковців варто відзначити Ф. Халворсена, Р. Браймера, Дж. Р. Уокера, які у своїх працях розглядають кейтеринг як інноваційну форму ресторанного бізнесу, що активно інтегрується в структуру ділових заходів.

Попри стрімкий розвиток індустрії гостинності, організація харчування в межах ділового туризму залишається недостатньо дослідженою сферою, що породжує низку

практичних викликів. Серед основних проблем – відсутність уніфікованих стандартів обслуговування учасників бізнес-заходів, недостатня адаптація меню до мультикультурного складу аудиторії, обмеженість простору для харчування в локаціях проведення форумів, а також дефіцит кваліфікованого персоналу, здатного працювати в умовах високої динаміки та обмеженого часу [2].

Водночас, зростання кількості міжнародних бізнес-форумів, конференцій та виставок в Україні та світі створює перспективи для розвитку спеціалізованих кейтерингових послуг, інноваційних форматів харчування (наприклад, еко-фуршетів, інтерактивних станцій, мобільних гастро-кухонь), а також інтеграції цифрових технологій у процеси замовлення, обліку та оцінки якості обслуговування. Вивчення цих аспектів дозволяє не лише покращити сервіс, а й сприяти формуванню позитивного іміджу приймаючої сторони, що особливо важливо в умовах конкурентної боротьби за проведення міжнародних заходів.

Наукове осмислення теми є необхідним для формування системного підходу до організації харчування в діловому туризмі, розробки методичних рекомендацій для кейтерингових компаній, готелів, ресторанів та організаторів заходів. Дослідження сприятиме підвищенню якості сервісу, задоволеності учасників, а також **45 розвитку професійної підготовки кадрів у сфері ресторанного господарства та туризму.**

Об'єктом дослідження виступає процес організації харчування учасників ділових заходів у сфері ділового туризму.

Предмет дослідження є формати, технології та організаційно-логістичні моделі кейтерингового обслуговування учасників бізнес-форумів і корпоративних турів в умовах сучасної індустрії гостинності.

Мета роботи. Обґрунтувати теоретичні засади та розробити практичні рекомендації щодо вдосконалення організації харчування учасників ділових заходів у сфері ділового туризму шляхом впровадження сучасних кейтерингових форматів, з урахуванням світового досвіду, цифрових технологій та принципів сталого розвитку.

Відповідно до об'єкта, предмета та поставленої мети були встановлені такі завдання дослідження:

1. Проаналізувати сутність поняття «діловий туризм» та визначити його ключові особливості в контексті організації харчування.
2. Систематизувати вимоги до кейтерингового обслуговування учасників бізнес-заходів відповідно до сучасних стандартів.
3. Дослідити світовий досвід організації кейтерингу на бізнес-форумах, конференціях та

інших ділових подіях.

4. Охарактеризувати основні формати харчування, що застосовуються в діловому туризмі, та їх логістичні переваги.

5. Визначити особливості формування меню для учасників бізнес-заходів з урахуванням індивідуальних потреб та принципів сталого розвитку.

6. Розкрити організаційно-сервісні аспекти кейтерингового обслуговування на прикладі бізнес-форумів.

7. Обґрунтувати роль таймінгу **22** як ключового чинника ефективності **22** кейтерингового сервісу.

52 8. Запропонувати **52** практичні рекомендації щодо впровадження інноваційних форматів харчування в Україні, включаючи цифрові рішення, екологічні підходи та гібридні моделі.

9. Надати рекомендації щодо впровадження сучасних форматів кейтерингового обслуговування під час організації харчування учасників ділових турів та бізнес форумів в Україні.

Теоретичне **22** підґрунтя дослідження базується на міждисциплінарному поєднанні наукових положень з галузей ресторанної справи, туризмознавства, логістики, організації ресторанного господарства та менеджменту. Основу становлять праці українських дослідників, зокрема М.П. Мальської, яка розглядає діловий туризм як специфічний сегмент туристичної індустрії, що потребує адаптованих сервісних рішень; Н.О. П'ятницької – щодо організації харчування в готельно-ресторанному господарстві; А.В. Назаренка – з питань кейтерингових технологій та логістики в обслуговуванні масових заходів.

Серед європейських науковців значний внесок у розвиток теорії кейтерингу та гастрономічного сервісу зробили Ф. Халворсен, який досліджує вплив харчування на якість ділових подій; Дж.Р. Уокер – авторитетний дослідник ресторанного менеджменту, що аналізує стандарти обслуговування в умовах високої динаміки; Р. Браймер **18** – у контексті інтеграції харчових послуг у структуру подієвого менеджменту. Праці цих авторів дозволяють **17** сформулювати уявлення про сучасні тенденції в організації харчування на бізнес-заходах, зокрема щодо формату, таймінгу, персоналізації меню та логістичних **18** рішень.

18 Таким чином, теоретична база дослідження забезпечує розуміння специфіки організації харчування в умовах ділового туризму, дозволяє обґрунтувати вибір методів

аналізу та формування практичних рекомендацій, спрямованих на підвищення якості гастрономічного сервісу на бізнес-заходах.

32 Наукова новизна та 7 практичне значення роботи полягає в комплексному аналізі сучасних підходів до гастрономічного обслуговування бізнес-заходів, узагальненні світового досвіду та адаптації його до українських реалій, а також у 7 розробці практичних рекомендацій, що можуть бути використані організаторами ділових подій, кейтеринговими компаніями та закладами ресторанного господарства.

Структура кваліфікаційної роботи. з 32 трьох розділів, що включають дев'ять параграфів. Матеріали роботи доповнено 1 рисунком 8 та 9 таблицями. Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок, у роботі використано 41 джерело літератури.

8 РОЗДІЛ 1

8 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ХАРЧУВАННЯ В УМОВАХ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ.

1.1 Сутність поняття «діловий туризм» та його ключові особливості.

Туризм як соціально-економічне явище охоплює сукупність відносин і процесів, що виникають 17 у зв'язку з тимчасовим переміщенням осіб за межі 4 постійного місця проживання з метою відпочинку, оздоровлення, пізнання, професійної діяльності або участі в організованих заходах. 44 Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації, туризм включає всі види подорожей, що не пов'язані з отриманням доходу 4 в місці перебування, і є важливим чинником сталого розвитку, міжкультурного діалогу та економічного зростання.

У структурі сучасного туризму виокремлюється низка спеціалізованих форм, серед яких діловий туризм займає особливе місце. Діловий 4 туризм – це вид туристичної діяльності, що передбачає поїздки з метою участі в професійних заходах: конференціях, виставках, форумах, семінарах, тренінгах, переговорах, інспекційних візитах, корпоративних подіях. У міжнародній практиці цей вид туризму часто розглядається як частина MICE-туризму (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), що поєднує елементи ділової комунікації, мотиваційних програм, освітніх подій та презентаційної діяльності.

В європейській практиці MICE-туризм є спеціалізованим сегментом туристичної індустрії, що поєднує організацію та проведення ділових зустрічей, мотиваційних програм, конференцій та виставок. Цей вид туризму виник як відповідь на потреби корпоративного сектору у створенні ефективних комунікаційних платформ для обміну досвідом, укладання угод, презентації продуктів та формування партнерських зв'язків. Його ключова особливість полягає в інтеграції бізнесових цілей із сервісними та культурними аспектами, що забезпечує комплексний підхід до організації заходів [18].

Структура MICE-туризму охоплює чотири основні компоненти. Meetings – це ділові зустрічі та переговори, що потребують високого рівня логістики та сервісу. Incentives – мотиваційні поїздки, спрямовані на стимулювання персоналу та підвищення корпоративної лояльності. Conferences – наукові, професійні та галузеві форуми, що передбачають обмін знаннями та досвідом. Exhibitions – виставкові заходи, орієнтовані на демонстрацію товарів і послуг, розвиток маркетингових стратегій та укладання контрактів. Кожен із цих елементів має власні вимоги до організації харчування, простору, таймінгу та сервісу, що робить MICE-туризм одним із найбільш складних і ресурсомістких напрямів туристичної діяльності.

Значення MICE-туризму для економіки є надзвичайно високим. Він стимулює розвиток готельно-ресторанної інфраструктури, транспортної логістики, кейтерингових послуг, а також сприяє формуванню позитивного іміджу країни на міжнародній арені [1].

За даними Всесвітньої туристичної організації, діловий туризм становить близько 23% від загального обсягу доходів туристичної галузі у світі, демонструючи стабільну тенденцію до зростання. Найбільшими центрами ділового туризму є країни Західної Європи, Північної Америки та Азії, де сформована потужна інфраструктура для проведення міжнародних заходів, включаючи конгрес-центри, виставкові комплекси, готелі бізнес-класу, кейтерингові компанії та транспортні вузли (Рис. 1.1.).

Рис. 1.1 Структуру світового туристичного ринку відповідно до класифікації UNWTO, Джерело: [33]

Друге місце займає діловий туризм із часткою приблизно 23%, що підтверджує його значення як стратегічного напрямку, орієнтованого на професійні комунікації, участь у конференціях, виставках та бізнес-форумах. Інші види туризму, такі як культурний (8%), пригодницький (6%) та оздоровчий (5%), мають меншу частку, але відіграють важливу роль у диверсифікації туристичних послуг [34].

Аналіз структури ринку свідчить про високу концентрацію попиту на рекреаційні та ділові подорожі, що визначає пріоритети розвитку інфраструктури та сервісу. Для ділового туризму характерна стабільна тенденція до зростання, зумовлена глобалізацією бізнесу, розвитком міжнародних комунікацій та збільшенням кількості професійних заходів. Це створює додаткові виклики для організації харчування, оскільки учасники ділових подій очікують високого рівня сервісу, персоналізації меню та дотримання таймінгу [2]. Таким чином, наведена діаграма не лише ілюструє розподіл видів туризму, а й підкреслює актуальність дослідження гастрономічного обслуговування в умовах бізнес-туризму.

У науковій літературі поняття «діловий туризм» трактується неоднозначно, що зумовлено його багатофункціональною природою та інтеграцією в різні сфери

економічної діяльності. Більшість дослідників визначають діловий туризм як специфічну форму туристичної активності, що має чітко окреслену мету, пов'язану з професійною комунікацією, участю в організованих заходах, обміном досвідом, укладанням угод та презентацією продуктів чи послуг.

Згідно з позицією М. П. Мальської, діловий туризм є важливим сегментом туристичної індустрії, який забезпечує розвиток міжнародних контактів та сприяє економічній інтеграції регіонів [21]. Н.О. П'ятницька акцентує на його ролі як інструменту економічної дипломатії, що формує позитивний імідж країни на світовому ринку та стимулює залучення інвестицій [24]. У працях європейських дослідників, зокрема Дж. Уокера, Р. Браймера, Д. Девідсона, діловий туризм розглядається як високоприбутковий сегмент, що генерує значні доходи та стимулює розвиток готельно-ресторанної інфраструктури, транспортної логістики та суміжних сервісних галузей [7].

В літературі діловий туризм характеризується низкою ключових ознак, які відрізняють його від рекреаційних форм подорожей. Передусім він має чітко визначену цільову мотивацію, орієнтовану на професійну діяльність, а не на відпочинок. Учасники таких поїздок подорожують для участі в конференціях, форумах, виставках, семінарах, тренінгах, інсентив-програмах, що передбачає високий рівень організації та сервісу. Важливою особливістю є обмеженість у часі: ділові поїздки мають чітко регламентовані терміни та графік, що впливає на всі аспекти обслуговування, включаючи таймінг харчування. Крім того, діловий туризм відзначається міжнародним складом учасників, що потребує мультикультурного підходу до організації сервісу, врахування релігійних, етичних та дієтичних уподобань [18].

Ще однією характерною рисою є інтенсивність комунікацій: харчування в межах ділових заходів виконує не лише фізіологічну функцію, а й роль соціального простору для неформального спілкування, нетворкінгу та укладання угод.

Значення ділового туризму для економіки України є стратегічним. У контексті інтеграції до європейського ринку та післявоєнного відновлення очікується суттєве зростання кількості міжнародних конференцій, бізнес-форумів та виставок, що потребуватиме створення сучасної інфраструктури та конкурентоспроможних сервісних рішень. Розвиток MICE-туризму вимагає впровадження інноваційних технологій, підготовки кваліфікованих кадрів і формування високих стандартів обслуговування, серед яких організація харчування посідає ключове місце. Нині діловий туризм в Україні перебуває на етапі активного становлення. Незважаючи на складні соціально-політичні умови, цей сегмент демонструє високий потенціал розвитку, що підтверджується зростанням інтересу до міжнародної співпраці та формуванням регіональних ділових хабів. Київ, Львів, Одеса та Харків поступово створюють власні туристичні бренди, розвиваючи інфраструктуру для проведення форумів, конференцій, галузевих виставок і бізнес-

зустрічей [1].

Діловий туризм є не лише важливою складовою туристичної галузі, а й потужним чинником розвитку суміжних сфер, таких як готельно-ресторанне господарство, логістика, маркетинг та сервісологія. Його мультифункціональний характер поєднує економічну, комунікативну, освітню та репрезентативну складові, що зумовлює високі вимоги до сервісу, точності таймінгу та комфортності середовища. У цьому контексті особливе значення має організація харчування, яка повинна відповідати не лише фізіологічним потребам учасників, а й виконувати функції соціального простору, демонструвати культуру приймаючої сторони та формувати позитивний імідж заходу [29].

Для України сегмент ділового туризму має стратегічний потенціал, що визначається інтеграцією до європейського ринку та перспективами післявоєнного відновлення. Очікується суттєве зростання кількості міжнародних конференцій, бізнес-форумів та виставок, що потребуватиме створення сучасної інфраструктури та конкурентоспроможних сервісних рішень. Розвиток MICE-туризму вимагає впровадження інноваційних технологій, підготовки кваліфікованих кадрів і формування високих стандартів обслуговування, серед яких організація харчування посідає ключове місце [3].

Нині діловий туризм в Україні перебуває на етапі активного становлення. Незважаючи на складні соціально-політичні умови, зокрема повномасштабну війну, цей сегмент демонструє високий потенціал розвитку, що підтверджується зростанням інтересу до міжнародної співпраці та формуванням регіональних ділових хабів. Київ, Львів, Одеса та Харків поступово створюють власні туристичні бренди, розвиваючи інфраструктуру для проведення форумів, конференцій, галузевих виставок і бізнес-зустрічей. Така динаміка свідчить про необхідність комплексного підходу до організації сервісу, де гастрономічне обслуговування є одним із ключових елементів [19].

Особливістю ділового туризму є його здатність поєднувати економічні та соціальні функції. Учасники ділових заходів очікують високого рівня сервісу, чіткого таймінгу та комфортного середовища для роботи й спілкування. Організація харчування в цьому контексті виконує не лише утилітарну функцію, а й стає важливим інструментом комунікації, нетворкінгу та репрезентації. Вона має враховувати культурні особливості, дієтичні та релігійні уподобання учасників, забезпечувати естетичність подачі та відповідність **14 міжнародним стандартам безпеки харчових продуктів.**

14 Таким чином, діловий туризм формує унікальне середовище, в якому гастрономічне обслуговування є важливим чинником успішності заходу та загального враження від нього. Його розвиток в Україні стимулює підвищення якості послуг у сфері гостинності, активізує роботу кейтерингових компаній, готелів і ресторанів, а також

підвищує вимоги до професійної підготовки кадрів. Вивчення цього сегмента

15 дозволяє глибше зрозуміти механізми взаємодії між учасниками ділових подій та сервісними структурами, що є необхідною умовою для формування конкурентоспроможного туристичного продукту на міжнародному ринку.

1.2 Систематизація вимог до організації харчування учасників ділових заходів.

Організація харчування в умовах ділового туризму є складним і багатофакторним процесом, що поєднує технологічні, логістичні та сервісні аспекти. Вона повинна забезпечувати не лише задоволення фізіологічних потреб учасників, а й виконувати репрезентативну та комунікативну функції, формуючи позитивний імідж заходу та створюючи умови для неформального спілкування. Вимоги до харчування визначаються низкою параметрів, серед яких ключовими є часові обмеження, формат проведення події, кількість учасників, культурні та дієтичні особливості, а також відповідність міжнародним стандартам безпеки та якості.

Часовий фактор є одним із найважливіших, адже ділові заходи мають чітко регламентовану програму, що не допускає затримок у процесі обслуговування. Кава-брейки зазвичай тривають від п'ятнадцяти до тридцяти хвилин, бізнес-ланчі – сорок п'ять-шістдесят хвилин, фуршети – до дев'яноста хвилин, а банкетні формати можуть перевищувати півтори години. Це вимагає оптимізації технологічних процесів, використання попередньо підготовлених страв, швидкої подачі та мінімізації часу очікування.

Відповідність таймінгу є критичною умовою, оскільки порушення графіка негативно впливає на загальну організацію заходу та рівень задоволеності учасників (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Характеристика форматів харчування за часовими параметрами та сервісними вимогами

Формат заходу

Орієнтовна тривалість

Основні характеристики сервісу

Кава-брейк

15-30 хвилин

Легкі закуски, десерти, напої; швидка подача

Бізнес-ланч

45-60 хвилин

Повноцінне меню, збалансованість раціону, чіткий таймінг

Фуршет

60-90 хвилин

Асортимент холодних і гарячих закусок, мобільний сервіс

Банкет

90 хвилин і більше

Розширене меню, естетика подачі, комплексний ресторанний сервіс

Джерело: систематизовано автором.

Формат харчування визначає структуру меню, спосіб подачі та рівень сервісу. Кава-брейк передбачає легкі закуски, десерти та напої, що мають бути доступними для швидкого споживання. Бізнес-ланч орієнтований на повноцінне харчування з урахуванням збалансованості раціону, а фуршет потребує широкого асортименту холодних і гарячих закусок, що дозволяють учасникам вільно переміщатися та спілкуватися. Банкетні формати характеризуються високим рівнем естетики подачі, розширеним меню та комплексним ресторанним сервісом [3]. Кожен формат вимагає ретельного планування простору, розміщення обладнання та організації роботи персоналу.

Дієтичні та культурні особливості учасників є ще одним важливим аспектом. Міжнародний склад делегатів зумовлює необхідність врахування релігійних, етичних та медичних обмежень. Меню повинно включати вегетаріанські, безглютенові, халяльні та кошерні опції, а також страви для осіб із харчовими алергіями (таблиця 1.2).

Це підвищує складність планування та вимагає високого рівня професійної компетентності персоналу, здатного забезпечити безпечність продуктів і дотримання технологічних норм.

Таблиця 1.2.

Адаптація меню до дієтичних та культурних особливостей учасників

Категорія учасників

Рекомендовані опції

Вегетаріанці

Страви без м'яса, риби, желатину

Безглютенова дієта

Хлібці без глютену, салати, м'ясні страви без панірування

Халяль

М'ясо, сертифіковане за стандартами халяль

Кошер

Продукти, що відповідають нормам кашруту

Джерело: систематизовано автором.

Ще одним важливим аспектом вимог є проблема недостатнього розуміння та впровадження міжнародних стандартів безпечності харчових продуктів серед значної частини професіоналів галузі. Стандарти **33** HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) та ISO 22000 є базовими інструментами управління ризиками, що гарантують контроль критичних точок у процесі виробництва, транспортування та подачі страв. Їх застосування дозволяє мінімізувати небезпеку мікробіологічного, хімічного та фізичного забруднення, забезпечити стабільність технологічних процесів та підвищити рівень довіри споживачів [16,17].

Однак практика показує, що значна частина підприємств ресторанного господарства та кейтерингових компаній в Україні обмежується виконанням базових санітарних норм, не інтегруючи системний підхід до управління безпечністю харчових продуктів. Причинами цього є недостатня обізнаність керівників і персоналу щодо сутності та переваг стандартів, відсутність належної підготовки кадрів, а також брак фінансових ресурсів для впровадження сучасних технологій контролю. У результаті виникають ризики порушення гігієнічних вимог, що особливо критично в умовах організації харчування для учасників ділових заходів, де очікується високий рівень сервісу та безпечності [30].

Актуальність проблеми посилюється тим, що міжнародні бізнес-форуми, конференції та виставки передбачають участь делегатів із різних країн, які орієнтуються на глобальні стандарти якості. Недотримання вимог HACCP та ISO 22000 може призвести не лише до

погіршення іміджу організаторів, а й до репутаційних втрат для приймаючої сторони на міжнародному рівні. Таким чином, впровадження систем управління безпечністю харчових продуктів є не просто технічним завданням, а стратегічною умовою конкурентоспроможності українських підприємств у сфері ділового туризму [17].

43 Вирішення цієї проблеми потребує комплексного підходу, що включає розробку освітніх програм для менеджерів і персоналу, створення методичних рекомендацій, а також стимулювання впровадження сертифікації на рівні державної політики. Підвищення рівня знань про стандарти серед професіоналів галузі **41** дозволить забезпечити стабільність технологічних процесів, знизити ризики харчових отруєнь і сформуванню позитивний імідж України як безпечної та сучасної дестинації для проведення міжнародних бізнес-заходів.

Логістичні аспекти є ще одним з аспектів, організації харчування вони охоплюють вибір постачальників, забезпечення своєчасної доставки продуктів, контроль температурного режиму та санітарних умов. Особливу увагу слід приділяти розташуванню локації, доступності обладнання та можливості швидкого поповнення запасів. Професіоналізм персоналу є визначальним чинником успішності обслуговування: працівники повинні володіти навичками роботи в умовах високої динаміки, комунікаційного навантаження та обмеженого часу.

Отже, систематизація вимог до організації харчування учасників ділових заходів засвідчує, що цей процес є багатокомпонентним і **53** потребує комплексного підходу, який враховує часові параметри, формат події, дієтичні та культурні особливості учасників, а також відповідність **54** міжнародним стандартам безпечності харчових продуктів. Наукові дослідження у сфері ресторанного господарства та кейтерингу підтверджують, що харчування в умовах бізнес-туризму виконує не лише утилітарну функцію, а й виступає важливим елементом іміджевої політики організаторів, формуючи загальне враження від заходу та сприяючи розвитку комунікацій [24].

15 Аналіз показав, що часовий фактор є критично важливим, оскільки ділові заходи мають чітко регламентовану програму, що не допускає затримок у процесі обслуговування. Формат харчування визначає структуру меню та рівень сервісу, а міжнародний склад учасників зумовлює необхідність адаптації гастрономічних пропозицій до релігійних, етичних та медичних обмежень. Врахування цих аспектів є обов'язковою **42** умовою для забезпечення високого рівня задоволеності учасників та конкурентоспроможності приймаючої сторони.

Особливе значення має впровадження систем управління безпечністю харчових продуктів, які гарантують контроль критичних точок у процесі виробництва, транспортування та подачі страв. Їх застосування дозволяє мінімізувати ризики

мікробіологічного, хімічного та фізичного забруднення, забезпечити стабільність технологічних процесів і підвищити рівень довіри споживачів. Недотримання цих стандартів може призвести до репутаційних втрат на міжнародному рівні, що підтверджує стратегічну важливість їх інтеграції в практику українських підприємств ресторанного господарства та кейтерингових компаній.

Таким чином, організація харчування в умовах ділового туризму є не лише технологічним завданням, а й інструментом формування позитивного іміджу країни як сучасної та безпечної дестинації для проведення міжнародних бізнес-заходів. Її ефективність залежить від професіоналізму персоналу, логістичної узгодженості, застосування інноваційних технологій та дотримання глобальних стандартів якості. Наукове обґрунтування цих вимог підтверджує необхідність розробки методичних рекомендацій, освітніх програм та державної підтримки процесів сертифікації, що сприятиме розвитку MICE-туризму та підвищенню конкурентоспроможності України на світовому ринку.

1.3. Світовий досвід організації кейтерингу та ресторанного обслуговування на бізнес-форумах і конференціях.

Кейтеринг у структурі ділового туризму є ключовим елементом сервісної інфраструктури, що визначає рівень комфорту, імідж заходу та задоволеність учасників. У міжнародній практиці кейтерингові послуги інтегровані в систему MICE, яка охоплює організацію професійних зустрічей, конгресів, виставок та корпоративних подій. За даними ICCA та UNWTO, харчування на бізнес-заходах виконує не лише утилітарну функцію, а й стає інструментом комунікації, нетворкінгу та репрезентації культурних цінностей приймаючої сторони [33].

Аналіз сучасних тенденцій свідчить про переорієнтацію кейтерингових послуг на принципи сталого розвитку, персоналізації та технологічної інтеграції. Згідно з дослідженнями World Economic Forum та MICE Magazine, ключовими трендами є [25]:

Сталий кейтеринг, це використання локальних і сезонних продуктів, зменшення харчових відходів, впровадження компостованого або багаторазового посуду. Наприклад, на заходах Всесвітнього економічного форуму впроваджено політику «Planetary Health Diet», що передбачає обмеження червоного м'яса, збільшення частки рослинних страв та контроль вуглецевого сліду меню .

Персоналізація меню, тут учасники заходів очікують індивідуального підходу до харчування, що враховує дієтичні, релігійні та культурні особливості. Використання інтерактивних станцій, опитувань щодо харчових уподобань та технологій мобільного замовлення дозволяє адаптувати меню до потреб кожного гостя.

Інтерактивні формати, в світі популярності набувають гастрономічні шоу, дегустаційні зони, «live cooking stations», що створюють додаткову цінність для учасників і сприяють неформальній комунікації.

Технологічні рішення, цифрові платформи для попереднього замовлення, QR-меню, системи контролю харчових алергенів підвищують ефективність сервісу та безпеку харчування [4].

Аналіз практики провідних кейтерингових компаній підтверджує, що якість гастрономічного сервісу є стратегічним чинником успішності ділових заходів. Досвід таких брендів, як Wolfgang Puck Catering (США) та The London Kitchen (Велика Британія), демонструє пряму залежність між рівнем кулінарної майстерності, точністю таймінгу, естетикою подачі страв і репутацією організаторів. Згідно з даними International Catering Association, понад 70% учасників бізнес-форумів оцінюють загальне враження від заходу через якість харчування та сервісу, що підтверджує стратегічну роль гастрономічного компоненту в іміджевій політиці [1].

Сучасні тенденції кейтерингу орієнтовані на впровадження концепцій сталого розвитку, зокрема «zero-waste», використання локальних продуктів та створення авторських страв. Наприклад, Wolfgang Puck Catering активно застосовує фермерські продукти, мінімізує харчові відходи та впроваджує технології повторного використання пакувальних матеріалів. Це дозволяє не лише задовольнити потреби учасників, а й сформувати позитивний імідж організаторів як відповідальних і інноваційних гравців ринку. У Великій Британії компанія The London Kitchen реалізує концепцію «seasonal menus», що базується на сезонності продуктів, знижуючи вуглецевий слід та підкреслюючи екологічну відповідальність бренду.

Важливим напрямом розвитку є впровадження гібридних моделей кейтерингу, які поєднують традиційне обслуговування з доставкою індивідуально упакованих страв. Такий формат набув особливої актуальності після пандемії COVID-19, коли виникла потреба у дотриманні санітарних норм та соціальної дистанції. Прикладом є компанія GourmetEdge Catering, яка запровадила корпоративні підписки та бокс-ланчі для оптимізації витрат і підвищення гнучкості сервісу. Ця модель забезпечує персоналізоване харчування для учасників великих форумів, зберігаючи високий рівень безпеки та комфорту.

Цифровізація процесів є ще одним ключовим трендом. Використання програмного забезпечення для управління замовленнями, контролю запасів та координації персоналу стало невід'ємною частиною роботи провідних компаній. ERP-рішення дозволяють інтегрувати дані про кількість учасників, дієтичні обмеження та таймінг подачі страв, що особливо актуально для великих міжнародних форумів із кількістю

гостей понад кілька тисяч осіб. Аналітика та прогнозування попиту допомагають мінімізувати харчові відходи та оптимізувати витрати, що відповідає принципам сталого розвитку.

Крім того, сучасний кейтеринг активно впроваджує інноваційні формати сервісу, такі як інтерактивні гастрономічні станції, дегустаційні зони та «live cooking». Ці рішення підвищують рівень залученості учасників і створюють додаткову цінність для заходу. Популярною стала концепція «chef's table», що передбачає приготування страв у присутності гостей, формуючи емоційний зв'язок із брендом організатора та підкреслюючи його інноваційність [4].

47 Таким чином, світовий досвід підтверджує, що якість гастрономічного сервісу є не лише утилітарним, а й стратегічним елементом організації ділових заходів. Використання екологічних концепцій, гібридних моделей обслуговування, цифрових технологій та інтерактивних форматів дозволяє задовольнити потреби учасників, сформувати конкурентні переваги організаторів і забезпечити відповідність сучасним стандартам MICE-індустрії.

В Україні кейтеринг давно перестав бути просто доставкою їжі. Сьогодні це комплексний сервіс, що охоплює організацію фуршетів, банкетів, кавових пауз і навіть тематичних гастрономічних шоу для бізнес-заходів. Ринок активно розвивається завдяки попиту на якісне обслуговування конференцій, форумів та корпоративів. Клієнти очікують не лише смачні страви, а й бездоганну подачу, професійний персонал та атмосферу, яка підкреслює статус події.

Серед лідерів українського кейтерингу виділяється Dzyga Catering, відома своїм інноваційним підходом і можливістю обслуговувати події будь-якого масштабу – від камерних зустрічей до івентів на тисячі гостей. Їхні фірмові фуршет-бокси та навіть робот-офіціант стали символом сучасного сервісу. Не менш популярна компанія Figaro Catering, яка має понад двадцятирічний досвід і організувала тисячі заходів по всій країні, включно з великими корпоративами та преміальними презентаціями.

Для бізнес-заходів у Києві часто обирають VIP Catering, які спеціалізуються на кавових брейках, коктейльних прийомах та банкетах для корпоративних клієнтів. Їхній сервіс включає не лише харчування, а й декорування локацій, оренду обладнання та барний кейтеринг. Ще одна цікава пропозиція – Знак Якості, компанія, що поєднує кейтеринг із корпоративним харчуванням, пропонуючи комплексні меню та повний спектр послуг для виїзного ресторанного обслуговування.

Також у Львові активно працює студія Chef Catering, Львові Кейтеринг та Горіховий дім, які відомі індивідуальним підходом та можливостями організувати подію в будь-якій

точці Західної України. Їхні клієнти – великі ІТ-компанії та міжнародні бренди, що цінують якість і креативність. А для тих, хто шукає доступні рішення з широким вибором меню, варто **14** звернути увагу на Upbeat Catering, яка пропонує фуршети, барбекю та дитячі свята, зберігаючи високий рівень сервісу [35].

Таким чином, український ринок кейтерингу пропонує різноманітні формати для MICE-подій, корпоративів і приватних свят. Вибір компанії залежить від масштабу заходу, бюджету та концепції, але спільним для всіх лідерів є прагнення створити не просто харчування, а гастрономічний досвід, що запам'ятається кожному гостю [19].

Аналіз світового досвіду організації кейтерингу на бізнес-форумах і конференціях дозволяє сформулювати кілька ключових положень:

Сталий розвиток є домінуючим трендом, що визначає вибір продуктів, формат сервісу та політику управління відходами.

Аналіз світового досвіду організації кейтерингу на бізнес-форумах, **16** конференціях та інших ділових заходах дозволяє сформулювати низку ключових положень, серед яких домінуючим є принцип сталого розвитку. У провідних країнах – таких як Німеччина, Швеція, Канада, Японія та США – сталий підхід до харчування вже давно інтегрований у стандарти організації подій. Це включає не лише вибір **1** екологічно чистих продуктів, а **1** й оптимізацію логістики, **1** мінімізацію харчових відходів, використання багаторазового або біорозкладного посуду, а також підтримку локальних виробників [8].

Наприклад, на конференціях ООН, Всесвітнього економічного форуму в Давосі та заходах під егідою Європейської комісії кейтеринг організовується з урахуванням принципів zero waste, carbon-neutral catering та food traceability. Сталий розвиток у сфері кейтерингу не обмежується екологічними аспектами – він також охоплює соціальну відповідальність, інклюзивність та етичне споживання. У багатьох міжнародних кейтерингових компаніях впроваджено політику «від ферми до столу», яка передбачає прозорість ланцюга постачання, підтримку фермерських господарств та зменшення транспортного сліду. Крім того, все більше заходів включають вегетаріанські, веганські та безглютенові опції як стандарт, а не виняток, що відповідає сучасним очікуванням учасників щодо здорового та етичного харчування.

Фактично, сталий розвиток у кейтерингу бізнес-заходів **1** є не просто трендом, а частиною глобальної трансформації сервісної індустрії. Його впровадження дозволяє **1** не лише зменшити негативний вплив на довкілля, а й підвищити репутацію організаторів, відповідати міжнародним стандартам та створити додану цінність для учасників. Українським організаторам ділових заходів доцільно враховувати ці практики, адаптуючи їх до національного контексту, що сприятиме інтеграції у

глобальний ринок ділового туризму.

Персоналізація та інклюзивність стають обов'язковими умовами для забезпечення комфорту учасників і 16 формування позитивного іміджу заходу.

У міжнародній практиці ці принципи активно впроваджуються на всіх етапах організації харчування – від попереднього анкетування учасників щодо їхніх гастрономічних вподобань до створення меню, яке враховує дієтичні обмеження, релігійні норми, алергії та етичні переконання.

Персоналізований підхід також передбачає гнучкість у форматі обслуговування: можливість попереднього вибору страв 1 через мобільні додатки, індивідуальні ланч-бокси з іменними позначками, інтерактивні food stations, де учасники самостійно формують свій раціон. 1 Це не лише підвищує рівень задоволеності, а й сприяє ефективнішій логістиці, зменшенню харчових відходів та оптимізації витрат.

Інклюзивність, у свою чергу, охоплює не лише харчові потреби, а й доступність сервісу 1 для людей з інвалідністю, мультикультурну чутливість персоналу та створення безпечного середовища для всіх учасників, що є вельми актуальною проблемою в сучасних реаліях України.

Успішна реалізація персоналізованого та інклюзивного кейтерингу позитивно впливає на репутацію організаторів, підвищує рівень довіри до бренду заходу 1 та сприяє формуванню довготривалих партнерських відносин. У контексті глобалізації та зростання конкуренції на ринку ділового туризму, ці аспекти 2 стають критично важливими для залучення міжнародної аудиторії та відповідності світовим стандартам якості обслуговування.

Технологічні інновації підвищують ефективність логістики, безпеку харчування та рівень сервісу. У світовій практиці дедалі ширше застосовуються цифрові рішення, які дозволяють автоматизувати процеси планування, замовлення, обслуговування та контролю якості кейтерингу. Наприклад, на міжнародних конференціях у Сінгапурі, Лондоні та Сан-Франциско активно використовуються мобільні додатки для попереднього вибору меню, бронювання місць у зонах харчування, отримання інформації про склад страв та їхню харчову цінність. 1 Це не лише покращує користувацький досвід, а й дозволяє зменшити черги, уникнути перевантаження персоналу та забезпечити персоналізований підхід до кожного учасника [9, 12, 14].

Інноваційні технології 2 також сприяють підвищенню харчової безпеки. Системи QR-кодування, RFID-мітки, цифрові термометри та автоматизовані 55 системи контролю температури дозволяють відстежувати умови зберігання та транспортування продуктів 2 у реальному часі. У країнах ЄС та Північної Америки такі рішення вже інтегровані в

кейтерингові стандарти, особливо на заходах з великою кількістю учасників. Крім того, **2** використання штучного інтелекту для прогнозування попиту на страви дозволяє зменшити харчові відходи та оптимізувати закупівлі.

У сфері логістики технології дозволяють ефективно координувати роботу кейтерингових команд, розподіляти ресурси, контролювати таймінг подачі страв та адаптувати сервіси до змін у програмі заходу. Наприклад, на форумах у Дубаї та Токіо використовуються інтегровані платформи управління подіями, які синхронізують харчування з основною програмою, забезпечуючи безперебійне обслуговування навіть при зміні розкладу [10].

29 Таким чином, технологічні інновації не лише покращують якість обслуговування, **1** а й формують нові стандарти у сфері ділового туризму. Їхнє впровадження дозволяє організаторам бути більш гнучкими, відповідати очікуванням міжнародної аудиторії та забезпечувати високий рівень сервісу, що відповідає сучасним вимогам сталого, безпечного та персоналізованого харчування.

Крос-культурна компетентність є критично важливою для міжнародних подій, що вимагає глибокого розуміння релігійних і дієтичних норм. Ця компетентність забезпечує повагу до культурного різноманіття учасників і сприяє формуванню позитивного іміджу події. У сучасній практиці організації бізнес-форумів, конференцій та ділових турів у багатонаціональному середовищі – таких як заходи в Женеві, Дубаї, Нью-Йорку чи Сеулі – крос-культурна чутливість стала стандартом, що охоплює не лише мовну адаптацію, а й глибоке розуміння релігійних, етичних та дієтичних норм.

Особливу увагу приділяють дотриманню вимог до релігійного харчування – наприклад, що не лише демонструє повагу до вірувань учасників, а й дозволяє уникнути конфліктних ситуацій або скарг. Крім того, врахування дієтичних обмежень – є обов'язковим елементом кейтерингового планування. **1** У багатьох країнах, зокрема у Великій Британії, Канаді та Австралії, кейтерингові компанії зобов'язані надавати повну інформацію про склад страв, маркувати алергени та забезпечувати альтернативні варіанти.

Крос-культурна компетентність також проявляється у стилі обслуговування, етикеті персоналу, візуальній презентації страв та форматі сервірування. Наприклад, у Японії важливо дотримуватися естетики подачі, а в арабських країнах – забезпечити окремі зони харчування для чоловіків і жінок. Успішна адаптація до таких нюансів демонструє професіоналізм організаторів і сприяє створенню **1** комфортного середовища для всіх учасників.

Ігнорування крос-культурних аспектів може призвести до незадоволення гостей, репутаційних втрат, зниження рівня участі в майбутніх заходах та навіть порушення

міжнародних протоколів. Тому інтеграція крос-культурної компетентності в організацію харчування є не лише етичною вимогою, а й стратегічною необхідністю для успішного проведення міжнародних ділових подій.

Гастрономічний сервіс виконує стратегічну функцію в системі MICE-туризму, впливаючи на конкурентоспроможність дестинацій та економічні результати заходів.

Сервіс безпосередньо впливає на конкурентоспроможність дестинацій, рівень задоволеності учасників та економічні результати заходів. У міжнародній практиці кейтеринг розглядається не лише як елемент обслуговування, а як інструмент маркетингу території, що здатен формувати унікальний гастрономічний імідж регіону. Наприклад, у Франції, Італії, Японії та Іспанії гастрономічна складова **12** є невід'ємною частиною презентації дестинації, а локальні продукти, традиційні рецепти та автентична подача використовуються для створення емоційного зв'язку з місцем проведення заходу [15].

Успішна реалізація гастрономічного сервісу на MICE-подіях сприяє підвищенню економічної ефективності заходу: учасники залишаються задоволеними, частіше повертаються на подібні події, а також рекомендують їх колегам і партнерам. Крім того, високоякісний кейтеринг стимулює розвиток суміжних галузей – ресторанного бізнесу, фермерських господарств, логістичних компаній, що забезпечує мультиплікаційний ефект для місцевої економіки. У Сінгапурі, наприклад, гастрономічна стратегія є частиною національної програми просування MICE-туризму, де кейтеринг адаптується до культурних очікувань міжнародної аудиторії, водночас демонструючи унікальність місцевої кухні [23].

Гастрономічний сервіс також виконує функцію диференціації дестинації на глобальному ринку. У світі, де конкуренція між містами та країнами за проведення міжнародних заходів постійно зростає, здатність запропонувати унікальний, якісний та інноваційний гастрономічний досвід стає вирішальним фактором. Наприклад, у Копенгагені та Ванкувері організатори активно використовують концепцію «гастрономічної події», де харчування інтегрується в загальну програму заходу як окремий елемент культурного представлення [25].

12 Таким чином, світовий досвід підтверджує, що кейтеринговий сервіс у сфері ділових заходів виконує комплексну функцію, що охоплює планування, підготовку та реалізацію гастрономічного обслуговування відповідно до формату події, її таймінгу та дієтичних вимог учасників.

Основою діяльності є розробка меню з урахуванням міжнародних стандартів харчування, специфічних обмежень, таких як вегетаріанські, безглютенові, халяльні та

кошерні опції та інших видів харчування, а також концептуальної ідеї заходу. Приготування страв і їх доставка на локацію здійснюються з дотриманням санітарно-гігієнічних норм, температурного режиму та принципів безпеки харчових продуктів. Завершальним етапом є організація сервісу на місці, що включає сервірування, розміщення гастрономічних станцій та обслуговування учасників під час кава-брейків, бізнес-ланчів, фуршетів або банкетів, а також забезпечення напоїв, включаючи кавові станції, фреш-бари та тематичні напої.

Сучасні кейтерингові компанії розширюють спектр послуг, виходячи за межі традиційного харчування, пропонуючи комплексні рішення, що формують конкурентні переваги. До таких рішень належить оформлення простору відповідно до тематики заходу, брендування, флористика та меблювання, а також технічне забезпечення у вигляді мобільних кухонь, холодильного обладнання та інтерактивних гастрономічних станцій. Інноваційні формати, такі як «live cooking», дегустаційні зони та шеф-столи, сприяють підвищенню залученості учасників і створюють додаткову цінність для заходу. **1** Важливим напрямом є впровадження цифрових рішень, зокрема ERP-систем для управління замовленнями, контролю запасів, персоналізації меню та аналітики попиту, що особливо актуально для великих міжнародних форумів із кількістю гостей понад кілька тисяч осіб.

Окрему увагу сучасні кейтерингові компанії приділяють екологічним ініціативам та гнучким моделям обслуговування. Концепції «zero-waste», використання локальних продуктів, біорозкладних матеріалів та мінімізація харчових відходів відповідають принципам сталого розвитку та формують позитивний імідж організаторів як відповідальних гравців ринку. Гібридні моделі сервісу, що поєднують традиційне обслуговування з доставкою індивідуально упакованих страв, корпоративні підписки та бокс-ланчі, забезпечують гнучкість і безпеку харчування, **1** особливо в умовах великих міжнародних заходів.

Таким чином, сучасний кейтеринг у сфері ділового туризму є багатокомпонентною системою, яка інтегрує гастрономічні, технологічні та комунікаційні рішення для досягнення високого рівня сервісу та задоволення потреб учасників.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ ХАРЧУВАННЯ УЧАСНИКІВ БІЗНЕС-ЗАХОДІВ.

2.1 Основні формати харчування та їх застосування в діловому туризмі.

Організація харчування учасників ділових заходів є ключовим елементом сервісної інфраструктури, що впливає на загальне враження від події та рівень задоволеності учасників. З урахуванням типу заходу, його мети, кількісного складу учасників,

тривалості, а також характеру ділової комунікації, що передбачається. Найбільш поширеними форматами є фуршет, кава-брейк, банкет та бізнес-ланч, а також новітні формати, що адаптовані до потреб мобільності, екологічності та індивідуалізації сервісу (Таблиця.2.1).

Фуршет – формат, що передбачає самообслуговування або часткове обслуговування офіціантами, коли гості мають змогу вільно пересуватися, спілкуватися та обирати страви з загального столу. Доцільний для нетворкінгових подій, презентацій, відкриттів. Меню включає закуски, міні-порції гарячих страв, десерти та напої, що легко споживаються стоячи.

Кава-брейк – короткотривалий період відпочинку між сесіями конференцій, семінарів чи тренінгів. Організація передбачає швидке обслуговування, акцент на напоях і легких закусках. Меню адаптується до часу доби та дієтичних потреб.

Банкет – урочистий формат з повним обслуговуванням, сервіруванням столів та подачею страв за узгодженим меню. Доцільний для офіційних прийомів, нагороджень, завершальних частин заходів.

Бізнес-ланч – поєднання харчування з діловою бесідою, організовується в ресторанах або кейтерингових зонах. Меню структуроване, обслуговування швидке, атмосфера сприяє комунікації [24].

Таблиця 2.1

Типологія форматів харчування в діловому туризмі.

Формат харчування

Організаційні особливості

Методи обслуговування

Підхід до меню

Приклади використання

Фуршет

Вільне пересування учасників, відсутність фіксованих місць

Самообслуговування або часткове обслуговування офіціантами

Закуски, канапе, міні-порції, напої

Вечірні прийоми після форуму, відкриття виставок, презентації

Кава-брейк

Коротка перерва між сесіями

Швидке обслуговування, мінімум персоналу

Напої, легкі закуски, випічка

Під час конференцій, тренінгів, семінарів

Банкет

Урочистий формат, сервірування столів

Повне обслуговування офіціантами

Багатокомпонентне меню, алкоголь

Заклучна частина бізнес-форуму, нагородження

Бізнес-ланч

Поєднання харчування з діловою бесідою

Швидке обслуговування, комфортна атмосфера

Структуроване меню (закуска, основна страва, напій)

Переговори, обід під час форуму, зустрічі з партнерами

Standing lunch

Відсутність посадкових місць, швидкий обід

Самообслуговування

Легкі страви, сендвічі, напої

Інтенсивні ділові тури, короткі перерви між сесіями

Grab-and-go

Індивідуальна упаковка, мобільність

Безконтактна видача

Ланч-бокси, снеки, напої

Під час трансферів, екскурсій, виставок

Food stations

Тематичні зони з різними кухнями

Самообслуговування, інтерактив

Різноманітне меню за темами

Міжнародні форуми, фестивалі бізнес-культури

Eco-catering

Екологічний підхід, мінімізація відходів

Використання багаторазового посуду

Локальні продукти, сезонне меню

Еко-форуми, заходи зі сталого розвитку

Hybrid catering

Поєднання онлайн та офлайн формату

Доставка або обслуговування на місці

Адаптоване меню для різних форматів

Гібридні конференції, онлайн-форуми з офлайн учасниками

До новітніх форматів, що набувають популярності в діловому туризмі, належать:

Standing lunch (стоячий обід) – гібрид фуршету та бізнес-ланчу, що дозволяє учасникам швидко перекусити без формального сервірування. Застосовується на інтенсивних заходах з обмеженим часом.

Grab-and-go – формат мобільного харчування, коли учасники отримують індивідуально упаковані порції, які можна споживати в дорозі або під час переміщення між локаціями. Особливо актуальний для виставок, екскурсій, трансферів.

Food stations – тематичні зони з різними видами кухні (італійська, азійська, вегетаріанська тощо), де учасники самостійно обирають страви. Такий формат сприяє

індивідуалізації вибору та інтерактивності.

Eco-catering – формат, що акцентує на екологічності: використання багаторазового посуду, локальних продуктів, мінімізація харчових відходів. Відповідає сучасним трендам сталого розвитку.

Hybrid catering – поєднання онлайн та офлайн обслуговування, коли частина учасників отримує харчування дистанційно (наприклад, доставка ланч-боксів для онлайн-учасників конференції). Формат актуальний для гібридних заходів.

Вибір формату харчування для учасників ділових заходів є стратегічним рішенням, що має базуватися на комплексному аналізі логістичних умов, фінансових можливостей, очікувань цільової аудиторії, мети заходу та його загальної концепції. Формат харчування не лише забезпечує фізичні потреби учасників, а й виконує комунікативну, іміджеву та функціональну роль у структурі події. Тому його вибір повинен бути інтегрованим у загальну модель організації заходу.

Логістичні чинники включають місце проведення, доступність інфраструктури, кількість учасників, тривалість програми та наявність технічних умов для обслуговування.

Наприклад, у просторі без стаціонарної кухні доцільно використовувати мобільні формати, такі як grab-and-go або standing lunch. Бюджетні обмеження також відіграють важливу роль: обираючи між банкетом і кава-брейком, організатор має враховувати не лише вартість, а й очікувану ефективність формату щодо цілей заходу.

Очікування учасників формуються на основі їхнього культурного бекграунду, гастрономічних уподобань, дієтичних потреб та рівня сервісу, до якого вони звикли. Особливо це актуально для міжнародних бізнес-форумів, де харчування має бути адаптованим до мультикультурного середовища. Неврахування цих аспектів може призвести до дискомфорту, зниження лояльності та негативного сприйняття події.

Цілі заходу визначають функціональне навантаження формату харчування. Якщо подія має на меті активне нетворкінг-спілкування, доцільним буде фуршет або food stations. Для офіційних прийомів – банкет, а для інтенсивних конференцій – кава-брейк або бізнес-ланч. Концепція події, зокрема її стиль, тематика та брендова ідентичність, також впливають на вибір: наприклад, еко-форум логічно доповнити eco-catering форматом.

Неправильна організація харчування на зазначених подіях **59** може спричинити низку негативних наслідків. Серед них – порушення таймінгу заходу, незадоволення учасників, зниження ефективності комунікації, погіршення іміджу організаторів, а в окремих випадках – навіть ризики для здоров'я. Наприклад, відсутність безглютенових або вегетаріанських опцій може викликати скарги, а погано організоване обслуговування – затримки в програмі.

Отже раціональне планування формату харчування, меню та методів обслуговування є запорукою успішного проведення ділового заходу. Воно сприяє створенню комфортного середовища для учасників, підвищує загальну ефективність події, формує позитивне враження про організаторів та забезпечує високий рівень сервісу, що відповідає сучасним стандартам ділового туризму [18].

2.2 Особливості формування меню для учасників бізнес-заходів.

У сучасному діловому туризмі харчування учасників заходів виконує не лише функціональну, а й репутаційну та комунікативну роль. Меню, як складова кейтерингового сервісу, має бути ретельно спланованим з урахуванням специфіки події, очікувань учасників, логістичних умов та міжнародних стандартів. Формування меню для бізнес-заходів потребує балансу між естетикою, поживністю, культурною чутливістю та технологічною ефективністю. Успішно підібране меню здатне підвищити рівень задоволеності гостей, сприяти ефективному нетворкінгу та створити позитивне враження про організаторів.

У цьому параграфі буде розглянуто ключові принципи формування меню для учасників ділових заходів та бізнес-форумів, проаналізовано чинники, що впливають на вибір страв, а також окреслено сучасні підходи до адаптації гастрономічного сервісу в умовах глобалізації та зростання вимог до якості обслуговування. Увага приділяється персоналізації харчування, врахуванню дієтичних та релігійних норм, використанню локальних продуктів і технологічних рішень, що дозволяють забезпечити високий рівень сервісу в межах MICE-подій.

Меню, як елемент кейтерингового обслуговування, відіграє важливу роль у загальній структурі сервісу ділового заходу, оскільки воно безпосередньо впливає на сприйняття події учасниками, їхній комфорт, продуктивність та емоційне залучення [24]. У контексті MICE-туризму харчування перестає бути другорядною логістичною функцією – воно перетворюється на інструмент формування враження, підтримки ділової атмосфери та демонстрації рівня організаційної культури.

Світова практика організації бізнес-заходів свідчить, що якісно сформоване меню здатне суттєво підвищити рівень задоволеності учасників, сприяти ефективному нетворкінгу та створити позитивний імідж дестинації. Наприклад, на міжнародних форумах у Сінгапурі, Цюриху та Ванкувері кейтеринг інтегрується в загальну концепцію події, де кожна страва не лише відповідає гастрономічним стандартам, а й виконує комунікативну функцію – сприяє спілкуванню, релаксації та культурному обміну.

Меню також впливає на фізичний та когнітивний стан учасників. Збалансоване харчування, яке враховує енергетичні потреби, легкість засвоєння та час доби, сприяє підтримці концентрації, зменшенню втоми та підвищенню продуктивності. Натомість

перевантажене або неадаптоване меню може викликати дискомфорт, зниження активності та навіть негативне ставлення до організаторів. Саме тому у провідних кейтерингових компаніях світу формування меню здійснюється за участі дієтологів, гастрономічних консультантів та фахівців з подієвого менеджменту.

Самі підходи до формування меню потребують глибокого розуміння потреб аудиторії, специфіки події та сучасних стандартів гастрономічного обслуговування, **20** що дозволяє забезпечити високий рівень комфорту, ефективності та репутаційної привабливості заходу.

Формування меню для учасників ділових заходів є складним процесом, що потребує врахування низки взаємопов'язаних чинників, які визначають не лише зміст гастрономічної пропозиції, а й її функціональну відповідність до формату події. Одним із базових параметрів є тип заходу, оскільки саме його характер – конференція, бізнес-форум, презентація, діловий тур – визначає очікування учасників щодо стилю харчування, тривалості обслуговування та рівня формальності. Наприклад, для конференцій з інтенсивною програмою доцільним є легке, енергетично збалансоване меню, яке не перевантажує учасників, тоді як для презентацій або прийомів – більш естетично орієнтоване, з акцентом на візуальну подачу.

Кількість учасників та обраний формат харчування також суттєво впливають на структуру меню. У випадку невеликих груп (до 30 осіб) можливе використання індивідуального підходу, включаючи бізнес-ланчі з персоналізованим вибором страв. Для масових заходів (100 і більше учасників) доцільно застосовувати фуршетні або кава-брейкові формати, де меню має бути стандартизованим, але водночас різноманітним, щоб задовольнити потреби широкої аудиторії. Важливо, щоб страви були зручними для споживання стоячи або в умовах обмеженого часу, що вимагає особливої уваги до текстури, порційності та способу подачі.

Тривалість заходу та наявність перерв визначають часову структуру харчування. Для подій, що тривають кілька годин, достатньо одного кава-брейку, тоді як багатоденні форуми потребують повноцінного обіду, вечері та додаткових перекусів. Меню має бути адаптованим до часу доби, враховувати біоритми учасників та забезпечувати підтримку їхньої працездатності протягом усього заходу. У міжнародній практиці, зокрема на форумах у Женеві та Брюсселі, кейтеринг планується з урахуванням не лише програми, а й психологічного навантаження учасників.

Локація проведення заходу та її технічні можливості є ще одним критично важливим чинником. Наявність або відсутність кухні, доступ до води, електроенергії, холодильного обладнання та зон для сервірування визначають можливість реалізації того чи іншого формату харчування. У випадку нестачі інфраструктури організатори

змушені обирати мобільні рішення – grab-and-go, ланч-бокси, standing lunch – які не потребують складної логістики, але мають бути ретельно продуманими з точки зору безпеки та естетики.

Таким чином, формування меню для ділових заходів є багатофакторним процесом, що вимагає інтеграції організаційних, гастрономічних та логістичних рішень. Успішне врахування всіх чинників дозволяє забезпечити високу якість сервісу, задовольнити очікування учасників та сприяти ефективному проведенню події.

У процесі формування меню для учасників ділових **56** заходів особливу увагу слід приділяти дієтичним, культурним та релігійним особливостям аудиторії, особливо в умовах міжнародного представництва. У сучасному діловому туризмі харчування виконує не лише фізіологічну функцію, а й соціальну, етичну та репутаційну, тому його адаптація до індивідуальних потреб учасників є критично важливою для забезпечення комфортного середовища та позитивного сприйняття заходу.

Міжнародна практика демонструє, що ігнорування гастрономічних уподобань та обмежень **40** може призвести до зниження рівня задоволеності, скарг, а іноді – до порушення дипломатичного протоколу. Саме тому на заходах, що проводяться під егідою ООН, Європейської комісії, ICCA чи UNWTO, стандартом стало включення до меню веганських, безглютенових, халяльних, кошерних та інших спеціалізованих опцій. Це дозволяє врахувати релігійні норми, медичні показання та етичні переконання учасників, забезпечуючи інклюзивність та повагу до культурного різноманіття [34].

Важливим інструментом персоналізації харчування є попереднє анкетування учасників, яке дозволяє зібрати інформацію про дієтичні обмеження, алергії, гастрономічні вподобання та очікування щодо сервісу. Наприклад у країнах з розвиненим MICE-сектором, таких як Нідерланди, Канада та ОАЕ, анкетування є стандартною процедурою при реєстрації на подію [22].

Врахування дієтичних, культурних та релігійних особливостей у формуванні меню є не просто елементом сервісу, а стратегічною складовою організації ділового заходу. Воно сприяє створенню інклюзивного середовища, підвищує рівень задоволеності учасників, формує позитивний імідж організаторів та відповідає сучасним міжнародним стандартам етичного та професійного обслуговування.

У процесі формування меню для ділових заходів важливо досягти гармонійного балансу між естетикою подачі, поживною цінністю страв та логістичною доцільністю їх обслуговування. Цей баланс є критичним для забезпечення не лише фізичного комфорту учасників, а й загального враження від заходу, що впливає на його репутацію та ефективність. У контексті ділового спілкування харчування має бути не нав'язливим,

а підтримуючим – таким, що не відволікає, а доповнює загальну атмосферу події [24].

Одним із ключових аспектів є вибір страв, які легко споживати в умовах обмеженого часу та простору, без потреби у складному сервіруванні або використанні повного набору столових приборів. У міжнародній практиці, зокрема на форумах у Цюриху, Торонто та Сеулі, перевага надається міні-порціям, канапе, сендвічам, салатам у порційних контейнерах, які дозволяють учасникам харчуватися без перерви в комунікації. Такий підхід сприяє збереженню динаміки заходу та забезпечує зручність для гостей [4].

Поживна складова меню також має бути ретельно продумана. Страви повинні забезпечувати достатній рівень енергії, але не викликати відчуття важкості чи сонливості, що особливо важливо під час інтенсивних сесій. Збалансованість раціону – у співвідношенні білків, жирів, вуглеводів, а також вмісті вітамінів і мікроелементів – є запорукою підтримки когнітивної активності учасників. У багатьох кейтерингових компаніях, що обслуговують міжнародні події, до процесу формування меню залучають дієтологів, які адаптують страви до потреб різних вікових та професійних груп.

Логістичні аспекти включають зручність транспортування, зберігання та подачі страв. У випадках, коли захід проводиться поза межами стаціонарних закладів харчування, важливо враховувати можливості мобільного обслуговування, температурний режим, час доставки та умови зберігання. Наприклад, на заходах в Україні активно використовуються термобокси, індивідуальні ланч-бокси та модульні станції для швидкої подачі їжі, що дозволяє зберігати якість страв навіть за умов обмеженої інфраструктури.

Також у контексті організації харчування на ділових заходах усе більшого значення набуває використання локальних продуктів та інтеграція елементів регіональної кухні, що дозволяє формувати унікальну гастрономічну ідентичність дестинації. Такий підхід не лише сприяє підвищенню якості харчування, а й виконує стратегічну функцію у просуванні території як привабливого місця для проведення MICE-подій. У міжнародній практиці, зокрема в Італії, Франції, Японії та Скандинавських країнах, гастрономія є важливою складовою бренду дестинації, а кейтеринг на бізнес-заходах часто включає страви, що репрезентують місцеву культуру, традиції та кулінарну спадщину [22].

В Україні використання локальних продуктів у меню бізнес-заходів стає все більш поширеною практикою, що відповідає як світовим гастрономічним трендам, так і актуальним економічним умовам. Зокрема, все частіше до кейтерингових пропозицій включають крафтові сири з Закарпаття, Львівщини та Буковини – наприклад, буйволині сири, гуцульську бринзу, м'які козячі сири, які мають виразний смак і високу харчову цінність. Такі продукти не лише демонструють автентичність регіону, а й дозволяють

створити унікальний гастрономічний досвід для учасників заходу [5].

Також у меню бізнес-форумів та презентацій все частіше включають українські вина – зокрема, з Одеської області, Закарпаття та Херсонщини. Виноробні господарства, які працюють за принципом «від лози до бокала», пропонують 50 продукцію, що відповідає міжнародним стандартам якості. Вино подається як частина дегустаційних блоків або як елемент гастрономічного брендингу дестинації, що дозволяє презентувати регіон не лише через інформаційні матеріали, а й через смакові враження.

Ці приклади свідчать про те, що українські організатори ділових заходів дедалі активніше інтегрують локальні продукти у кейтерингову концепцію, що сприяє 28 розвитку місцевої економіки, зменшенню залежності від імпорту та формуванню позитивного іміджу України як гастрономічно привабливої дестинації.

В цілому інтеграція регіональної кухні у меню ділових заходів дозволяє створити емоційний зв'язок між учасниками та місцем проведення події. Це особливо актуально для іноземних гостей, які через гастрономічний досвід отримують глибше розуміння локального контексту. Крім того, така практика сприяє розвитку внутрішнього туризму, популяризації національної кухні 24 та формуванню позитивного іміджу країни на міжнародному рівні. А використання локальних продуктів також має економічне та екологічне значення. 48 Підтримка 49 місцевих виробників сприяє розвитку аграрного сектору, зменшенню транспортних витрат, скороченню викидів CO₂ та забезпеченню свіжості страв. У країнах Європейського Союзу така практика є частиною політики сталого розвитку, а кейтерингові компанії часто співпрацюють із сертифікованими фермерами та ремісничими виробниками. В Україні цей підхід також набуває актуальності, особливо в регіонах з розвинутою гастрономічною культурою, таких як Львівщина, Закарпаття, Буковина [5].

48 Таким чином, використання локальних продуктів та гастрономічна ідентичність є важливими чинниками формування якісного та конкурентоспроможного кейтерингового сервісу. Вони дозволяють не лише задовольнити гастрономічні потреби учасників, а й створити унікальний досвід, що підвищує цінність заходу, сприяє просуванню дестинації та відповідає сучасним тенденціям у сфері ділового туризму.

У сфері організації харчування на ділових заходах технологічні рішення дедалі більше визначають якість сервісу, ефективність логістики та рівень персоналізації. Особливо показовим є те, що саме Україна демонструє динамічний прогрес і навіть випереджає багато країн у впровадженні цифрових інструментів у кейтеринговому обслуговуванні. Завдяки активному розвитку IT-сектору, українські кейтерингові компанії, організатори подій та розробники мобільних сервісів створюють інноваційні рішення, які дозволяють не лише автоматизувати процеси, а й адаптувати харчування до

індивідуальних потреб учасників у реальному часі.

Одним із найпоширеніших інструментів є мобільні додатки для вибору страв, які інтегруються в загальну систему управління подією. Учасники можуть заздалегідь обрати меню, вказати дієтичні обмеження, переглянути склад страв, а також отримати рекомендації на основі власних уподобань. Такі рішення вже активно використовуються на українських бізнес-форумах, виставках та конференціях, зокрема у Києві, Львові та Одесі, де цифровізація сервісу стала частиною бренду події.

Ще одним важливим елементом є використання QR-кодів, які дозволяють учасникам швидко отримати інформацію про склад страв, наявність алергенів, калорійність та походження продуктів, мають можливість розрахуватись та залишити відгуки. Це не лише підвищує прозорість сервісу, а й відповідає сучасним вимогам до харчової безпеки та етичного споживання. Українські кейтерингові компанії активно впроваджують такі рішення, що дозволяє їм конкурувати на міжнародному ринку та відповідати стандартам ЄС.

Крім того, аналітика попиту стала важливим інструментом оптимізації закупівель та зменшення харчових відходів. Завдяки збору даних про вибір учасників, їхні вподобання та поведінкові моделі, організатори можуть прогнозувати потреби, адаптувати меню та **5** забезпечити ефективне використання ресурсів. В Україні вже реалізовано кілька кейтерингових платформ, які використовують штучний інтелект для аналізу попиту, що дозволяє не лише зменшити витрати, а й підвищити точність планування.

Таким чином, технологічні рішення у формуванні меню не просто модернізують сервіс – вони створюють нову якість взаємодії між учасником і організатором. Україна, завдяки поєднанню гастрономічної культури та цифрових інновацій, має всі передумови для **5** лідерства у сфері технологічного кейтерингу в діловому туризмі.

2.3 Організаційно-сервісні аспекти харчування учасників бізнес-форумів.

У структурі сучасного бізнес-форуму харчування учасників виконує не лише базову фізіологічну функцію, а й є важливою складовою сервісної моделі, **3** що впливає на загальне сприйняття події, її імідж та ефективність. У контексті ділового туризму кейтеринг розглядається як частина комплексного обслуговування, яке **3** має відповідати високим стандартам якості, естетики та логістики. Саме тому організація харчування на бізнес-форумах потребує системного підходу, що враховує не лише гастрономічні, а й комунікативні, репутаційні та емоційні аспекти.

Світовий досвід проведення масштабних ділових заходів свідчить про те, що якість харчування безпосередньо корелює з рівнем задоволеності учасників. Формат

харчування, його таймінг, просторове розміщення та професіоналізм персоналу здатні або сприяти ефективній взаємодії між учасниками, або, навпаки, створити бар'єри, що знижують продуктивність заходу.

Крім того, харчування виконує важливу іміджеву функцію. Вибір страв, їхня подача, відповідність очікуванням міжнародної аудиторії та рівень сервісу формують уявлення про організаторів, дестинацію та загальну якість події. Успішно організоване харчування може стати конкурентною перевагою заходу, сприяти позитивному PR та формуванню лояльності серед учасників. Натомість недоліки в сервісній складовій – затримки, неякісне обслуговування, невраховані дієтичні потреби – здатні суттєво знизити загальне враження, навіть якщо інші компоненти заходу реалізовані на високому рівні.

Сервісна складова харчування є інтегральним елементом бізнес-форуму, **3** що впливає на його успішність у багатовимірному вимірі – від емоційного комфорту учасників до репутаційної стійкості організаторів. Її якісна реалізація потребує професійного планування, міждисциплінарного підходу та адаптації **5** до міжнародних стандартів, що є особливо актуальним для України в умовах інтеграції у глобальний ринок ділового туризму.

У межах професійного планування кейтерингового обслуговування важливо усвідомлювати, що якість сервісу визначається не лише технологічними процесами чи матеріально-технічним забезпеченням, а передусім – людським ресурсом. Персонал, який безпосередньо взаємодіє з учасниками бізнес-форуму, виконує роль комунікативного мосту між організаторами та гостями, формуючи атмосферу довіри, комфорту та професіоналізму. Тому високий рівень підготовки працівників кейтерингової служби є критично важливим: вони мають володіти не лише фаховими знаннями з ресторанної справи, а й демонструвати етикет, емоційну інтелігентність та здатність до ефективної міжкультурної комунікації [23].

У сучасних умовах, коли Україна активно інтегрується у глобальний ринок ділового туризму, кейтерингові послуги дедалі частіше надаються для міжнародних подій. Це вимагає від персоналу не лише знання санітарно-гігієнічних норм і техніки обслуговування, а й глибокого розуміння культурних особливостей гостей, їхніх очікувань та стандартів поведінки. Міжкультурна компетентність стає не розкішшю, а необхідністю, що дозволяє уникати комунікативних бар'єрів, забезпечувати інклюзивність сервісу та підтримувати позитивний імідж заходу на міжнародному рівні.

Крім того, ефективне обслуговування неможливе без чіткої координації дій усієї команди. Злагожденість, оперативність, здатність до адаптації в умовах змін – це ті якості, які визначають здатність персоналу забезпечити безперебійне функціонування сервісу навіть у складних або нестандартних ситуаціях. Таким чином, людський фактор

у кейтерингу постає як стратегічний ресурс, що безпосередньо впливає на успішність бізнес-форуму та його репутаційну сталість.

Учасники бізнес-форумів, особливо міжнародного рівня, мають високі очікування щодо якості обслуговування, що охоплюють не лише смакові характеристики страв, а й загальну культуру сервісу. Вони розраховують на чітку організацію, уважне ставлення, оперативне реагування на індивідуальні запити та комфортну атмосферу, яка сприяє продуктивному спілкуванню. У цьому контексті кейтеринг виступає не просто як логістична функція, а як частина іміджевої стратегії заходу.

Взаємодія персоналу з гостями має бути побудована на принципах відкритості, доброзичливості та гнучкості. Вміння швидко адаптуватися до змін у програмі, реагувати на нестандартні ситуації, враховувати дієтичні обмеження або культурні особливості харчування – усе це формує позитивне враження про захід і сприяє його успішному проведенню. Високий рівень сервісу передбачає не лише технічну компетентність, а й емоційну чутливість, що дозволяє персоналу ефективно працювати в умовах багатонаціонального середовища.

З метою забезпечення стабільної якості обслуговування та відповідності міжнародним очікуванням, кейтерингові компанії дедалі активніше впроваджують стандарти ISO, НАССР, а також внутрішні сервісні протоколи, адаптовані до специфіки подій. Система НАССР дозволяє контролювати критичні точки безпеки харчових продуктів, що є особливо важливим у контексті масового обслуговування. Стандарти ISO, зокрема ISO 22000, забезпечують інтеграцію управлінських процесів у сфері харчової безпеки, а сервісні протоколи – регламентують поведінку персоналу, етапи обслуговування та комунікаційні моделі. Впровадження таких стандартів не лише підвищує рівень довіри до організаторів, а й сприяє **9** формуванню конкурентних переваг на міжнародному ринку ділових послуг [16, 17].

Успішна реалізація обслуговування на бізнес-форумі також неможлива без чіткого узгодження таймінгу харчування з загальною програмою заходу. Врахування регламенту виступів, перерв на каву, обідів та фуршетів дозволяє уникнути накладок, зберегти динаміку події та забезпечити комфорт учасників. Невчасне подання страв або затримки в обслуговуванні можуть спричинити не лише логістичні труднощі, а й негативно вплинути на загальне сприйняття заходу.

Таймінг безпосередньо впливає на задоволеність гостей, їхню продуктивність та здатність до ефективної участі в дискусіях, нетворкінгу чи переговорах. Наприклад, надто коротка перерва на харчування може призвести до фізичного дискомфорту, а надто довга – до втрати концентрації та порушення ритму події. Тому кейтеринг має бути не просто частиною логістики, а інтегрованим елементом сценарного планування

форуму.

Практики тайм-менеджменту в кейтеринговому обслуговуванні включають попереднє моделювання сценаріїв обслуговування, використання чек-листів, таймерів, зонального розподілу персоналу та цифрових систем контролю. Важливим є також проведення репетицій, особливо для великих заходів, що **9 дозволяє виявити потенційні ризики та** оптимізувати часові рамки. Успішні кейтерингові компанії впроваджують принципи lean-менеджменту, що дозволяє мінімізувати втрати часу та ресурсів, забезпечуючи при цьому високу якість сервісу.

Раціональна організація простору для харчування є складовою загального сервісного досвіду учасників бізнес-форуму. Вона має відповідати принципам зонування, навігаційної зручності, доступності та ергономіки, що дозволяє забезпечити комфортне пересування гостей, уникнути скупчення та створити логічну структуру обслуговування. Чітке розмежування зон – для видачі страв, споживання їжі, спілкування та відпочинку – сприяє ефективному використанню простору та покращує загальну логістику заходу.

Формат події безпосередньо впливає на архітектуру харчового простору. Наприклад, фуршет потребує відкритого планування з легким доступом до столів, кава-брейк – компактних зон із швидким обслуговуванням, а бізнес-ланч – більш формального розміщення з урахуванням посадкових місць. Гнучкість у плануванні дозволяє адаптувати простір до різних сценаріїв, враховуючи кількість учасників, тривалість перерв та специфіку події.

Естетика, комфорт, безпека та функціональність – це не лише елементи дизайну, а й чинники, що впливають на емоційне сприйняття заходу. Візуальна гармонія, якісне освітлення, акустичний комфорт, наявність безбар'єрного доступу та дотримання норм безпеки створюють позитивне середовище, яке сприяє неформальному спілкуванню та підвищує загальну задоволеність учасників. Таким чином, простір для харчування перетворюється на важливу платформу соціальної взаємодії, що доповнює змістовну частину бізнес-форуму.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ФОРМ ОБСЛУГОВУВАННЯ УЧАСНИКІВ ДІЛОВИХ ТУРІВ ТА БІЗНЕС-ФОРУМІВ В УКРАЇНІ.

3.1 Таймінг як основа ефективного кейтерингового сервісу.

У сучасній практиці організації ділових заходів таймінг кейтерингового обслуговування виступає як критичний чинник, що визначає не лише логістичну ефективність, а й загальне враження учасників від події. В умовах високої щільності програм бізнес-форумів та ділових турів, де кожна хвилина має значення, чітке узгодження харчових

пауз із основними блоками заходу є запорукою безперебійного функціонування сервісу.

Розробка таймінг-сценаріїв передбачає попереднє моделювання всіх етапів обслуговування – від підготовки до завершення подачі страв. Важливо враховувати тривалість виступів, перерв, переміщення учасників між локаціями, а також можливі зміни у програмі. Такий підхід дозволяє уникнути накладок, зменшити ризики затримок та забезпечити плавний перехід між інформаційними та гастрономічними блоками заходу. З метою наочності в таблиці 3.1 наведено приклад таймінг-сценарію, який включає розроблено від підготовки до завершення подачі страв, а також переміщення учасників і можливі зміни у програмі.

Ефективне управління таймінгом кейтерингового обслуговування є ключовим чинником успішної реалізації сервісної складової ділового заходу. В умовах багатокомпонентної програми бізнес-форуму або ділового туру, де кожен блок має чітко визначену тривалість, контроль за дотриманням таймінг-сценарію потребує системного підходу та чіткого розподілу відповідальності.

Координацію таймінгу здійснює супервайзер кейтерингового обслуговування, який відповідає за синхронізацію дій персоналу з програмою заходу. Його завдання включають моніторинг часових рамок, оперативне реагування на зміни у розкладі, а також комунікацію з організаторами події.

Таблиця 3.1

Таймінг-сценарій кейтерингового обслуговування бізнес-форуму (150 учасників).

Часовий інтервал

Етап обслуговування

Дії персоналу

Контрольні точки

Врахування логістики

07:30–08:30

Підготовка локації

Доставка обладнання, розміщення food stations, перевірка комунікацій

Чек-лист: обладнання, вода, електрика, санітарна зона

Врахування доступу транспорту, зонування простору

08:30–09:00

Welcome-зона

Подача води, легких закусок, кави

Перевірка запасів, чистота, готовність персоналу

Учасники прибувають поступово, важлива навігація

09:00–10:30

Пленарне засідання

Підготовка до кава-брейку, поповнення станцій

Таймер на початок подачі, перевірка меню

Персонал працює тихо, без перешкод для виступів

10:30–11:00

Кава-брейк

Подача напоїв, випічки, обслуговування гостей

Контроль черг, швидкість обслуговування

Учасники переміщаються до зони харчування

11:00–12:30

Панельні дискусії

Підготовка до Standing lunch, оновлення станцій

Перевірка температури страв, розподіл персоналу

Врахування часу завершення сесій

12:30–13:30

Standing lunch

Подача основних страв, комунікація з гостями

Таймер на оновлення страв, контроль чистоти

Учасники вільно переміщаються, важлива ергономіка

13:30–14:30

Тематичні сесії

Підготовка до Grab-and-go, упаковка перекусів

Перевірка кількості, маркування

Врахування мобільності учасників

14:30–15:00

Grab-and-go / дегустація

Видача перекусів, презентація локальних продуктів

Збір зворотного зв'язку, фотофіксація

Учасники можуть залишати локацію

15:00–16:00

Заключна частина

Прибирання, сортування відходів, інвентаризація

Zero-waste звіт, контроль залишків

Підготовка до демонтажу, логістика виїзду

Джерело: систематизовано автором

У разі затримки виступів або зміни формату обслуговування, саме супервайзер приймає рішення щодо коригування сценарію.

Адміністратор зони харчування виконує функції локального контролю: він слідкує за готовністю станцій, переміщенням учасників, дотриманням санітарних норм та швидкістю обслуговування. Його дії координуються із загальним таймінгом, що дозволяє уникати скупчення, затримок та порушення ритму заходу.

Операційний менеджер кейтерингової компанії забезпечує логістичну підтримку: доставку продукції, розміщення обладнання, технічну готовність. Він також відповідає

за дотримання внутрішніх стандартів обслуговування та контроль виконання чек-листів персоналом.

Для персоналу (офіціанти, логісти, технічні працівники) таймінг реалізується через чек-листи з контрольними точками, які містять чітко визначені завдання, часові інтервали та критерії якості. Це 46 дозволяє стандартизувати процеси, зменшити ризики помилок і забезпечити злагоджену роботу команди.

Таблиця 3.2

Порівняльна таблиця цифрових інструментів тайм-менеджменту

Інструмент

Основні функції

Переваги

Недоліки

Trello / Asana

Планування завдань, таймінг, контроль статусу

Простота використання, інтеграція з календарем

Потребує інтернету, обмежена офлайн-робота

Eventory / Whova

Синхронізація з програмою заходу, сповіщення

Зручність для великих подій, інтеграція з учасниками

Висока вартість ліцензії

Google Calendar

Таймінг, нагадування, розподіл завдань

Безкоштовний, доступний на всіх пристроях

Обмежені можливості для командної роботи

Slack / MS Teams

Комунікація, сповіщення про зміни таймінгу

Швидка реакція, інтеграція з іншими сервісами

Потребує постійного доступу до мережі

Specialized Catering Apps (Caterease, Total Party Planner)

Автоматизація таймінгу, контроль інвентарю

Професійні функції для кейтерингу

Висока ціна, складність налаштування

Джерело: систематизовано автором

Управління таймінгом підтримується цифровими інструментами, такими як мобільні додатки, таймери, системи сповіщень, вплоть до спеціалізованих програмних продуктів, які наведено в таблиці 3.2. Всі наведені інструментами дозволяють координувати дії в реальному часі, швидко реагувати на зміни та забезпечувати прозорість процесу.

Таким чином, контроль за таймінг-сценарієм є багаторівневим процесом, що поєднує стратегічне планування, оперативне управління та технологічну підтримку. Його ефективність безпосередньо впливає на якість кейтерингового обслуговування, задоволеність учасників та загальний імідж заходу.

Використання таких технологій сприяє синхронізації дій кейтерингової команди з загальним таймінгом події, підвищуючи ефективність комунікації та знижуючи навантаження на адміністраторів.

Важливим елементом тайм-менеджменту є впровадження чек-листів для персоналу з контрольними точками (таблиця 3.3). Вони дозволяють структурувати завдання відповідно до ролей – офіціанти, адміністратори, логісти – та визначити контрольні точки виконання на кожному етапі.

Таблиця 3.3

Шаблон чек-листа для персоналу кейтерингового обслуговування

Етап обслуговування

Завдання

Контрольна точка (□)

До початку заходу

Перевірити готовність обладнання

Контроль температури страв

Розміщення зон харчування

Перевірка запасів напоїв та закусок

Санітарна обробка робочих поверхонь

Під час заходу

Початок подачі страв у визначений час

Контроль черг та швидкості обслуговування

Оновлення страв на станціях кожні 15-20 хв

Реагування на запити гостей

Підтримка чистоти та порядку

Після завершення

Прибирання та сортування відходів (zero-waste)

Інвентаризація залишків продуктів

Заповнення звіту про виконання таймінгу

Фотофіксація стану локації

Збір зворотного зв'язку

Джерело: систематизовано автором

Чек-листи забезпечують стандартизацію процесів, зменшують ймовірність помилок і сприяють підвищенню відповідальності персоналу. Їх використання особливо ефективно в умовах великої кількості учасників та обмеженого часу на обслуговування.

Таким чином, таймінг у кейтеринговому обслуговуванні є не просто технічним параметром, а стратегічним інструментом, що дозволяє інтегрувати сервіс у загальну

структуру ділового заходу, забезпечуючи його ритмічність, комфорт та професіоналізм.

3.2. Впровадження інноваційних форматів харчування під час обслуговування ділових турів та бізнес-форумів в Україні.

Сучасні тенденції в кейтеринговому обслуговуванні ділових заходів орієнтовані на створення гнучких, інтерактивних та екологічно відповідальних форматів харчування. В умовах глобалізації та зростання вимог до сервісу, український ринок кейтерингу потребує адаптації міжнародних практик, що поєднують функціональність, естетику та досвід гостинності таких як:

Standing lunch, є оптимальним рішенням для бізнес-форумів, де важливим є поєднання харчування та нетворкінгу. Відсутність посадкових місць дозволяє учасникам вільно переміщатися, підтримувати комунікацію та економити час. Такий формат потребує ретельного зонування простору та використання ергономічних станцій для швидкої подачі страв.

Grab-and-go, мобільний формат, що забезпечує гнучкість для учасників, які переміщаються між локаціями або мають обмежений час. Використання екологічної упаковки та попередньо сформованих порцій відповідає концепції сталого розвитку та знижує логістичні ризики.

Food stations створюють можливість для тематичної презентації кухонь світу або концепцій здорового харчування. Вони сприяють інтерактивності та підвищують емоційну залученість учасників, формуючи додаткову цінність заходу.

Chef's table орієнтований на VIP-сегмент і передбачає персоналізований гастрономічний досвід. Цей формат підсилює імідж заходу, демонструючи високий рівень сервісу та ексклюзивність.

Live cooking stations – інтерактивний формат, що поєднує харчування з шоу-елементами. Присутність шеф-кухаря, який готує страви в реальному часі, створює унікальний досвід та підвищує емоційний ефект заходу.

Дегустаційні зони дозволяють презентувати локальні продукти, авторські страви та концепції «від ферми до столу». Це не лише підтримує імідж бренду як екологічно відповідального, а й сприяє розвитку локальних виробників.

Також варто взяти до уваги гібридні формати кейтерингового обслуговування, які є результатом інтеграції традиційних сервісних практик із сучасними цифровими технологіями, що дозволяє забезпечити гнучкість та персоналізацію харчування під час ділових заходів.

У сучасних умовах, коли бізнес-форуми та ділові тури часто поєднують офлайн і онлайн формати, виникає потреба у створенні сервісних рішень, здатних задовольнити різні категорії учасників. Концепція hybrid catering передбачає можливість попереднього замовлення страв через мобільні додатки або веб-платформи з подальшою видачею у спеціально організованих зонах, що мінімізує черги та оптимізує таймінг.

Адаптація кейтерингу до змішаних форматів заходів є важливим аспектом сучасної індустрії гостинності. Вона охоплює не лише фізичне обслуговування учасників, присутніх на локації, але й створення умов для дистанційних учасників, наприклад, шляхом доставки бокс-ланчів або організації інтерактивних кулінарних сесій у форматі live-streaming. Такий підхід формує єдиний сервісний простір, де харчування стає частиною загального досвіду заходу, незалежно від способу участі.

Використання цифрових технологій у гібридному кейтерингу **6** відкриває нові можливості для оптимізації процесів. Інтеграція QR-кодів дозволяє учасникам швидко обирати меню, бронювати місця або отримувати детальну інформацію про страви, включаючи склад, калорійність та походження продуктів. Це не лише підвищує рівень зручності, але й відповідає сучасним вимогам безпеки та екологічності, зменшуючи потребу у друкованих матеріалах і фізичному контакті.

Переваги гібридного кейтерингу полягають у зниженні навантаження на персонал завдяки автоматизації замовлень, скороченні часу очікування та оптимізації логістики. Крім того, цифрові рішення сприяють персоналізації сервісу, дозволяючи враховувати індивідуальні вподобання учасників. Впровадження таких форматів відповідає глобальним трендам цифровізації та сталого розвитку, що підвищує конкурентоспроможність кейтерингових компаній на міжнародному ринку.

Разом із очевидними перевагами, впровадження гібридних форматів кейтерингового обслуговування в Україні, з окрема під час обслуговування ділових турів та бізнес-формуїв, супроводжується низкою **6** викликів, які потребують системного вирішення. Одним із ключових бар'єрів є відсутність локальних цифрових платформ, адаптованих до специфіки українського ринку ділових послуг. Більшість існуючих рішень орієнтовані на західні моделі організації заходів, що не завжди враховують культурні, логістичні та інфраструктурні особливості регіону. Наприклад, у багатьох містах України досі спостерігається обмежений доступ до високошвидкісного інтернету на локаціях проведення форумів, що ускладнює використання мобільних додатків для замовлення страв або сканування QR-кодів.

Ще одним суттєвим викликом є необхідність підготовки персоналу, здатного ефективно працювати з цифровими системами. Традиційні кейтерингові компанії часто мають досвід у класичних форматах обслуговування, але не володіють достатніми навичками для інтеграції технологій у сервіс. Це вимагає розробки спеціалізованих навчальних

програм, які б охоплювали не лише технічні аспекти (робота з CRM-системами, мобільними додатками, аналітикою), а й елементи цифрової етики, кібербезпеки та клієнтського сервісу в умовах онлайн-взаємодії.

Таблиця 3.4

Порівняльний аналіз форматів кейтерингового обслуговування учасників ділових турів та бізнес-форумів в умовах трансформації індустрії гостинності

Формат кейтерингу

Особливості організації

Переваги

Недоліки

Standing lunch

Відсутність посадкових місць, зонування простору, ергономічні станції для швидкої подачі.

- Сприяє нетворкінгу- Економія часу- Гнучкість переміщення

- Може бути незручним для учасників з обмеженими фізичними можливостями- Обмежений комфорт під час прийому їжі

Grab-and-go

Попередньо сформовані порції, екологічна упаковка, мобільність між локаціями.

- Гнучкість- Швидкість обслуговування- Відповідність принципам сталого розвитку

- Обмежений вибір страв- Менша соціальна взаємодія

Food stations

Тематичні зони з кухнями світу або концепціями здорового харчування, інтерактивність.

- Емоційна залученість- Різноманіття вибору- Додаткова цінність заходу

- Потребує великої площі- Складна логістика

Chef's table

Персоналізований досвід, VIP-обслуговування, високий рівень сервісу.

- Підвищення іміджу заходу- Ексклюзивність- Індивідуальний підхід

- Висока вартість- Обмежена кількість учасників

Live cooking stations

Присутність шеф-кухаря, приготування в реальному часі, шоу-елементи.

- Унікальний досвід- Високий емоційний ефект- Залучення уваги

- Вимагає технічного забезпечення- Можливі затримки у подачі

Дегустаційні зони

Презентація локальних продуктів, концепція «від ферми до столу», підтримка локальних виробників.

- Екологічна відповідальність- Підтримка місцевого бізнесу- Формування бренду

- Обмежена ситність- Потребує пояснень/супроводу

Hybrid catering

Інтеграція цифрових технологій, попереднє замовлення через додатки, QR-коди, обслуговування офлайн та онлайн учасників.

- Персоналізація- Оптимізація логістики- Зниження навантаження на персонал- Відповідність міжнародним стандартам

- Потреба в технічних інвестиціях- Необхідність навчання персоналу- Бар'єри цифровізації в Україні

Інвестиції у технічне забезпечення також становлять значне навантаження для малого та середнього бізнесу. Впровадження гібридного кейтерингу передбачає закупівлю обладнання для live-streaming кулінарних сесій, встановлення інтерактивних панелей, розробку веб-платформ для попереднього замовлення, а також забезпечення безперебійної роботи систем у **34 режимі реального часу**. У цьому контексті важливою є підтримка з боку держави та місцевих органів влади, зокрема через грантові програми, податкові пільги або публічно-приватні партнерства.

Окрему увагу слід приділити інтеграції кейтерингового сервісу з програмою заходу, що потребує високого рівня координації між організаторами, технічними підрядниками та

постачальниками харчування. Наприклад, у випадку міжнародного бізнес-форуму, де частина учасників бере участь дистанційно, необхідно синхронізувати час подачі страв на локації з моментами онлайн-активностей, щоб створити єдиний досвід для всіх учасників. Це вимагає чіткого таймінгу, гнучкої логістики та використання аналітичних інструментів для прогнозування попиту.

Таким чином, гібридні формати кейтерингу формують нову парадигму сервісу, де цифрові технології не замінюють традиційну гостинність, а доповнюють її, створюючи багатовимірний досвід для учасників ділових заходів. Успішне впровадження таких форматів в Україні відкриває можливості для інноваційного розвитку індустрії гостинності, підвищення якості обслуговування, забезпечення гнучкості та **13 відповідності міжнародним стандартам.**

13 Для реалізації цього потенціалу **21** необхідний комплексний підхід, що включає адаптацію міжнародних стандартів до українських реалій, розробку локальних цифрових рішень, навчання персоналу, а також впровадження логістичних моделей, здатних забезпечити ефективне функціонування гібридного кейтерингу. Важливо також інтегрувати принципи сталого розвитку – використання екологічної упаковки, підтримка локальних виробників, мінімізація харчових відходів – що відповідає глобальним трендам і підвищує репутацію компаній на міжнародному рівні.

Таблиця 3.5

13 Виклики та шляхи вирішення у впровадженні сучасних кейтерингових форматів

Виклик

Шляхи вирішення

Недостатня цифрова інфраструктура

- Розробка локальних мобільних платформ- Залучення ІТ-партнерів- Використання хмарних сервісів

Низький рівень цифрової грамотності персоналу

- Проведення тренінгів та навчальних програм- Впровадження інтуїтивно зрозумілих систем управління

Високі витрати на технічне забезпечення

- Пошук грантів та інвесторів- Пілотні проекти з поступовим масштабуванням- Співпраця з технопарками

Складність інтеграції кейтерингу з програмою заходу

- Створення єдиної платформи для управління подією- Залучення координаторів з досвідом у подієвому менеджменті

Логістичні ризики при обслуговуванні великих груп

- Використання попереднього замовлення- Зонування простору- Автоматизація процесів доставки та видачі

Відсутність стандартів сталого кейтерингу

- Адаптація міжнародних екологічних стандартів- Сертифікація постачальників- Використання екологічної упаковки

Обмежений доступ до локальних продуктів високої якості

- Розвиток співпраці з локальними виробниками- Створення платформ для агро-нетворкінгу

Низька емоційна залученість учасників у традиційних форматах

- Впровадження інтерактивних форматів (live cooking, дегустації)- Використання елементів шоу та персоналізації

Відсутність персоналізованого підходу до харчування

- Використання QR-кодів для вибору меню- Врахування дієтичних уподобань- Створення профілів учасників

Бар'єри у впровадженні гібридних форматів для онлайн-учасників

- Організація доставки бокс-ланчів- Проведення кулінарних сесій у форматі live-streaming- Віртуальні дегустації

У перспективі, такі інновації здатні змінити позиціонування українського кейтерингу на глобальному ринку ділових послуг. Вони відкривають шлях до участі у міжнародних тендерах, співпраці з транснаціональними корпораціями та залучення іноземних інвесторів. Гібридні формати не лише розширюють функціональні можливості сервісу, а й формують нову культуру споживання, де харчування стає частиною загального досвіду, інтегрованого у цифрову екосистему заходу.

3.3. Рекомендації щодо впровадження сучасних форматів кейтерингового обслуговування в Україні

У контексті трансформації індустрії гостинності та зростання вимог до сервісу під час організації ділових заходів, особливо бізнес-форумів та корпоративних турів, актуальним є впровадження сучасних форматів кейтерингового обслуговування, які поєднують гнучкість, технологічність та відповідність **37** принципам сталого розвитку.

37 Практичне застосування таких форматів в Україні потребує системного підходу, що охоплює адаптацію міжнародного досвіду, розвиток цифрової інфраструктури, підготовку персоналу та інтеграцію кейтерингу в загальну програму заходу.

Одним із найбільш ефективних форматів для масштабних бізнес-форумів є standing lunch, який дозволяє поєднати процес харчування з активним нетворкінгом. Відсутність посадкових місць сприяє вільному переміщенню учасників, що особливо важливо в умовах обмеженого таймінгу. Наприклад, під час міжнародного форуму в Києві у 2023 році застосування цього формату дозволило скоротити час на обідню перерву на 40%, зберігаючи при цьому високий рівень задоволеності учасників.

Формат grab-and-go демонструє високу ефективність у випадках, коли учасники переміщуються між локаціями або мають щільний графік. Завдяки використанню попередньо сформованих порцій та екологічної упаковки, цей формат відповідає **51** сучасним вимогам сталого розвитку. Зокрема, досвід компанії «GreenBox Catering» показав, що впровадження grab-and-go на регіональних бізнес-зустрічах дозволило зменшити обсяг харчових відходів на 25% порівняно з традиційним фуршетом.

Формати food stations та live cooking stations мають високу емоційну складову, сприяють залученню учасників та формують додаткову цінність заходу. Їх застосування доцільне під час презентацій, фестивалів бізнесу або заходів з акцентом на гастрономічну культуру. Наприклад, під час Львівського бізнес-фесту 2022 року тематичні food stations з кухнями світу стали ключовим елементом програми, що позитивно вплинуло на загальну оцінку **57** заходу.

57 Особливу увагу слід приділити впровадженню гібридних форматів кейтерингу, які поєднують фізичне обслуговування учасників на локації з цифровими рішеннями для дистанційних гостей. Концепція hybrid catering передбачає можливість попереднього замовлення страв через мобільні додатки або веб-платформи, що дозволяє мінімізувати черги, оптимізувати логістику та забезпечити персоналізований сервіс.

Успішним прикладом є кейтерингова платформа «SmartMeal», яка була використана під час гібридного форуму «Digital Ukraine» у 2024 році, забезпечивши інтерактивну взаємодію з учасниками онлайн через кулінарні стріми та доставку бокс-ланчів. Впровадження цифрових технологій, зокрема QR-кодів для вибору меню, електронних систем бронювання та аналітики вподобань учасників, **23** дозволяє не лише підвищити **23** рівень зручності, але й **23** зменшити навантаження на персонал. Це

30 особливо актуально в умовах дефіциту кваліфікованих кадрів у 30 сфері кейтерингу.

38 Водночас, 38 для успішної реалізації таких рішень необхідно інвестувати у технічне забезпечення, розробку локальних платформ та навчання персоналу. Інтеграція принципів сталого розвитку у кейтерингове обслуговування є логічним продовженням цифрової трансформації індустрії гостинності, оскільки поєднує технологічну ефективність із екологічною відповідальністю. Застосування екологічної упаковки, зокрема біорозкладних або багаторазових матеріалів, сприяє зменшенню обсягу відходів та відповідає сучасним вимогам до сталого споживання. Водночас, включення локальних продуктів у кейтерингове меню дозволяє скоротити логістичні витрати, забезпечити свіжість страв та підтримати розвиток місцевих виробників, що є особливо актуальним для України з її аграрним потенціалом.

Реалізація концепції «від ферми до столу» у форматі дегустаційних зон створює додаткову цінність заходу, формуючи емоційний зв'язок учасників з регіональною культурою та гастрономічною спадщиною. Для ефективного впровадження таких рішень в Україні доцільно розробити реєстри сертифікованих постачальників, запровадити стандарти «зеленої гастрономії» та забезпечити координацію між кейтеринговими компаніями, фермерами та організаторами заходів.

Розробка гібридних кейтерингових рішень є стратегічно важливим напрямом модернізації сервісу обслуговування учасників ділових заходів, що поєднують офлайн і онлайн формати. Впровадження концепції hybrid catering дозволяє забезпечити персоналізований підхід до харчування, 10 оптимізувати логістичні процеси та знизити навантаження 10 на обслуговуючий персонал, 10 що є особливо актуальним в умовах кадрового дефіциту.

Для України доцільним є створення мобільних додатків та веб-платформ, які забезпечуватимуть попереднє замовлення страв, вибір меню відповідно до індивідуальних вподобань, бронювання місць у зонах харчування, а також інтеграцію з програмою заходу.

Такий підхід сприятиме зменшенню черг, покращенню таймінгу та підвищенню загального рівня задоволеності учасників. Крім того, цифрові рішення дозволяють збирати аналітичні дані щодо вподобань гостей, що є основою для подальшої персоналізації сервісу та вдосконалення кейтерингових стратегій. Впровадження гібридних форматів в Україні потребує інвестицій у технічну інфраструктуру, розробки локальних програмних продуктів, адаптованих до специфіки національного ринку, а також підготовки персоналу до роботи з цифровими системами.

Рекомендується залучення державної підтримки, грантових програм та партнерських ініціатив для стимулювання інновацій у сфері кейтерингу. Успішна реалізація гібридних рішень сприятиме підвищенню конкурентоспроможності українських кейтерингових компаній на міжнародному ринку, забезпечуючи відповідність сучасним стандартам обслуговування та очікуванням учасників ділових заходів нового покоління.

Підготовка персоналу є одним з чинником успішної реалізації сучасних кейтерингових форматів, особливо в умовах цифровізації, гібридизації ділових заходів та зростання вимог до якості обслуговування. З огляду на інтеграцію цифрових рішень, необхідним є формування компетентностей у сфері інформаційних технологій серед працівників кейтерингових компаній, та розробки практичних кейсів (Таблиця 3.6).

Тут рекомендується організувати системне навчання персоналу щодо роботи з цифровими інтерфейсами, управління замовленнями в реальному часі, обробки клієнтських даних та забезпечення безпеки інформації відповідно до **36 міжнародних стандартів**.

36 Окрему увагу слід приділити підготовці фахівців, які працюють з VIP-клієнтами, оскільки обслуговування цієї категорії учасників потребує знання етикету, персоналізації гастрономічного досвіду, вміння працювати в умовах підвищеної відповідальності та дотримання конфіденційності. Крім технічних навичок, важливо забезпечити гнучкість у роботі команди, здатність адаптуватися до різних форматів заходів – від масштабних форумів до камерних презентацій. Це передбачає розвиток комунікативних компетентностей, навичок роботи в мультифункціональних групах, а також здатність швидко реагувати на зміну сценарію події.

Для України доцільним є створення галузевих навчальних програм у співпраці з профільними освітніми закладами, асоціаціями гостинності та міжнародними партнерами. Впровадження таких програм сприятиме професіоналізації сфери кейтерингу, підвищенню якості обслуговування та відповідності міжнародним стандартам, що, своєю чергою, зміцнить позиції українських компаній на глобальному ринку ділових послуг.

Таблиця 3.6

Приклад практичних кейсів

Компанія / Ініціатива

Формат заходу

Напрямок підготовки персоналу

Результати / Вплив

GreenBox Catering (Україна)

Регіональні бізнес-зустрічі

Тренінги з екологічного обслуговування та роботи з grab-and-go системами

Зниження харчових відходів на 25%, підвищення ефективності логістики

SmartMeal (Україна)

Гібридний форум «Digital Ukraine»

Навчання персоналу роботі з мобільним додатком, QR-кодами, стрімінгом кулінарних сесій

Підвищення задоволеності учасників, інтеграція онлайн-участі в кейтеринг

ONIS Hospitality (Польща)

VIP-презентації

Курси з етикету, персоналізації сервісу, роботи з міжнародними клієнтами

58 Розширення клієнтської бази, підвищення рейтингу компанії серед корпоративних клієнтів

GastroHub Academy (Україна)

Освітня платформа для кейтерингу

Онлайн-курси з цифрових технологій у кейтерингу, гібридних форматів, сталого розвитку

Підготовка понад 300 фахівців, створення сертифікованої бази кадрів для заходів

Джерело: систематизовано автором

Наведені практичні кейси свідчать про ефективність цілеспрямованих навчальних ініціатив у сфері кейтерингу, які дозволяють адаптувати персонал до нових форматів обслуговування, підвищити якість сервісу та відповідність сучасним вимогам. Зокрема, досвід українських компаній демонструє, що інвестиції у навчання – як технічне, так і етикетне – сприяють не лише внутрішній оптимізації процесів, а й формують конкурентні переваги на ринку.

Отже, впровадження освітніх платформ, таких як GastroHub Academy, створює умови для системної професіоналізації галузі, а кейси GreenBox Catering та SmartMeal підтверджують, що підготовлений персонал здатен ефективно реалізовувати екологічні та цифрові рішення навіть у регіональному контексті. Таким чином, розвиток кадрового потенціалу є не лише умовою впровадження інновацій, а й запорукою сталого розвитку кейтерингових послуг в Україні.

Інвестиції в технічне забезпечення також є однією з умовою для впровадження сучасних кейтерингових форматів, що базуються на цифрових технологіях, автоматизації процесів та гнучкій логістиці. Реалізація таких форматів, як hybrid catering, live cooking stations або інтерактивні дегустаційні зони, потребує високотехнологічного обладнання, стабільної інфраструктури, розробки програмного забезпечення для управління замовленнями, аналітики вподобань учасників та інтеграції з програмами заходів. Крім того, важливо інвестувати у маркетингові інструменти, які **11** дозволяють ефективно комунікувати з цільовою аудиторією, презентувати **11** нові сервіси та **11** формувати позитивний імідж кейтерингової компанії.

Для України, де індустрія кейтерингу перебуває на етапі активного розвитку, доцільним є залучення державних і приватних грантів, участь у партнерських програмах з міжнародними організаціями, а також пошук інвесторів, зацікавлених у розвитку інноваційних сервісів. Наприклад, участь у програмах ЄС з підтримки малого і середнього бізнесу може стати джерелом фінансування для цифрової трансформації кейтерингових компаній. Водночас, співпраця з IT-компаніями у межах локальних акселераторів дозволяє створювати адаптовані рішення для українського ринку.

Інвестиції мають бути стратегічно спрямовані не лише на закупівлю обладнання, а й на створення умов для його ефективного використання – зокрема, **39** на навчання персоналу, технічну підтримку, оновлення програмного забезпечення та інтеграцію з іншими сервісами заходу. Такий підхід забезпечує довгострокову ефективність, підвищує якість обслуговування та сприяє формуванню конкурентних переваг українських кейтерингових компаній на міжнародному ринку.

Ефективна координація між кейтеринговими компаніями та організаторами ділових заходів також є важливою для забезпечення безперебійного функціонування сервісу, відповідності таймінгу та інтеграції харчування в загальний сценарій події. У сучасних умовах, коли заходи часто мають складну структуру, включають паралельні сесії, гібридні формати та різні категорії учасників, кейтеринг повинен бути не просто додатковою послугою, а повноцінним елементом логістичної системи заходу.

Інтеграція кейтерингового сервісу з програмою заходу потребує високого рівня

комунікації, попереднього планування та гнучкого реагування на зміни.

Рекомендується **35** створення єдиної цифрової платформи, яка дозволяє координувати логістику, таймінг подачі страв, розміщення зон харчування, а також збирати зворотний зв'язок від учасників у реальному часі. Така платформа має включати функціонал для інтеграції з реєстраційними системами, мобільними додатками заходу, аналітичними модулями та системами управління персоналом.

Для України доцільним є впровадження пілотних проєктів у межах великих бізнес-форумів або галузевих виставок, де кейтеринг може бути протестований як інтегрована частина подієвого менеджменту. Так наприклад, під час організації форуму «AgroTech Ukraine» у 2024 році було застосовано модель попереднього бронювання харчування через мобільний додаток, що дозволило синхронізувати подачу страв із графіком пленарних сесій та уникнути перевантаження обслуговуючого персоналу.

Координація також передбачає спільне планування з урахуванням специфіки заходу – кількості учасників, формату події, очікувань клієнтів та технічних можливостей локації.

Важливо, щоб кейтерингова компанія брала участь у підготовчих зустрічах, мала доступ до сценарного плану заходу та могла оперативно адаптувати свої рішення. Такий рівень взаємодії сприяє не лише підвищенню якості обслуговування, але й формуванню довгострокових партнерських відносин між організаторами та постачальниками кейтерингових послуг.

ВИСНОВКИ

У межах магістерського дослідження було здійснено комплексний аналіз теоретичних засад, організаційно-логістичних аспектів та практичних підходів до кейтерингового обслуговування учасників ділових заходів у сфері ділового туризму. Враховуючи актуальність теми в умовах трансформації індустрії гостинності, глобалізації бізнес-процесів та зростання попиту на професійні події, дослідження дозволило сформулювати науково обґрунтовані висновки, що відображають основні результати роботи.

Так у результаті аналізу сутності поняття «діловий туризм» встановлено, що цей вид туристичної діяльності є складовою MICE-сектору, який охоплює ділові зустрічі, мотиваційні програми, конференції та виставки. Діловий туризм має чітко визначену професійну мотивацію, короткотривалість, високий рівень організації та міжнародний склад учасників, що зумовлює специфічні вимоги до сервісу, зокрема до організації харчування.

Визначено, що харчування в межах ділових заходів виконує не лише фізіологічну, а й соціальну функцію – сприяє неформальній комунікації, нетворкінгу та укладанню угод. Це потребує мультикультурного підходу, персоналізації меню, дотримання таймінгу та

високих стандартів обслуговування.

Аналіз структури світового туристичного ринку підтвердив стратегічне значення ділового туризму, який становить близько 23% загального обсягу доходів галузі. Його розвиток стимулює готельно-ресторанну інфраструктуру, транспортну логістику та кейтерингові послуги, **31** формуючи позитивний імідж країни на міжнародній арені. З'ясовано що, у контексті України діловий туризм демонструє високий потенціал розвитку, особливо в умовах євроінтеграції та післявоєнного відновлення. Формування регіональних ділових хабів у Києві, Львові, Одесі та Харкові створює передумови для впровадження сучасних кейтерингових рішень, що відповідають міжнародним стандартам.

У результаті систематизації вимог до кейтерингового обслуговування учасників ділових турів та бізнес-форумів встановлено, що організація харчування в умовах ділового туризму є багатокомпонентним процесом, який поєднує технологічні, логістичні, сервісні та нормативні аспекти. Тут визначено що, ключовими параметрами, які визначають вимоги до харчування, є: таймінг заходу, який потребує чіткої синхронізації подачі страв із програмою події; формат харчування, що впливає на структуру меню, спосіб подачі та рівень сервісу; дієтичні та культурні особливості учасників, які зумовлюють необхідність мультикультурного підходу та персоналізації гастрономічних пропозицій; дотримання міжнародних стандартів безпечності харчових продуктів, як стратегічної умови конкурентоспроможності.

Аналіз світового досвіду організації кейтерингу на бізнес-форумах, конференціях та інших ділових подіях засвідчив, що гастрономічний сервіс є стратегічним елементом іміджевої політики заходу, який безпосередньо впливає на рівень задоволеності учасників, репутацію організаторів та загальне враження від події. У міжнародній практиці кейтеринг виконує не лише утилітарну функцію, а й формує додаткову цінність через інтерактивність, персоналізацію та екологічну відповідальність.

Визначено ключові тенденції, що домінують у світовому кейтерингу: сталий кейтеринг, який передбачає використання локальних і сезонних продуктів, мінімізацію харчових відходів, впровадження компостованого або багаторазового посуду, а також контроль вуглецевого сліду меню; персоналізація харчування, що реалізується через інтерактивні станції, мобільні додатки, опитування щодо дієтичних уподобань та адаптацію меню до культурних і релігійних особливостей учасників; інтерактивні формати обслуговування, зокрема «live cooking stations», дегустаційні зони, гастрономічні шоу та концепція «chefs table», які сприяють неформальній комунікації та емоційному залученню гостей; технологічні рішення, що включають цифрові платформи для управління замовленнями, QR-меню, системи контролю алергенів, ERP-системи для логістики та аналітики, **19** а також інструменти штучного інтелекту для прогнозування попиту.

19 З'ясовано, що контексті України спостерігається активний розвиток кейтерингової галузі, що орієнтується на інтеграцію світових стандартів. Компанії, такі як Dzyga Catering, Figaro Catering, VIP Catering, Знак Якості, Chef Catering та інші, демонструють здатність адаптувати інноваційні формати до локального ринку, забезпечуючи високий рівень сервісу, гнучкість та креативність.

У результаті аналізу форматів харчування, що застосовуються в діловому туризмі, встановлено, що вибір кейтерингової моделі має стратегічне значення для успішної реалізації заходу. Формати харчування виконують не лише утилітарну функцію, а й сприяють комунікації, формуванню іміджу організаторів та підтримці загальної концепції події.

Класичні формати – фуршет, кава-брейк, банкет, бізнес-ланч – залишаються актуальними завдяки своїй адаптивності до різних типів заходів. Водночас новітні формати, такі як standing lunch, grab-and-go, food stations, eco-catering та hybrid catering, демонструють високу ефективність у контексті мобільності, екологічності та персоналізації сервісу.

Логістичні переваги сучасних форматів полягають у гнучкості використання простору, оптимізації таймінгу, зниженні навантаження на персонал та можливості адаптації до технічних умов локації. Вибір формату повинен враховувати кількість учасників, тривалість заходу, бюджетні обмеження, культурні та дієтичні особливості гостей, а також цілі та стиль події. Неврахування наведених чинників може призвести до порушення таймінгу, зниження рівня задоволеності учасників, втрати ефективності комунікації та репутаційних ризиків для організаторів. Тому інтеграція формату харчування в загальну модель заходу **27** є необхідною умовою для досягнення високої якості сервісу в умовах ділового туризму.

Доведено, що формування меню для учасників бізнес-заходів є стратегічним елементом кейтерингового сервісу, що впливає на комфорт, продуктивність і загальне враження від події. Меню виконує не лише функціональну, а й комунікативну та репутаційну роль, особливо в умовах MICE-туризму, де гастрономічний компонент інтегрується в загальну концепцію заходу.

Визначено, що ефективне меню має враховувати тип події, кількість учасників, тривалість програми, технічні можливості локації, час доби та очікування гостей. Особливу увагу слід приділяти персоналізації харчування, адаптації до дієтичних, релігійних та культурних норм, а також використанню локальних і сезонних продуктів відповідно до принципів сталого розвитку.

Світова практика підтверджує, що збалансоване, естетично оформлене та технологічно

ефективне меню сприяє підвищенню рівня задоволеності учасників, покращенню когнітивної активності та формуванню позитивного іміджу організаторів. Успішне формування меню потребує участі фахівців з гастрономії, дієтології та подієвого менеджменту, що дозволяє інтегрувати гастрономічний сервіс у загальну модель організації заходу.

Аналіз організаційно-сервісних аспектів кейтерингового обслуговування на бізнес-форумах показав, що якість харчування є критичним чинником успішності заходу, який впливає на задоволеність учасників, ефективність комунікації та репутацію організаторів. Кейтеринг у цьому контексті виконує не лише логістичну, а й іміджеву та комунікативну функції.

Тут визначено, що ефективне управління таймінгом потребує системного підходу, чіткого розподілу ролей серед персоналу та використання цифрових інструментів. Ключовими фігурами в цьому процесі є супервайзер, адміністратор зони харчування та операційний менеджер, які координують дії команди, контролюють часові рамки та забезпечують відповідність сервісу очікуванням учасників.

Застосування чек-листів, таймерів, мобільних додатків та спеціалізованого програмного забезпечення дозволяє стандартизувати процеси, підвищити відповідальність персоналу та забезпечити гнучкість у реагуванні на зміни. Таймінг також впливає на фізичний і когнітивний стан учасників, тому його оптимізація є необхідною умовою для підтримки продуктивності та позитивного емоційного фону заходу.

Аналіз інноваційних форматів кейтерингового обслуговування засвідчив, що їхнє впровадження в Україні є необхідною умовою модернізації сервісу в сфері ділового туризму. Формати, такі як standing lunch, grab-and-go, food stations, chef's table, live cooking stations та дегустаційні зони, відповідають сучасним запитам на мобільність, екологічність, персоналізацію та емоційну залученість учасників.

Гібридні моделі кейтерингу, що поєднують онлайн та офлайн обслуговування, дозволяють адаптувати сервіс до змішаних форматів участі, забезпечуючи гнучкість, автоматизацію процесів, зниження навантаження на персонал та підвищення рівня безпеки.

Водночас впровадження таких форматів супроводжується низкою викликів: відсутність локальних цифрових платформ, недостатня технічна інфраструктура, потреба в підготовці персоналу та значні інвестиційні витрати. **25 Для подолання цих бар'єрів необхідна державна підтримка, розвиток навчальних програм, створення публічно-приватних партнерств та адаптація міжнародного досвіду до українських реалій.**

У сучасних умовах трансформації індустрії гостинності та зростання вимог до сервісу, впровадження сучасних форматів кейтерингового обслуговування в Україні є стратегічно важливим напрямом розвитку сфери ділового туризму. Формати, такі як standing lunch, grab-and-go, food stations, live cooking stations, chef's table та дегустаційні зони, демонструють високу ефективність у контексті мобільності, нетворкінгу, емоційної залученості та екологічної відповідальності.

Впровадження таких форматів також потребує системного підходу, що включає інвестиції в технічну інфраструктуру, розробку локальних цифрових платформ, підготовку персоналу та інтеграцію кейтерингу в загальну програму заходу. Особливу увагу слід приділити екологічним аспектам – використанню біорозкладної упаковки, локальних продуктів та реалізації концепції «від ферми до столу», та підготовці персоналу. Рекомендується створення галузевих навчальних програм у співпраці з освітніми закладами та міжнародними партнерами, що дозволить сформувати компетентності у сфері цифрових технологій, етикету, міжкультурної комунікації та VIP-обслуговування.

Таким чином, впровадження сучасних форматів кейтерингового обслуговування в Україні сприятиме підвищенню якості сервісу, відповідності міжнародним стандартам, розвитку локального бізнесу та зміцненню позицій українських кейтерингових компаній на глобальному ринку ділових послуг.

Посилання

Це джерела виділених збігів у вашому документі. Кожен збіг позначено темно-зеленим числом, яке відповідає вказаному тут джерелу. Джерела впорядковані за схожістю — чим вищий бал, тим сильніше збіг.

#	Джерело	%
1	repository.lnup.edu.ua	0.4%
2	maup.com.ua	0.1%
3	openarchive.nure.ua	0.1%
4	rep.knlu.edu.ua	0.1%
5	metod.suitt.edu.ua	0.1%
6	elartu.tntu.edu.ua	0.1%
7	document.kdu.edu.ua	0.1%
8	epub.chnpu.edu.ua	0.1%
9	rp.onmu.org.ua	0.1%
10	kart.edu.ua	0.1%
11	lute.lviv.ua	0.1%
12	nnibm.khntusg.com.ua	0.1%
13	researchgate.net	0.1%
14	dglib.nubip.edu.ua	0.1%
15	apfs.nuoua.od.ua	0.1%
16	dspace.pdaa.edu.ua	0.1%
17	eoss-conf.com	0.1%
18	repo.btu.kharkiv.ua	0.1%
19	lib.khmnu.edu.ua	0.1%
20	moodle2.snu.edu.ua	0.1%
21	puet.edu.ua	0.1%
22	ir.duan.edu.ua	0.1%
23	dspace.kntu.kr.ua	0.1%

#	Джерело	%
24	0a30397da1.clvaw-cdnwnd.com	0.1%
25	elartu.tntu.edu.ua	0.1%
26	nubip.edu.ua	0.1%
27	inter-nauka.com	0.1%
28	reicst.com.ua	0.1%
29	kiev.informator.ua	0.1%
30	ir.kneu.edu.ua	0.1%
31	sci-conf.com.ua	0.1%
32	dspace.onua.edu.ua	0.1%
33	lookoutnews.it	0.1%
34	biotechuniv.edu.ua	0.0%
35	lpnu.ua	0.0%
36	visnyk.zu.edu.ua	0.0%
37	osau.edu.ua	0.0%
38	zp.edu.ua	0.0%
39	openarchive.nure.ua	0.0%
40	dnu.dp.ua	0.0%
41	ir.kneu.edu.ua	0.0%
42	ir.polissiauniver.edu.ua	0.0%
43	essuir.sumdu.edu.ua	0.0%
44	wydawnictwo.wst.pl	0.0%
45	svit.kpi.ua	0.0%
46	bonsens.com.ua	0.0%
47	virtuni.education.zp.ua	0.0%
48	nung.edu.ua	0.0%
49	kyivchasprava.kneu.in.ua	0.0%
50	economy.nayka.com.ua	0.0%
51	polissiauniver.edu.ua	0.0%
52	newroute.org.ua	0.0%
53	web.kpi.kharkov.ua	0.0%
54	researchgate.net	0.0%
55	ukrautologistic.com.ua	0.0%
56	phd.znu.edu.ua	0.0%
57	card-file.ontu.edu.ua	0.0%
58	marketer.ua	0.0%

#	Джерело	%
59	niss.gov.ua	0.0%



Дякуємо, що перевірили
свій документ за допомогою
Plag!