

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО

ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ

КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

VI МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

13-14 листопада 2025 року

ЛЬВІВ

. **УДК: 641.315:339.9**

Роман Лобай
Співзасновник компанії «ART Кейтеринг»,
кандидат економічних наук, викладач
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського, м. Львів

КЕЙТЕРИНГ ЯК СУЧАСНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Сучасний ресторанний бізнес переживає трансформацію, яку ще десять років тому ми не могли уявити. Споживач сьогодні вимагає не лише смачної їжі, але й гнучкості, технологічності, персоналізованого сервісу та можливості отримати ресторанний рівень обслуговування будь-де - у офісі, на природі, у конференц-залі чи навіть у власній вітальні. У такому середовищі зростає значення кейтерингу - бізнес-моделі, яка стала однією з ключових точок розвитку світової гастрономії.

Кейтеринг - це професійна діяльність зі створення повного циклу послуг із виробництва, доставки та організації споживання їжі поза межами стаціонарного ресторану, з забезпеченням сервісу, обладнання і персоналу. Ця діяльність включає: підготовку та виготовлення готових страв і напоїв (на базі виробництва або на місці події), їх доставку до місця заходу, забезпечення матеріально-технічної бази для подання, сервірування та професійне обслуговування гостей, координацію організаційних процесів (логістика, декорації, вихід на подію).

Метою кейтерингу є створення повноцінної гастрономічно-сервісної послуги, що відповідає формату й концепції конкретного заходу, забезпечує комфорт та високу якість обслуговування гостей. Тобто кейтеринг - це ресторан, який приходить до гостя, а не навпаки. Саме тому ринок кейтерингу щороку зростає в середньому на 5–6% у світі, а його прогнозований обсяг до 2030 року — понад 500 мільярдів доларів.

Кейтеринг відкрив для ресторанів можливості, яких не дає класичний заклад: Масштабування без капітальних витрат - не потрібні додаткові зали; робота з новими сегментами - корпоративи, івент-індустрія, приватні події; підвищення впізнаваності бренду - ресторан виходить у простір; можливості для креативу - від вуличного BBQ до високої гастрономії у заміському маєтку, сервіс стає ресурсом конкурентної переваги.

Чинники зростання попиту: світовий та український ринок демонструють схожі тенденції: урбанізація та прискорення темпу життя; популярність корпоративних і приватних подій; бажання індивідуального та унікального досвіду; післяпандемічне зміщення сервісів поза стіни ресторанів; поширення концепції «все включено», мобільність як нова норма. Клієнт хоче отримати сервіс тут і зараз, без зайвих дій з власного боку.

Український ринок кейтерингу: динаміка 2015–2025 2015–2019: фаза становлення і зростання, формується пул спеціалізованих компаній у великих містах; подієвий сегмент зростає на корпоративі (B2B), весіллях і виставково-конгресній активності. На кінець періоду на ринку працюють **сотні** профільних компаній; логістика та мобільні кухні — ключ до масштабування.

Отже: галузь професіоналізується, з'являються SOP, зростає роль менеджменту подій.

Ключові слова: кейтеринг, впровадження, ресторан, конкурентні переваги

Список використаних джерел:

1. Завадинська, О. Ю., Кінчур, А. А., Деревицький, Є. В. . Сучасні тенденції впровадження інноваційних форм обслуговування в закладах ресторанного господарства. Підприємництво і торгівля. – 2019. – №25. – С.54-59. https://doi.org/10.36477/2522-1256-2019-25-07

2. Петлін І.В. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтерингoвим обслуговуванням в сучасних умовах. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. –2025. – Вип.23 – С. 250–258