



УДК 338.488.2: 640.43(477)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ПРОБЛЕМАТИКА СФЕРИ КЕЙТЕРИНГУ

Студ. Ю.Г. Кузьменко

Науковий керівник проф. В.Г. Щербак

Київський національний університет технологій та дизайну

Ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. Водночас, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем із високим ступенем конкуренції. У всьому цивілізованому світі ресторанний бізнес є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за оптимальне позиціонування на ринку та найбільш перспективні його сегменти, за пошук нових та утримання постійних клієнтів.

Сучасний ресторанний бізнес, як ніколи раніше, пропонує широку номенклатуру послуг. У ресторанній справі з'являються нові види послуг: послуги сомельє, гастрономічні шоу, урочиста презентація страв, бар-шоу, рибалка та кулінарне приготування у присутності гостя, караоке, виїзний кейтеринг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг тощо.

Метою статті є охарактеризувати особливості та проблематику кейтерингу, як форми виїзного ресторанного обслуговування, а також логістичне забезпечення кейтерингу на значній відстані від виробничої бази (тобто віддаленого ресторанного обслуговування) і розкрити сутність соціального кейтерингу.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**, як: висвітлити соціально-економічний зміст понять «ресторанний бізнес», «кейтеринг»; дати оцінку проблемам, які присутні в даній галузі; визначити пріоритетні напрямки розвитку ресторанної справи в Україні.

Об'єктом дослідження безпосередньо є кейтеринг як одна з форм послуг громадського харчування. **Предмет дослідження**: особливості розвитку кейтерингу в Україні.

Для дослідження особливостей та проблематики кейтерингу були використані різноманітні методи та засоби дослідження ринку та безпосередньо аналіз розвитку цієї інноваційної сфери за останні роки та можливість розвитку кейтерингу в майбутньому.

Ця тема є актуальною адже по суті це інновація, а все нове завжди привертає увагу не тільки споживачів, але в першу чергу виробників, які безпосередньо турбуються про споживача, його потреби і бажання. Дослідженням кейтерингу займалось багато вчених, серед них Франсін Халворсен, Гребенюк В.П., Погодін К. Смирнов І.Г. та інші.

Кейтеринг - один з секторів, що динамічно розвивається у сфері громадського харчування. По суті це організація офісних обідів - на місці або з доставкою на підприємство. Кейтеринг, так називають звичайну доставку обідів в офіс, як термін належить американцям. У перекладі з англійського «catering» означає громадське харчування, «cater» - поставляти провізію, обслуговувати відвідувача, прагнути принести задоволення. Первинно це поняття означало людину або підприємство, які доставляють продукти харчування, посуд, напої і все необхідне для якого-небудь суспільного заходу. Зараз кейтеринг - це ціла індустрія. Соціальний кейтеринг - це надання послуг рестораном на території замовника з використанням його устаткування для приготування блюд. Замовник і ресторан, що надає послугу соціального



кейтерингу, заздалегідь обумовлюють дату, меню, особливості сервіровки і обслуговування.

Кейтерингове обслуговування з'явилося на українському ринку в 90-х роках минулого сторіччя. Однією з перших, хто представив на ринку таку форму обслуговування, була компанія «Гетьман-Фуршет».

Кількість кейтерів у нашій країні з кожним роком збільшується. Вітчизняні кейтерингові фірми поділяються на дві групи: ті, що працюють при рестораних, і самостійні. Практично всі ресторани мережі мають власні кейтерингові агенції. Виїзним обслуговуванням займаються навіть збиткові ресторани, які у такий спосіб намагаються врятувати бізнес. Лідером українського ринку кейтерингу в даний час є французька компанія «Sodexo». Також серед лідерів слід зазначити кейтерингові компанії: «Єврокейтеринг», «Диліжанс», «Джем кейтеринг», «VIP кейтеринг». Український ринок кейтерингу переважно сконцентрований у Києві.

Висновки. Отже, на нашу думку, кейтеринг, або виїзне ресторанне обслуговування, нині є одним із найбільш динамічних секторів ресторанного бізнесу в Україні. Вітчизняні ресторани торгують не лише їжею, вони торгують послугами, зручностями, доброзичливою атмосферою, відпочинком, обстановкою, романтикою, мріями, адреналіном. Крім того, важливе значення має не лише постачання їжі, а й організація відповідних масових заходів. На Заході склалася культура кейтерингу. Люди знають, яким має бути хороше свято, і довіряють фахівцям. В Україні ж споживачі не мають уявлення про те, що таке хороша вечірка, але при цьому не завжди довіряють фахівцям.

Ключові терміни: ресторанний бізнес, кейтерингове обслуговування, кейтер, кейтерингова компанія.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Погодин К. Ресторан выездного обслуговування (кейтеринг): с чего начать, как преуспеть : учебник / Погодин К. – Санкт-Петербург : Питер, 2012.
2. Халворсен Ф. Основи кейтерингу та як організувати виїзне обслуговування. - М.: Ресторанні відомості, 2005.
3. Шинкаренко І. Ножі та виделки ресторанного бізнесу. Україна, що жує, - очима французів // Контракти. – 2004.

УДК 658.64:659

МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ СЕРВІСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Студ. М.І. Однолеток, гр. БПО-1-13

Науковий керівник доц. О.Б. Моргулець

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Узагальнити найдієвіші інструменти маркетингової діяльності, що підвищують конкурентоспроможність послуг на ринку та ефективність діяльності сервісного підприємства в цілому.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність сервісного підприємства. Предмет дослідження – інструментимаркетингу, що направлені на підвищення конкурентоспроможності послуг та ефективності діяльності сервісного підприємства.