

**Горшкова Л.О.**асистент кафедри менеджменту організацій і адміністрування  
Житомирського державного технологічного університету**ОСОБЛИВОСТІ КЕЙТЕРИНГУ В ОРГАНІЗАЦІЇ  
МОБІЛЬНОГО РЕСТОРАННОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ**

У статті досліджено особливості та актуальні проблеми розвитку кейтерингу як сучасної форми ведення ресторанного бізнесу. Виокремлено види кейтерингу, які застосовують у своїй діяльності заклади мобільного ресторанного господарства. Розглянуто особливості застосування корпоративного, соціального, івент- та VIP-кейтерингу. Доведено, що кейтерингові послуги дають змогу забезпечити широкий спектр додаткових послуг ресторану. Проаналізовано переваги та недоліки від застосування цих видів кейтерингу.

**Ключові слова:** кейтеринг, кейтерингова компанія, мобільне обслуговування, корпоративний кейтеринг, соціальний кейтеринг, VIP-кейтеринг, івент-кейтеринг.

В статті проведені дослідження особливостей і актуальних проблем розвитку кейтеринга як сучасної форми ведення ресторанного бізнесу. Виділено види кейтеринга, які застосовують у своїй діяльності заклади мобільного ресторанного господарства. Розглянуто особливості застосування корпоративного, соціального, івент- та VIP-кейтеринга. Доведено, що кейтерингові послуги дають змогу забезпечити широкий спектр додаткових послуг ресторану. Проаналізовано переваги та недоліки від застосування цих видів кейтеринга.

**Ключевые слова:** кейтеринг, кейтеринговая компания, мобильное обслуживание, корпоративный кейтеринг, социальный кейтеринг, VIP-кейтеринг, ивент-кейтеринг.

**Постановка проблеми.** Для українського ринку ресторанного господарства подібний вид обслуговування не є новим – донедавна він мав більш звичну назву «виїзного обслуговування», але тільки сьогодні набув значного поширення, став більш досконалим завдяки суттєвим змінам в організації дозвілля споживачів. Відомо, що спілкування співробітників у неформальній обстановці згуртовує колектив. Замовлення гарячих обідів на природу – це чудова можливість для співробітників компанії налагодити дружні відносини. Для того щоб відпочинок проходив ще активніше, слід використовувати тематичні постановки, в розробленні яких вам допоможуть співробітники кейтерингової компанії.

З розвитком новітніх технологій в індустрії гостинності кейтерингове обслуговування поступово набуває масштабності в організації та проведенні святкових заходів, бенкетів, під час яких приготування страв та обслуговування поєднуються з послугами інших сфер обслуговування (прокат весільного одягу та аксесуарів, автомобілів, організація розважальних та концертних програм, стилізований дизайн приміщень та оформлення столів тощо).

Урахування особливостей кейтерингу під час співробітництва між кейтеринговою компанією і керівництвом підприємства – це правильний і, що важливо, фінансово вигідний крок на шляху до розвитку обох сторін.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

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

Водночас існує низка питань, які потребують додаткового вивчення, (зокрема, щодо особливостей кейтерингу як мобільного ресторанного обслуговування). Адже все нове завжди привертає увагу не тільки споживачів, але й насамперед виробників, які безпосередньо турбуються про споживача, його потреби і бажання.

**Метою статті** є обґрунтування дослідження теоретичних та практичних аспектів особливостей кейтерингу в організації мобільного ресторанного обслуговування.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

– розкрити сутність та особливості організації сучасних видів кейтерингу, таких як корпоративний, соціальний, івент-кейтеринг та VIP-кейтеринг;

– з'ясувати умови і чинники, що впливають на розвиток закладів мобільного ресторанного обслуговування;

– сформулювати власні висновки стосовно напрямів підвищення застосування кейтерингових послуг закладами ресторанного господарства.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Останнім часом у системі ресторанного господарства визначилася стійка тенденція переміщення послуг з організації споживання продукції та обслуговування споживачів із залу закладів ресторанного господарства до робочих місць (офіси, установи); місць відпочинку; місць святкування ювілеїв та інших офіційних і неофіційних святкових подій.

Ця послуга у міжнародній індустрії гостинності має назву «кейтеринг». Слово «кейтеринг» походить від англійського дієслова «cater», що в перекладі означає «поставляти провізію», «обслуговувати споживачів», та словосполучень «public catering» – ресторанне господарство, а також «catering trade» – ресторанний бізнес [3, с. 92]. З моменту створення компанії «Фігаро-Кейтеринг» почалося формування культури кейтерингу в Україні. Наступним кроком було заснування компанії «Best Events Catering», яка стала кейтеринг-партнером дипломатичного корпусу та представництв іноземних місій в Україні.

Багато хто зміг оцінити всі переваги цієї послуги, яка полягає в тому, щоб організувати ресторанне обслуговування на виїзді. Замовити такий варіант обслуговування можна тим, хто хоче провести святковий захід у незвичному місці, день народження, вечірку, корпоратив та інше свято. Ті, хто особисто стикався з такого роду послугою, виокремили для себе такі її особливості, як [2, с. 117]:

1. Мобільність. Замовник самостійно може вибрати місце проведення свого заходу. Він не обмежений у часі і місці розташування дійства. Для компанії, яка займається ресторанним обслуговуванням, не має значення, де буде проходити захід: у мальовничому місці біля річки або в банкетному залі. За містом, як правило, є безліч красивих мальовничих місць, в яких клієнт хотів би провести важливу для себе подію. Особливо це стосується весільної церемонії. Зараз виїзні весілля стали дуже популярними, і в такому разі молодим може знадобитися послуга кейтерингу.

2. Економія часу і коштів. Клієнтові кейтерингової компанії потрібно просто повідомити, в який час і в якому місці має бути проведено ресторанне обслуговування, і більше ні про що він не повинен турбуватися. Крім того, замовник економить на оренді приміщення, якщо дія розвивається на природі.

3. Високий професіоналізм. Кейтеринг має на увазі участь певного персоналу. Досвідчені кухарі повинні приготувати смачний обід, бармени та офіціанти – ввічливо обслуговувати. Якісне обслуговування може стати запорукою гарного настрою гостей і приємних спогадів.

4. Відсутність проблем із обмеженою кількістю гостей. Якщо вечірка проводиться у великому залі або на природі, то можна не обмежувати себе в тому, яку кількість людей запрошувати. Всі гості будуть нагородовані і задоволені, якщо звернутися до фахівців своєї справи. Працівники кейтерингової компанії подбають про те, щоб кожен гість був задоволений обслуговуванням.

5. Красиве оформлення. Крім смачного приготування і доставки їжі, в кейтеринг включається тематичне оформлення, сервірування столів. При цьому будуть враховані побажання клієнта. Якщо проводиться тематична вечірка, то співробітники компанії зроблять відповідне оформлення святкового столу.

Отже, суть кейтерингового обслуговування полягає в тому, що ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) забезпечує замовнику приготування і доставку готової продукції ресторанного господарства в зазначене місце (додому, в офіс, на робоче місце, в місце відпочинку тощо), а також ресторанне обслуговування святкового заходу з наданням різних сервісних послуг.

Кейтерингове обслуговування можна класифікувати за різними ознаками: контингентом замовників, місцем проведення заходу, повнотою циклу або характером наданих послуг [5, с. 58].

За контингентом замовників кейтерингове обслуговування розраховане на чотири основні групи споживачів [4, с. 212–213] (табл. 1).

До першої групи належать корпоративні замовники – компанії, які проводять презентації, конференції з наступним фуршетом, а також корпоративні свята і вечірки. Кейтерингове обслуговування є альтернативою організації заходу в ресторані, якщо подібна акція має масштабний характер і проведення її є проблематичним через недостатню кількість місць.

Друга група замовників – громадські організації, які проводять семінари, конференції, благодійні заходи тощо.

Третя група – приватні особи, які влаштовують сімейні свята (дні народження, весілля, ювілеї та ін.) у себе вдома або в іншому місці.

Четверта група – певні колективи, які вважають за необхідне організувати для своїх працівників комплексні обіди (сніданки, вечері).

Основні групи споживачів кейтерингового обслуговування

Групи споживачів	Контингент споживачів	Об'єкт кейтерингового обслуговування
Корпоративні замовники	Фірми, установи, підприємства, посольства	Ділові зустрічі, презентації, конференції, семінари, корпоративні вечірки
Громадські організації	Спілки, комітети, асоціації, шкільні та батьківські комітети, асоціації випускників	Семінари, збори, благодійні бенкети, випускні бали тощо
Індивідуальні замовники	Приватні особи	Сімейні свята: дні народження, ювілеї, весілля тощо
Колективи установ, підприємств, навчальних закладів	Робітники, службовці, студенти тощо	Комплексні обід, сніданок, полуденок, вечеря

Джерело: [4, с. 212]

Надання подібної послуги першим трьом групам дає можливість замовнику організувати свято на високому рівні, справити приємне враження на гостей, не витрачаючи часу та сил на його підготовку та проведення. З практики відомо, що такий вид сервісу дає можливість замовникам заощадити свої кошти порівняно з аналогічним обслуговуванням у ресторані.

За місцем проведення заходу кейтерингове обслуговування поділяється на таке, що проводиться [4, с. 219]:

- у приміщенні – в офісі, вдома, в будинку культури, на території виставкового центру, бізнес-центру, планетарію, музею тощо;
- на лоні природи – на лісовій галявині, в береговій зоні тощо;
- на транспорті – на прогулянкових катерах, теплоходах, авіа- та автомобільному транспорті;
- під час проведення масових заходів (спортивних, фестивалів, гулянь тощо) на відповідній території (спортивних комплексів, центральної частини міста, парків тощо).

Найчастіше замовник сам призначає місце проведення заходу, але якщо остаточний вибір ще не зроблено, то ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) може запропонувати йому найрізноманітніші варіанти на вибір. За повнотою наданих послуг кейтерингове обслуговування поділяється на кейтерингове обслуговування готовими продуктами харчування та повносервісне [2, с. 201].

Кейтерингове обслуговування готовими продуктами харчування – це вид виїзного обслуговування, за якого ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) бере на себе зобов'язання з виготовлення та доставки страв, але не бере участі в обслуговуванні безпосередньо на місці. Найчастіше використовується закладами ресторанного господарства, які реалізують піцу, скомплектовані раціони харчування для доставки на робочі місця, додому тощо.

Повносервісне кейтерингове обслуговування – це вид виїзного обслуговування, за якого ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) повністю бере на себе зобов'язання щодо організації замовлення: розроблення сценарію проведення свята, складання меню, приготування страв та напоїв, їх доставку на місце призначення, обслуговування споживачів на рівні ресторанного сервісу, згорання роботи на місці проведення бенкету.

Кейтеринг, види якого удосконалюються з кожним роком, сьогодні пропонує таку послугу, як івент-кейтеринг. Іншими словами цей вид кейтерингу можна назвати «подієвий кейтеринг».

У сучасному житті існують різні підходи до класифікації івент-кейтерингу.

Ознаки класифікації [5, с. 47]:

- за характером самої події (ділове, розважальне, team-building);
- залежно від персона замовника (державне, корпоративне, приватне);
- за місцем проведення (приміський відпочинок, свята на відкритих і на закритих майданчиках) та інші.

Широкий спектр заходів можливо класифікувати за безліччю критеріїв, таких як вид, характер, спосіб проведення, масштаби та ціль [5, с. 52]:

- приватний event (дні народження, дитячі свята, весілля та ін.);
- event-менеджмент (планування, організація, контроль і управління проектом або подією);
- event-маркетинг (подієвий маркетинг – систематична організація заходів як платформи презентації товару (послуги) для того, щоб за допомогою емоційного впливу активізувати увагу цільової групи до товару (послуги);
- діловий event (бізнес-заходи, конференції, семінари, спеціально організовані зустрічі, що сприяють зміцненню ділових зв'язків, нала-

годженню відносин між учасниками ринків, розвитку нових проектів тощо. Ділові заходи проводяться компаніями як для вирішення внутрішньокорпоративних завдань, так і для зовнішньої політики – спілкування з дилерами, клієнтами, партнерами.

Можемо з упевненістю сказати, що бізнес-заходи дають можливість компаніям привернути до себе увагу ділової громадськості, побудувати серйозний імідж компанії, що виступає за відповідальний бізнес.

Існує багато форматів бізнес-івентів: організація прес-конференцій, проведення семінарів, конференцій, презентацій, підготовка форумів, з'їздів, конгресів, організація виставок, розроблення програм перебування делегацій, ділові заходи щодо супроводу та обслуговування делегацій тощо) [7, с. 64];

– спеціальний event (спеціальні події (special events) – це заходи, що проводяться з метою залучення уваги громадськості до компанії (організації, групи осіб), її діяльності та продуктів. Спеціальні події покликані порушити рутинне і звичне життя в самій компанії та її довкіллі, стати подією для цільових груп громадськості [7, с. 66].

Корпоративний кейтеринг, види якого відрізняються між собою тільки спрямованістю і тематикою свята щодо проведення корпоративних заходів, на яких не можна обійтися без усім звичного гучного застілля. Крім корпоративних свят, все більше і більше керівники компанії піклуються про здоров'я своїх службовців, а, отже, і про здорове і повноцінне харчування. Харчування співробітників – важливий складник корпоративної політики.

Ще один вид кейтеринг-послуг – це виїзне ресторанне обслуговування. Воно передбачає обслуговування якого-небудь заходу, що буде проводитися на території замовника. Через відносно невеликі розміри багато ресторанів не в змозі обслужити велику кількість відвідувачів, і організаторам свята доводиться звертатися до такої послуги, як кейтеринг. Види виїзного обслуговування – це шведський стіл, фуршет, коктейль, кава-брейк, банкет, пікнік або барбекю. Суть такої послуги полягає в тому, що приготування їжі відбувається безпосередньо в ресторані або кафе, а готові вироби доставляються вже на місце проведення заходу. Таке обслуговування передбачає відповідальність не тільки за доставку страв, а й за якість приготування, а також сервіровку столу, першокласне обслуговування гостей заходу, прибирання території після закінчення свята [3, с. 176].

Один із найпопулярніших варіантів – приготування їжі в спеціально відведеному приміщенні. Це кейтеринг, види якого користу-

ються найбільшою популярністю через те, що він є найбільш близьким і зрозумілим щодо традиційного ресторанного обслуговування. Компанії-клієнту пропонується спеціально обладнане приміщення, придатне для проведення різних урочистостей і заходів, а також організація столу. Дуже важлива перевага – це наявність всього необхідного для приготування їжі обладнання, а саме – сучасної кухні і місткої холодильної камери, столових приладів і посуду, скатертин та інших елементів оформлення, а також місця для ідеальної санітарної обробки [6, с. 11].

Одним із видів кейтерингу є соціальний кейтеринг. Види його застосування – це соціальні сфери, такі як дитячі садки та школи, лікарні, транспорт і багато іншого. Особливістю цього виду обслуговування є те, що замовник надає необхідне для роботи кухарів приміщення, а також кухонне начиння, обладнання і може брати участь у закупівлі продуктів [4, с. 231].

Кейтеринг напоїв та коктейлів – процес, що передбачає присутність бармена, а також його помічників і офіціантів. І, природно, всього того обладнання, яке необхідне бармену для якісного приготування, оформлення та подачі напоїв.

І, нарешті, VIP-кейтеринг, який призначений для обслуговування VIP-клієнтів. Цей вид обслуговування має на увазі найвищу кваліфікацію обслуговуючого персоналу і мінімальні витрати на організацію заходу часу замовника.

**Висновки з проведеного дослідження.** Аналізуючи проведене дослідження, можемо стверджувати, що кейтеринг, або виїзне ресторанне обслуговування, нині є одним із найбільш динамічних секторів ресторанного бізнесу. Крім того, важливе значення має не лише постачання їжі, а й організація відповідних масових заходів. Розглянувши кожен із видів кейтерингу, можемо стверджувати, що заходи дають можливість компаніям привернути до себе увагу ділової громадськості, побудувати серйозний імідж компанії, що виступає за відповідальний бізнес.

Виходячи з дослідження, можемо виділити перспективні напрями розвитку кейтерингових послуг ресторанами мобільного обслуговування:

1) розширення асортименту страв у меню з урахуванням потреб споживачів у здоровому харчуванні, вживанні низькокалорійної їжі та релігійними особливостями;

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

3) сприяння інноваційних тенденцій на ринку кейтерингу, зокрема стимулювання розвитку «екологічного кейтерингу».

**Список використаних джерел:**

1. Акімова Н.С., Наумова Т.А., Бойченко Н.В., Горбатюк Н.М. Організаційно-методичні аспекти обліку послуг виїзного кейтерингу на підприємствах ресторанного господарства [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.
2. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навчальний посібник / В.В. Архіпов, В.А. Русавська – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 342 с.
3. Прилепа Н.В., Миколюк О.А. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу. Вісник Хмельницького національного університету. – 2014 р., № 5, С. 91–94.
4. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник / Н.О. Пятницька. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с.
5. Радіонова О.М. Івент-технології: конспект лекцій / О.М. Радіонова. – ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. – 67 с.
6. Смирнов І. Геологістичні особливості кейтерингу. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. – 2013 р., № 1 (61), С. 8–12.
7. Усіна А.І., Сегеда І.В. Технологія ресторанної справи. конспект лекцій / А.І. Усіна, І.В. Сегеда. – ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2012. – 96 с.
8. Кейтеринг або організація виїзного харчування [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.business.esc.lviv.ua/kejterinh-abo-orhanizatsiya-vyjiznoho-harchuvannya/>.

**Horshkova L.O.**

## **FEATURES OF CATERING IN THE ORGANIZATION OF MOBILE RESTAURANT SERVICES**

With the development of the latest technologies in the hospitality industry, catering services are gradually becoming widespread in the organization and holding of festive events, banquets, during which the cooking and service are combined with other services: hire of wedding apparel and accessories, cars, organization of entertaining and concert programs, stylized room design and table design, etc.

Considering features of catering in cooperation between the catering company and the company's management is a proper and, importantly, financially beneficial step towards the development of both parties.

By conducting the research, the author discloses the essence and features of the organization of modern types of catering, such as:

- corporate: catering, the types of which differ only in the direction and theme of the holiday on corporate events, which cannot be solved without usual noisy feast;
- social: the feature of social catering is its application – these are social spheres, such as kindergartens and schools, hospitals, transport and much more;
- event catering: this kind of catering, in other words, can be called event-based catering. The advantage of such restaurant service is that it is always relevant and does not depend on the weather behind the window;
- VIP catering: premium customer service, this is VIP-catering.

Having considered each type of catering, we can state that the measures allow companies to attract the attention of the business community, build a serious image of the company, acting for responsible business.

As a result of the study, own conclusions regarding the directions of increasing the use of catering services by restaurants are drawn. To summarize, we can distinguish perspective directions of development of catering services by mobile service restaurants:

- 1) expanding the range of dishes in the menu, taking into account needs of consumers in healthy eating, low-calorie meals, and religious peculiarities;
- 2) increasing the mobility of catering companies, which is primarily related to their material and technical base and available skilled personnel;
- 3) promotion of innovative trends in the catering market, in particular, stimulating the development of "environmental catering".

**Key words:** catering, catering company, mobile service, corporate catering, social catering, VIP catering, event catering.