

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КЕЙТЕРІНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В УКРАЇНІ

Ринок кейтерінгу спочатку формувався як реакція на попит ресторанного обслуговування. У 1990-і роки, коли люди вчилися заробляти, в Україну приходили закордонні компанії, та багато важливих клієнтів хотіли проводити все більше приватних свят та корпоративних заходів з залученням ресторанного обслуговування. Пізніше ресторани почали шукати ресурси, аби обслуговувати заходи не на десятки, а на сотні персон. Поступово вони нарощували власні виробничі потужності, тим самим формуючи новий ринок послуг. Та головне, що треба пам'ятати – існує величезна різниця між стаціонарним рестораном та рестораном виїзного обслуговування. Наприклад, якщо в ресторані є стандартне та незмінне меню, то в кейтерінгу воно розробляється індивідуально під кожен захід та кожного клієнта. Якщо витрати стаціонарного ресторану постійні та вже заздалегідь закладені у вартість страв, то в кейтерінгу витрати по кожному проекту різні і їх складно вкласти в кошторис, оскільки клієнт хоче бачити витрати у розгорнутому вигляді. Якщо в стаціонарному ресторані дотримання санітарних норм іноді може вимагати кращого, то в кейтерінгу від рівня технологічних процесів, стану кухні та якості продуктів напряду залежить, чи виживе компанія на ринку. Як правило, в стаціонарному ресторані кожен день схожий на попередній, тому що, по суті, це навіть не розмірений перебіг бізнесу, а практично рутинна, то у кейтерінгу кожний проект – це щось нове, що завжди пов'язане з накладками та метушнею. Саме такі особливості кейтерінгу та специфічні відмінності роботи

стаціонарного ресторану і ресторану кейтерінгового обслуговування дозволяють виділити певні загальні проблеми кейтерінгу в Україні [1 с. 112].

1. Проблеми творчості. Все починається з теми. Кожен захід кейтерінгової компанії має відповідати єдиній концепції та усі деталі відповідати їй. Ідея заходу має бути присутня в кейтерінгу, у костюмах персоналу та оздобленні майданчику. Складність реалізації полягає у постійному пошуку нового, аби кейтерінгова компанія не працювала по шаблонам, які використовуються повсемісно та повсякчас.

2. Проблема персоналу. В нашій країні зовсім не розвинена культура обслуговування. Ніхто з офіціантів не сприймає свою роботу як покликання. Як правило, офіціанти – це студенти, заробітчани – словом ті, хто знаходиться на переломному етапі свого життя. Виникає велика плінність кадрів, а отже, знайти гідний персонал практично неможливо, тому в організації заходів завжди будуть недоліки, адже на великих проектах обійтись без фрілансерів неможливо.

3. Проблема балансу. Однією зі специфічних проблем кейтерінгу є необхідність подавати багато страв у короткі строки в презентабельному вигляді без втрати якості смаку.

4. Проблема підтримки. На даний час з кейтерінгових компаній, які не мають підтримки ресторану або іншого бізнесу, на ринку виживають далеко не всі. Пов'язано це в першу чергу зі специфікою бізнесу в плані фінансових розрахунків, ціноутворення, складності технологічних процесів та проблеми ресурсів [2 с. 84].

Звичайно, вирішити наведені проблеми «раз і назавжди» неможливо. Сама специфіка виїзного ресторанного обслуговування несе у собі різноманітні форс-мажори. Питання у тому, як правильно вийти з ситуації що склалася. По-перше, треба мати команду професіоналів, які мають навички організації роботи персоналу, та володіють методиками управління. По-друге, мати можливість гнучко та своєчасно реагувати на попит та зміни ринку послуг. По-третє, постійно проводити аналітичну роботу, шукати нові напрями розвитку бізнесу.

По-четверте, бути орієнтованим на задоволення потреб клієнта. По-п'яте, обов'язково стежити за якістю ресурсів та процесу кейтерінгового обслуговування.

Література:

1. Кейтеринг. Практическое руководство для владельцев и управляющих: Кирилл Погодин - Санкт-Петербург, Ресторанные ведомости, 2009 г.- 176 с.

2. Кейтеринг. 20 лет в России. Истории успеха: - Москва, Альпина Паблицер, 2014 г.- 153 с.