

3. Khumarova N., Krivenceva A. A. Complex Systems Approaches to Sustainable Waste Management: The Case of a Recreational and Tourist Region of Ukraine. Economics. Ecology. Socium. 2022. Vol. 6, Is. 1 P. 1–10.

4. Finagina O. V., Pankova L. I. Innovative cluster policy in the conditions of growing the capacity of globalization: regions of the world. Annali d'Italia. № 10.2020. Vol. 3. Florence, Italy, P. 28-40.

5. Finagina O., Bitiuk I., Buryak E., Zaporozhets O. Cluster policy of Ukraine: target interests of regions and development of environmental management. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2021. № 62. С. 70-80.

6. Копець Г. Р., Клімковська Я. М. Маркетингові аспекти діяльності туристичних кластерів в Україні. URL: http://www.nbuuv.gov.ua/old_jrn/natural/Vnulp/Logistyka/2012_749/75.pdf. (посилання дійсне на 22.10.2023).

УДК 338

Запірченко Людмила

к.е.н., доцент

Іллющенко Никита

здобувач

Центральноукраїнський національний технічний
університет

КОРПОРАТИВНИЙ КЕЙТЕРИНГ З ПОВНИМ ОБСЛУГОВУВАННЯМ У ПРИМІЩЕННІ

Поняття кейтерингу зародилось в США. Це було зумовлено розвитком інфраструктури в першій половині

20-го століття. В сучасних реаліях кейтеринг як сфера обслуговування є дуже актуальним. Ця сфера набула великого розвитку, як наслідок розвитку корпоративної праці, пандемії (COVID-19) та, зокрема в Україні, через російську агресію. Незважаючи на розвиток ринку кейтерингу, далеко не всі компанії схильні до замовлення подібного роду послуг. Проте, даний напрямок діяльності забезпечить широкий спектр послуг ресторану.

Дослідженням кейтерингу займаються такі вчені як: А.А. Мазаракі, В.В. Архіпов, Л.Л. Івашина, Н.О. П'ятницька та інші вітчизняні науковці.

Метою даної публікації є теоретичне обґрунтування сутності кейтерингу з повним обслуговуванням.

Концепція кейтерингу полягає в доставці, подаванні та реалізації харчової продукції. Різновиди кейтерингу мають свій алгоритм організації та виконання замовлення. Розрізняють значну кількість видів кейтерингу залежно від відповідних ознак. Проте, виділяють чотири основних види: доставка, фуршет, часткове обслуговування, повне обслуговування.



Рис. 1. Класифікація кейтерингового обслуговування

Корпоративний кейтеринг це більш офіційний стиль кейтерингу. Такий кейтеринг замовляють підприємства за різними причинами. Це може бути відкриття нового об'єкту, ділова нарада, переговори з інвесторами тощо. При такому виді від підприємства, що надає послугу кейтерингу

завжди очікують найвищого рівня обслуговування та організації.

Кейтеринг з повним обслуговуванням – це вид виїзного обслуговування, при якому ресторан (кейтерингова компанія) за спеціальними замовленнями повністю бере на себе зобов'язання організації замовлення: розробку сценарію проведення свята, складання меню, приготування страв та напоїв, їх доставку на місце призначення, обслуговування споживачів на рівні ресторанного сервісу, згортання роботи на місці проведення бенкету [1].

При прийнятті замовлення на повносервісне кейтерингове обслуговування сервіс-менеджер узгоджує із замовником організаційні питання, а саме: час надання послуг, місце проведення заходу і умови (розміщення залу для гостей, наявність гігієнічних кімнат, кімнат для персоналу, приміщення для приготування їжі, кондиціонування, аварійних виходів, можливість куріння, екологічні норми).

При отриманні замовлення на корпоративний кейтеринг у приміщенні, заклади ресторанного господарства, як правило, йдуть за наступною послідовністю дій (рис. 2). Деякі з цих пунктів можуть відрізнятися залежно від використання видів кейтерингу.

**ПЛАНУВАНН $\Rightarrow$ ПІДГОТОВКА $\Rightarrow$ ДОСТАВКА $\Rightarrow$
РОЗМІЩЕННЯ $\Rightarrow$ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА
ПРИБИРАННЯ**

Рис. 2. Алгоритм дій при організації кейтерингу з повним обслуговуванням

Перший етап – планування. При плануванні кейтерингу підприємство отримує інформацію про замовлення, місце, кількість людей та сам вид кейтерингу. Також при цьому обговорюються деякі особливості:

розважальна програма (якщо вона буде), ціна, кількість гостей та прибирання. У більшості випадків у кейтерингу використовують клінінгові підприємства. На даному етапі відповідальна особа може оглянути місце самого кейтерингу для планування розміщень столів, декору, офіціантських столиків тощо та розраховується потрібна кількість офіціантів. Повне обслуговування потребує більше офіціантів, так як на одного офіціанта припадає набагато більше завдань, аніж при частковому обслуговуванні. В даній формі обслуговування на одного офіціанта можна навантажити до 6 людей. На даному етапі також планується меню, напої та прибирання. Якщо відома кількість гостей, можна поділити столи на групи та почати розміщувати столи як потрібно замовнику(якщо дозволено).

На етапі підготовки передбачається приготування або замовлення страв та напоїв. Кейтерингові підприємства також можуть замовляти страви з інших підприємств ресторанного бізнесу або ж самі готувати їх. При приготуванні також може бути передбачено посуд для реалізації та зберігання продукції. Менеджер розраховує потрібну кількість офіціантів, посуду, продукції, сировини та покупну продукцію.

На етапі доставки забезпечується привезення необхідного устаткування, продукції, напоїв, форми, посуду додаткових меблів тощо. Можуть використовуватися термоси, міні холодильники (при потребі). Продукція може прийти як у готовому вигляді так і у вигляді напівфабрикатів. На етапі доставки виділяється місце або кімната для офіціантів, де вони будуть переодягатися та при потребі відпочивати, там же зберігають посуд та продукцію.

Обслуговування є найскладнішим етапом організації кейтерингу. При обслуговуванні менеджер або організатор не може знаходитися в залі, тому тут ставлять старшого

офіціант який буде забезпечувати обслуговування VIP гостей або столик та відповідати за обслуговування у залі. На це місце підбирають найдосвідченішого офіціанта. Також є офіціанти, що допомагають головному у залі. Це можуть бути ті офіціанти, які стоять на каві-брейк або просто додаткові офіціанти. Так як це повне обслуговування то необхідно передбачити до зали основних та допоміжних офіціантів. Час кейтерингу може різнитися дуже сильно, тому, якщо кейтеринг буде довгим можуть прийняти більше офіціантів. Повне обслуговування передбачає те, що офіціанти завжди будуть біля столика та слідкувати за ним, а саме: подавати страви, напої, забирати брудний посуд, ставити чистий тощо. Для цього використовують дуже часто офіціантський столик або ще підставний столик. На ньому офіціант може порціонувати страву та подавати її.

Переваги кейтерингового обслуговування полягають у наявності індивідуального підходу до кожного заходу, гнучкості проведення та організації заходу в місці проведення, відсутності зайвих турбот щодо організації приготування та обслуговування.

Недоліками цього процесу є більша вартість послуги, ніж у ресторані, а також потреба у наявності підсобного приміщення для посуду і страв.

У перспективі для ефективного розвитку кейтерингових послуг слід вдосконалювати та розширювати асортимент страв у меню, оптимізувати та впроваджувати інноваційні тенденції на ринку кейтерингових послуг.

Список використаних джерел

1. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства.

навч. посіб. 2-ге видання. К.: Центр учбової літератури, 2012. 342 с.

2. Радченко Л.О., Новікова О.В., Льовшина Л.Д. та ін. Особливості ресторанного сервісу. Обслуговування іноземних туристів. Харків: Світ книг, 2012. 288 с.

3. HoReCa : навч. посіб. : у 3 т. – Т. 3. Кейтеринг. За ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 448 с.

УДК 339.138

Зубарева Вікторія

здобувач вищої освіти

Міжнародний гуманітарний університет

Лебедєва Наталія

к.т.н., доцент, в.о. зав. кафедри менеджменту

Міжнародного гуманітарного університету

МАРКЕТИНГ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

Маркетинг – одна з найважливіших функцій сучасного бізнесу. Ця робота включає комплекс методів і інструментів, спрямованих на досягнення результатів в області продажів і дотримання вимог споживачів. В цілому, маркетинг враховує безліч аспектів, починаючи від дослідження ринку та аналізу споживачів, і закінчуючи розробкою і просуванням товарів та послуг. У даній роботі я представлю основні принципи маркетингу, його роль у сучасному бізнесі та приклади успішної маркетингової стратегії.

Маркетинг – це економічний «компас», використовуючи який, підприємства рухаються в правильному напрямку. Ну а якщо додати більше конкретики, то маркетинг – це сукупність цілей, завдань,