

Діана ЛИТВИН

студентка кафедри промислового маркетингу

Євген ГНІТЕЦЬКИЙ

к.е.н., старший викладач кафедри промислового маркетингу

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»

КЕЙТЕРИНГОВЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ В УКРАЇНІ. КРИТЕРІЇ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ПРО СПОЖИВАННЯ ПОСЛУГИ КЕЙТЕРИНГУ

Організація свята вимагає врахування багатьох особливостей. Труднощі виникають особливо з їжею, яку потрібно готувати, приносити, подавати, а також враховувати форс-мажорні ситуації. Саме вирішення цих задач може взяти на себе кейтерингова компанія. Вітчизняний кейтеринг представлений різними ресторанами, приватними підприємцями, які доставляють страви клієнтам, та представництвами міжнародних компаній.

Обсяг ринку кейтерингу в нашій державі стабільно збільшувався до початку пандемії COVID-19. За період з 2015 по 2020 роки ринок показав високі темпи зростання. Вони склали 15% в середньому в рік. На ринок міста Києва доводиться найбільша частка ринку - 62%, на Одесу - 22% від загального обсягу ринку України. В Україні, за даними інформаційного порталу Delo.ua [2], наразі є близько 300 кейтерингових підприємств, з них можна виділити 260 компаній, які відрізняються тим, що просують саме подієві кейтерингові послуги (тобто працюють у сегменті івентивного кейтерингу).

Проте сьогодні ринок кейтерингу втратив більш ніж 51% своєї ємності. [1] Спершу така втрата оборотів була пов'язана з пандемією COVID-19, але не встигнувши відновитися, ринок знову почав стрімко падати через повномасштабне вторгнення на територію України.

Головною перевагою кейтерингових компаній є, насамперед, їхня гнучкість і здатність працювати не лише на локальному, а й на глобальному рівнях. Основні вимоги українських споживачів до кейтерингових послуг пов'язані сьогодні з тим, щоб вони, з одного боку, стали якомога доступнішими за своїми ціновими характеристиками для якомога більшої частини населення, а з іншого – були одним з різновидів просування приємних для споживачів продуктових та процесних інновацій, пов'язаних з організацією харчування та дозвілля поза домом. [3]

Уподобання клієнтів кейтерингу є мінливою категорією і залежать від багатьох факторів: рівня життя населення, його купівельної спроможності, різноманітних харчових звичок, сучасних тенденцій кейтерингу тощо. Проте можемо виділити ключові критерії прийняття рішення про споживання послуги.

- Прийнятна ціна послуги. Кейтерингове меню має враховувати бюджет клієнта.

- Інноваційність та трендовість. Компанія має слідувати за останніми тенденціями громадського харчування на ринках, які включають незвичайні страви, інноваційні технології приготування їжі.
- Додаткові послуги. Підприємству потрібно постійно доповнювати свою пропозицію додатковими послугами, які заощають час і гроші клієнтів, які замовляють організацію кейтерингових заходів.
- Висока якість обслуговування. Персонал, задіяний в обслуговуванні, повинен бути високопрофесійним, враховуючи різні вимоги до кухні, переваги меню та супутні кейтерингові послуги, які створюють атмосферу кейтерингового заходу.
- Легкість комунікації. Присутність в Інтернеті є обов'язковою умовою для кейтерингових компаній, а також можливість онлайн-замовлення та онлайн-оплати послуг кейтерингу. Також важливим є зручність сайту компанії, аби споживачеві було легко знаходити інформацію та контактувати з компанією.

Важливість врахування споживчих вподобань цілком очевидна. Якщо компанія відповідає вимогам свого цільового ринку, споживачі купуватимуть послуги цієї компанії. В тому числі, це може допомогти зменшити витрати на залучення клієнтів, що є особливо важливим показником, оскільки залучення нових клієнтів коштує дорожче, ніж утримання існуючих.

Список літератури

1. Кейтеринг – запорука успішного розвитку ресторанного бізнесу. Антоненко А. В. Стукальська Н. М. 2021
2. Стаття “Ринок кейтерингу оцінюють у 72 млн грн – засновник компанії «Фігаро»” Діло UA. URL: <https://delo.ua/business/rynok-prazdnichnogo-kejteringa-ocenivajut-v-72-mln-grn-osnovat-313304>
3. ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ КЕЙТЕРИНГУ. П'ятницька Г., Григоренко О. 2019 р. DOI : [http://zt.knute.edu.ua/files/2019/03\(104\)/7.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2019/03(104)/7.pdf)
4. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник / За ред. П'ятницької Н. О. 2-ге вид. перероб. і доп. - К. : Центр навчальної літератури, 2011. 584 с. с.211