

А.С. ПИНЧУК,

к.э.н., доцент, «Николаевский филиал
Киевского национального университета
культуры и искусств»,
г. Николаев

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КЕЙТЕРИНГА В УКРАИНЕ

На сегодняшний день ресторанный бизнес является одним из перспективных направлений развития экономики, демонстрируя высокий уровень рентабельности и короткие сроки окупаемости вложенных инвестиций. В данной статье рассмотрен российский рынок общественного питания, экспансия международных сетей на российский рынок общепита, проблемы развития и внедрения социального кейтеринга в украинскую систему общественного питания.

Общественное питание является одной из наиболее важных форм перераспределения материальных ценностей между членами общества и занимает достойное место в реализации социально-экономических задач, связанных с укреплением здоровья людей, повышением производительности их труда, экономным использованием ресурсов, продовольственного сырья, сокращением времени на приготовление еды в домашних условиях, созданием возможностей для культурного проведения досуга и отдыха. Производство и реализацию пищевой продукции, а также организацию ее потребления осуществляют предприятия общественного питания.

Ресторанный бизнес, как составляющая общественного питания, является одним из наиболее перспективных направлений развития экономики, демонстрируя высокий уровень рентабельности и короткие сроки окупаемости вложенных инвестиций. Одним из направлений ресторанного бизнеса как сферы обслуживания различных слоев населения выступает кейтеринг. Кейтеринг – это организация выездного ресторанного обслуживания для различных форм

организаций и частных лиц. Почти двадцать лет прошло с тех пор, как в Украине появился кейтеринг. Самыми активно развивающимися направлениями стали событийное выездное обслуживание и корпоративное питание, уверенно растут сегменты индустриального кейтеринга, обслуживания на транспорте и удаленных объектах. Недавно в стране появился и социальный кейтеринг, предусматривающий организацию питания в учебных, медицинских, военных и исправительных учреждениях. Пионером отечественного кейтеринга стала компания «Обед-доставка», образовавшаяся в 1995 г. и позже переименованная в более благозвучный «Украинский смак». Со временем начали появляться другие крупные и не очень кейтеринговые компании. Правда, тогда этот бизнес так и не получил должного развития. Дело в том, что первые кейтеры предлагали свои услуги по достаточно высоким ценам, и в 1996 – 1997 гг. это отпугивало клиентов. Сегодня украинский кейтеринг представлен как частными предпринимателями, доставляющими обеды нескольким клиентам, так и известными ресторанами и представительствами крупных международных компаний. Флагманом отечественного кейтерингового рынка является немецкая компания «Дуссман-Украина», вышедшая на рынок в 1999 г. Среди других заметных фигур такие компании, как «Два гуся», «Закрома», «Гетьман-Фуршет», «Киев-Кейтеринг», Royal Catering Service и другие. Практически все крупные кейтеринговые компании имеют собственные базовые кухни, а также складские и подсобные помещения, в которых трудятся повара и прочий обслуживающий персонал, знакомый со сферой общепита. Как ни странно, широкомасштабных рекламных кампаний кейтеры не проводят, предоставляя своим клиентам искать их самостоятельно – по объявлениям в прессе и интернете, рекомендациям знакомых, по примеру конкурентов или исходя из собственных потребностей. По словам участников рынка, в последнее время количество желающих заказать обеды в офис существенно увеличилось. Соответственно растет и число компаний, желающих удовлетворить этот спрос.

Одним из новых направлений экспансии услуг кейтеринга сегодня стало обслуживание школьных выпускных вечеров. С каждым годом выпускники школ все чаще прибегают к данной услуге. Если в 2007 г. за кейтерингом обращались 15 % школ, то в прошлом году этот показатель вырос до 42 %, а в текущем году (2015 г.) – еще выше – более 65 %. По данным экспертов, это направление уже сегодня приносит кейтеринговым и ивент-компаниям от 2 – 4 млн. грн. Эта цифра, согласно аналитикам, самая консервативная, а в противовес, эксперты озвучивают заоблачные цифры, выходящие за миллиард гривен, учитывая, что «супер выпускные пати» у отпрысков олигархов по случаю окончания школы измеряется 6 и 7-значными цифрами.

С каждым годом услуга кейтеринга все больше пользуется спросом, а спектр предложенных опций дополняется и расширяется новинками. Ничто так не способствует развитию связей и нетворкингу, как совместное дегустирование вкусных угощений.

Хотя украинский кейтеринг существует еще с 1995 г., участники рынка до сих пор считают, что данный вид бизнеса – непаханое поле. Говоря о перспективах украинского кейтеринга, отечественные бизнесмены, как всегда, смотрят в сторону Москвы. Для россиян обеды в офисе уже стали столь же важным фактором мотивации, как и, к примеру, страховка или тренинги. «Если человек устраивается в московскую фирму на работу и его там не кормят обедами, он будет рассматривать такую компанию как не особо перспективную и относиться к работе соответствующим образом, – рассказывает Андрей Иванов. – То есть организация питания для российских работников – это уже само собой разумеющееся, как премиальные или зарплата. Отечественные компании к таким выводам пока еще не пришли, но определенный прогресс уже заметен. В любом случае рынок кейтеринга будет развиваться». Все прогнозы касательно развития сегмента в Украине строятся на общении с его крупными участниками (на сегодня, увы, нет никакой системной аналитики рынка, нет исследований его доходности и объемов). Однако есть мнение, что у него в

Украине – огромный потенциал, потому что спрос растет непрерывно. Многие компании, ранее не имевшие заинтересованности в кейтеринге, начинают привлекать его к организации своих мероприятий. Например, производители декоративной косметики, проводящие тренинги для сотрудников, ВУЗы, организующие тематические мероприятия или конференции, компании аграрного сектора и т.д.

Напоследок хотелось бы отметить, что украинский потребитель уже не хочет просто вкусно покушать, он желает получить интересную концепцию подачи блюд в соответствии с мировой культурой обслуживания. Его давно перестала удивлять традиционная фуршетная линия вдоль стены, что не может не радовать игроков рынка.

Список литературы:

1. Франсин Халворсен. Основы кейтеринга: как организовать выездное обслуживание. – М.: Ресторанные ведомости, 2005. – ISBN 5-98176-025-7.
2. Погодин К. С. Кейтеринг. Практическое руководство для владельцев и управляющих. – М.: Ресторанные ведомости, 2009. – ISBN 978-5-98176-066-2.
3. Кирилл Погодин. Кейтеринг: 20 лет в Украине. Истории успеха. – М.: Альпина Паблицер, 2014. – 153 с. – ISBN 978-5-9614-4665-4