

7. Макконел К. Р. Экономика: принципы, проблемы и политика : [пер. с 13-го англ. изд.] / К. Р. Макконел, С. Л. Брю. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 974 с.
8. Організація торгівлі : підручник / за ред. В. В. Апопії. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 616 с.
9. Памбухчиянц О. В. Организация и технология коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2007. – 672 с.
10. Рудницький С. І. Організація системи послуг в торгівлі на ринках / С. І. Рудницький // Торговля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. – Львів : ЛКА, 2005. – Вип. 7. – С. 143–146.
11. Торговельне підприємництво: теорія та практика : монографія / за ред. Л. О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2012. – 304 с.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.

© Г.М. Спащенко, 2013.

УДК 65.014.1:65.012.34:640.432

Т.Н. Скоробогатова, д-р екон. наук, проф. (ТНУ, Симферополь)
А.В. Рябинина, асп. (ТНУ, Симферополь)

КЕЙТЕРИНГ КАК ОСОБАЯ ФОРМА ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В РЕСТОРАННОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Розглянуто одну із прогресивних технологій виїзного ресторанного обслуговування – кейтеринг. Виявлено позитиви та негативи обслуговування споживачів ресторанных продуктів шляхом кейтерингу. В аспекті сервісної логістики проведено аналіз основних характеристик кейтерингу як мінілогістичної сервісної системи.

Рассмотрена одна из прогрессивных технологий выездного ресторанного обслуживания – кейтеринг. Выявлены позитивы и негативы обслуживания потребителей ресторанных продуктов путем кейтеринга. В аспекте сервисной логистики проведен анализ основных характеристик кейтеринга как минилогистической сервисной системы.

The article is devoted to one of progressive technologies of off-site restaurant service — catering. Positives and negatives of consumers' service of restaurant products via catering are revealed. In terms of service logistics the analysis of the main characteristics of catering as a minilogistic service system is carried out.

Постановка проблеми в общем виде. Особенностью современного этапа экономического развития является стремительное расширение предложения сферы услуг. Такое положение обусловлено ростом спроса на многие виды услуг, среди которых, в первую очередь, выделяются ресторанные. Развитие индустрии ресторанного хозяйства в настоящих условиях обусловлено рядом причин: глобализацией экономики, определяющей более тесные контакты между предприятиями и соответствующую мобильность сотрудников.

Их перемещение обуславливает потребность в питании во время поездки и в новом населенном пункте; занятостью людей, работающих подчас на нескольких предприятиях и не успевающих самостоятельно готовить еду; организацией торжественных мероприятий вне дома. Последняя из перечисленных причин вызвала к жизни новый вид ресторанной услуги – кейтеринг.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам кейтеринга в настоящее время стали уделять внимание многие теоретики и практики. Здесь следует выделить работы зарубежных авторов Франсина Халворсена и Джорджа Эрдоша, К.С. Погодина [1–3]. В них освещены все основные этапы создания ресторана выездного обслуживания, рассмотрены важные теоретические и практические вопросы, описаны все этапы успешного запуска работы кейтеринг-компании и техника оказания кейтеринг-услуг, даны советы по продвижению услуг и работе с клиентами. Однако, концентрируя внимание на различных аспектах данной формы ресторанного обслуживания, авторы не характеризуют ее в логистическом плане.

Целью и заданием статьи является обоснование необходимости кейтеринга в логистической плоскости, что позволяет анализировать управляемые потоки и определять эффективные методы управления ими.

Изложение основного материала исследования. На современном этапе экономического развития выделилось новое логистическое направление – сервисная логистика как концепция управления потоками потребителей и обслуживающими их потоками (кадровыми, материальными, финансовыми, информационными). Важнейшее место здесь занимает управление перемещением субъектов и объектов услуг, а именно:

1. Управление потоками потребителей при их движении к месту производства услуг и непосредственном обслуживании.
2. Управление исполнителями услуг при их перемещении к месту потребления услуг.

Второе направление вначале нашло меньшее распространение и относилось только к тем видам экономической деятельности, где перемещение объектов обслуживания (одушевленных или неодушевленных) сложно или даже невозможно: нетранспортабельные большие, крупногабаритные предметы мебели или бытовой техники, водо-, электро- и теплокоммуникации. Однако в настоящих условиях названное направление стало развиваться. Указанный факт объясняется тенденциями индивидуализации и персонализации, присущими современному периоду. Ведь в случае приближения субъекта услуг к месту их потребления, он имеет возможность видеть не только образ, корректировать процесс обслуживания самого клиента, но и выбранное им окружение и, таким образом корректировать процесс обслуживания.

Примером применения данного направления может выступить ресторанное хозяйство, в частности, в такой форме обслуживания потребителей, как кейтеринг. Как известно, под кейтерингом

понимают оказание услуг питания вне предприятий ресторанного хозяйства: при проведении культурно-развлекательных мероприятий в помещении других предприятий (или специально арендованных помещениях), в транспортных средствах, в образовательных и медицинских учреждениях, не имеющих собственной кухни и др. Другими словами, в основе кейтеринга лежит новый подход к базовым логистическим параметрам: месту и времени. Можно сказать, что здесь имеет место их ограничение: пространственная локализация и временная концентрация.

Кейтеринг имеет ряд отличий от традиционной формы обслуживания потребителей в предприятиях ресторанного хозяйства. Некоторые из них представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Сравнение обслуживания клиентов в предприятии ресторанного хозяйства и при кейтеринге

Характеристика	Обслуживание	
	непосредственно в предприятии ресторанного хозяйства	в форме кейтеринга
1	2	3
Продюценты		
Периодичность спроса	Колебания в течение дня, недели, года подлежат прогнозу	Спрос не регулярен. Резкое возрастание в период праздничных дней. Остальные колебания прогнозировать сложно
Широта меню	При наличии заказа возможно дополнение в русле типа ресторанного предприятия при имеющемся сырье	Меню ограничено заказом, под который поставляются продукты и сырье
Необходимость перемещения продюцентов	К началу рабочего дня	К сроку, означенному потребителями, возможно, в нерабочее время

Продолжение табл. 1

1	2	3
---	---	---

Замкнутость процесса производства услуги	Отсутствует. При неудовлетворительном качестве блюд или плохом обслуживании администрация может внести коррективы или клиенты обратятся к другому предприятию	Присутствует в случае выезда за пределы населенных пунктов. В ином случае некоторые коррективы возможны
Момент начала оказания услуги	Возможно пролонгирование момента	Точно определен
Отношения с клиентами	Преимущественно формальные	Благоприятные условия для установления неформальных отношений
Клиенты		
Знакомство клиентов между собой	Знакомство в пределах групп посещения, где преобладают неформальные связи, в остальных случаях встречи носят случайный характер	Как правило, существует, между клиентами действуют формальные и неформальные связи
Необходимость перемещения клиентов	При отсутствии заказа в соответствии с графиком работы предприятия	К определенному моменту
Ограничение числа обслуживаемых	Согласно количеству посадочных мест	Согласно заказу

На уровне кейтеринга резоннее говорить не о предприятиях, а о группах, создаваемых для оказания услуг и в последующем реализующих их. В рыночной среде данные группы применяют коммутантную стратегию. В то же время они могут использовать элементы одной из остальных конкурентных стратегий: виолентной, пациентной, эксплерентной. Виолентная стратегия в данном случае предполагает стандартные технологии обслуживания обычно большого числа клиентов, пациентная – предназначена для узкого круга потребителей услуг высокого класса. Элементы эксплерентной стратегии используют при оказании услуг любителям новизны и неординарных форм обслуживания.

Если предприятие ресторанного хозяйства представляет собой микрологистическую сервисную систему, то элементы, определяющие

услугу кейтеринга, объединяются в логистическую сервисную систему миниуровня. К таким элементам относятся: субъекты, выполняющие ресторанные услуги (персонал), необходимое оборудование, материальные ресурсы в виде сырьевых наборов и инвентаря. Итак, под системой кейтеринга нами понимается минилогистическая сервисная система, совокупность элементов которой позволяет оказывать услуги питания определенной группе потребителей в назначенное время вне предприятий ресторанного хозяйства, учитывая все требования и оптимизируя издержки. Это простая, динамическая, детерминированная, частично открытая система, адаптирующаяся к окружающей среде.

Особенностью системы является то, что она создается на короткий срок. Поскольку объекты услуг (в данном случае – потребители) в рассматриваемой системе на время непосредственного обслуживания оказываются замкнутыми, их целесообразно включать в ее состав. Замкнутость системы выдвигает на первый план вопрос сопряжения всех ее элементов, в первую очередь, персонала и клиентов. Приведенные рассуждения можно представить в табличной форме (табл. 2).

Таблица 2 – Основные характеристики кейтеринга как логистической сервисной системы

Характеризующие признаки	Система кейтеринга
Уровень системы	Минилогистическая
Размерность	Малая
Период функционирования	От нескольких часов до нескольких суток
Условие адаптивности к окружающей среде	Соответствие тенденциям модификации спроса потребителей
Фокусированность	Наличие четко выделенных групп клиентов

Выделение в предприятии ресторанного хозяйства группы кейтеринга часто требует пересмотра системы управления запасами. В данном случае лучше отказаться от традиционных систем с фиксированным размером заказа или фиксированной периодичностью заказа и применять систему с установленной периодичностью пополнения запасов до постоянного уровня. Данная система более устойчива к колебаниям спроса, которые отличают кейтеринговые услуги.

В настоящее время существует ряд классификаций кейтеринговых услуг. Например, Л.Х. Мухаметзянова разграничивает

их по ценовому сегменту, сферам деятельности, видам обслуживания, видам организации деятельности и в зависимости от вида компании, оказывающей кейтеринговые услуги [4]. Естественно, что данная классификация требует доработки, и в названиях группировок, и в степени дифференциации, особенно в плане сфер деятельности, где ядром является разделение услуг по месту их оказания. Рассматриваемая классификация представляет интерес с точки зрения логистики. Но почему-то в литературе не встречается классификация кейтеринговых услуг по другому логистическому параметру – времени, отражаемому в периодичности продуцирования услуг.

Действительно, выполняя услугу кейтеринга, субъект знакомится с группой-заказчиком и получает сведения о ее составе, специфике структуры по разным признакам: пол, возраст, семейное положение и др. Если заказы начинают носить систематический характер, исполнители могут выступать с встречными предложениями.

Одной из проблем в кейтеринге является выбор: доставить готовую пищу к месту обслуживания или приготовить ее на месте. Каждая из альтернатив имеет свои плюсы и минусы (табл. 3).

Таблица 3 – Сравнение альтернатив обслуживания в кейтеринге

Вариант обслуживания в кейтеринге	Позитив	Негатив
Доставка заранее приготовленной пищи к месту ее потребления	Участие высококвалифицированного персонала во всех операциях	Затраты, связанные с использованием скоростных транспортных средств и специального оборудования, необходимого для сохранения температуры пищи. Потеря вкусовых качеств
Приготовление пищи на месте	Готовность блюд к заказанному моменту времени, определяющая высокие вкусовые качества	Привлечение местного персонала, не всегда владеющего необходимыми навыками. Необходимость лизинга специального оборудования

Приоритетными потоками в сервисной логистике являются потоки потребителей услуг, а кадровые, материальные, информационные и финансовые потоки выступают по отношению к

ним обслуживающими. Из обслуживающих (сопутствующих) потоков кадровые и материальные являются объемными и, соответственно, подлежат транспортировке. В связи с тем, что персонал перемещается в небольшом количестве и передвигается в соответствии с движением ресурсов, в системе кейтеринга на первый план выходит управление материальными потоками. Рассматриваемый материальный поток состоит из сырьевых наборов и оборудования, необходимого для их обработки. Здесь задачами кейтеринга выступают: определение величины потоков, выбор наиболее рациональных маршрутов их перевозки, подбор адекватных транспортных средств. Для расчета объема потока определенного вида материальных ресурсов, представленного в сырьевом наборе, предлагается формула

$$V_m = (P_{mi} \cdot I + Z_m) k_1 k_2, \quad (1)$$

где V_m – необходимый объем m -го вида материальных ресурсов; P_{mi} – потребление материального ресурса m -го вида в расчете на одного человека; I – количество обслуживаемых человек; Z_m – резерв m -го вида материальных ресурсов; k_1 – коэффициент, учитывающий возможные потери ресурсов при транспортировке; k_2 – коэффициент, учитывающий порчу ресурсов из-за пролонгирования доставки.

Минилогистические сервисные кейтеринговые системы играют немаловажную роль в городах-связях. Как мы уже указывали ранее, к городам-связям относятся населенные пункты, находящиеся на пути между культурно-историческими центрами и выполняющие функции обеспечения проходящих через него туристов инфраструктурными услугами [5]. Среди данных услуг значимое место принадлежит услугам питания, новый подход к организации которых делает отдых более запоминающимся. Здесь вполне реально сочетание работы профессионалов с самими пользователями, но есть внесение в процесс элементов самообслуживания. При этом потребители становятся непосредственно задействованными в технологическом процессе, что позволяет вносить дополнительные элементы в его организацию. А исполнители получают самую свежую информацию о потребностях заказчиков.

Выводы. Таким образом, кейтеринг, предполагающий изменение места и времени оказания услуги питания, естественно рассматривать в русле логистизации экономики. В современных условиях он является полем приложения сервисной логистики как теории и практики управления потоками потребителей и обслуживающими их потоками. Логистический подход к кейтерингу

дает основание для создания научной базы расчетов, позволяющей определять оптимальные объемы ресурсов, сравнивать альтернативы обслуживания и выбирать оптимальные варианты. Важную роль кейтеринг играет в городах-связях, определяя процесс оказания услуг питания в инновационном русле.

Список литературы

1. Халворсен Ф. Основы кейтеринга: как организовать выездное обслуживание / Ф. Халворсен ; пер. с англ. С. В. Прокофьев. – М. : Ресторан, ведомости, 2005. – 303 с.
2. Эрдош Дж. Кейтеринг: как начать и успешно вести выездной ресторанный бизнес / Дж. Эрдош ; пер. с англ. И. Степановой. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 237 с.
3. Погодин К. С. Кейтеринг: практ. руководство для владельцев и управляющих / К. С. Погодин. – М. : Ресторан, ведомости, 2009. – 172 с.
4. Мухаметзянова Л. Х. Особенности классификации кейтеринговых услуг / Л. Х. Мухаметзянова // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2011. – № 9 (83). – С. 79–83.
5. Скоробогатова Т. Н. Импульсы развития городов-связей как логистических сервисных мезосистем в плоскости управления туристскими потоками / Т. Н. Скоробогатова // Логістика: теорія та практика / Луцький національний технічний університет. – 2012. – № 1 (2). – С. 157–163.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.

© Т.Н. Скоробогатова, А.В. Рябинина, 2013.