

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

**«УКРАЇНА У СВІТОВИХ  
ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ:  
КУЛЬТУРА, ЕКОНОМІКА, СУСПІЛЬСТВО»**

**ІІІ МІЖНАРОДНА  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**

Реєстрація Міністерства освіти і науки України  
Лист ІМЗО № 22.1/10-83 від 19.01.2021

24–25 березня 2021 року

Тези доповідей

Частина 2

**КИЇВ 2021**

УДК 33+316.7](477)  
Е 457

*Друкується за рішенням Вченої ради  
Київського університету культури  
(протокол № 7 від 5 березня 2021р.)*

**Е 457** Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 24–25 берез., 2021 р. / М-во освіти і науки України; Київ. ун-т культури, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв; – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2021. – 234 с.

Збірник містить наукові тези Міжнародної науково-практичної конференції «Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство», яка відбулася 24–25 березня 2021 р. Співорганізатори: Інститут модернізації змісту освіти; Батумський державний університет мистецтв; Грузія; Білоруська державна академія мистецтв, Білорусь; Вища школа менеджменту в Варшаві, Польща. Матеріали містять певні підсумки наукових досліджень провідних учених України та країн-учасниць конференції, а також доробки докторантів, аспірантів, магістрантів та будуть цікавими й корисними для широкої наукової громадськості, фахівців економічної та соціокультурної сфери, викладачів, аспірантів, студентів.

*Матеріали подано в авторській редакції*  
©Київський університет культури, 2021  
© Автори тез, 2021

<i>Миколаєнко А. Ю., Семенчук Д. В</i>	<b>ІНСТРУМЕНТАРІЙ СТВОРЕННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ІСТОРІЙ</b>	<b>128</b>
<i>Подашевська Т. Л.</i>	<b>КОМУНІКАЦІЙНІ МАНПУЛЯЦІЇ У МАСМЕДІА ПІД ЧАС ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ 2019 РОКУ</b>	<b>130</b>
<i>Телєтов О. С., Телєтова С. Г.</i>	<b>PR ЯК СКЛАДОВА КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ</b>	<b>134</b>
<i>Тимошик М. С.</i>	<b>УКРАЇНСЬКА ЕМІГРАЦІЯ ПРО МІСЦЮ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ НА ЧУЖИНІ</b>	<b>137</b>

### Секція 5

#### **ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

<i>Антоненко А. В., Дзюндзя О. В.</i>	<b>ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КЕЙТЕРИНГУ В УКРАЇНІ</b>	<b>140</b>
<i>Антоненко А. В., Стукальська Н. М.</i>	<b>КЕЙТЕРИНГ - ЗАПОРУКА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ</b>	<b>143</b>
<i>Беляк А. О.</i>	<b>БРЕНДИНГ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ</b>	<b>147</b>
<i>Бовш Л. А., Ткачук Т. М.</i>	<b>ФРАНЧАЙЗИНГ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЧНОГО ЛОКДАУНУ</b>	<b>149</b>
<i>Бондаренко С. А., Вербицька Д. В.</i>	<b>МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА</b>	<b>152</b>
<i>Бровенко Т. В., Даниленко О. В.</i>	<b>ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО- КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ</b>	<b>155</b>
<i>Верезомська І. Г., Штанько О. В.</i>	<b>ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ</b>	<b>158</b>

**Секція 5**  
**ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ**  
**ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО**  
**ТА СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

*Антоненко А. В., канд. техн. наук, доцент,  
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,  
ПВНЗ «Київський університет культури»,  
м. Київ, Україна*

*Дзюндзя О. В., канд. техн. наук,  
доцент кафедри інженерії харчового виробництва,  
Херсонський державний  
аграрно-економічний університет,  
м. Херсон, Україна*

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КЕЙТЕРИНГУ В УКРАЇНІ**

Організація кейтерингу – складний і багатоступінчастий процес, що включає в себе розробку загальної концепції заходу. Фахівці-практики в області виїзного обслуговування та науковці-дослідники (Погодін К., Варламова Л., Клименко Г., Зозуля А., Франсін Халворсен, Гребенюк В.П., Смирнов І.Г. та ін.) вважають, що за останні роки намітилися певні тенденції до зростання світового і українського ринку кейтерингу. Якщо ще недавно в Україні про кейтеринг було відомо лише вузькому колу професіоналів, то сьогодні український ринок кейтерингу сформований і широко розвинений. Український кейтеринг представлений як приватними підприємцями, що доставляють обіди кільком клієнтам, так і відомими ресторанами та представництвами великих міжнародних компаній.

На Заході послуги у сфері кейтерингу існують понад сотню років, проте в Україні кейтеринг – порівняно молода галузь бізнесу, їй не більше 10 років. Перша кейтерингова компанія «Обід-доставка» з'явилася в Україні лише в 1995 р., пізніше була перейменована в «Український смак». Водночас обсяг ринку кейтерингу в нашій державі стабільно збільшується, темпи зростання досягають до 20% на рік. Експерти відзначають розвиток кейтерингу в світі на рівні близько 13% щорік, а обсяг світового ринку оцінюють в 70 млрд доларів США [1]. Першим закордонним підприємством, яке з'явилося на вітчизняному ринку кейтерингу, стала німецька компанія «Дуссман-Україна», що вийшла на ринок в 1999 р. До початку 2002 р. в Україні найбільш відомими кейтеринговими компаніями, які надавали послуги кейтерингу, були: «Два гуся», «Гетьман-фуршет», «Київ-Кейтеринг», Royal Catering Service і інші [2].

Слово «кейтеринг», як додаткова послуга чи окремий вид діяльності, увійшло в ужиток працівників сфери ресторанного господарства України порівняно відносно недавно, що пояснює недостатню опрацьованість нормативно-правового забезпечення, відсутність класифікації кейтерингу з метою ефективної організації та управління даним видом послуг. Водночас

недостатньо розробленими залишаються проблеми класифікації послуг кейтерингу, знання якої є важливою умовою ефективного управління процесом створення і надання зазначених послуг, що, безумовно, позначається на якості управління кейтерингом і зумовлює актуальність проведеного дослідження.

За ознакою «місце надання кейтерингових послуг» підприємства кейтерингу розподіляються залежно від наявності приміщень для організації кейтерингового обслуговування та побажань замовників кейтерингових послуг. Кейтеринг у приміщеннях характеризується тим, що підприємець або група підприємців орендує або володіє приміщенням з банкетним залом і кухнею, де є усе необхідне устаткування для проведення різних заходів. Кейтеринг у приміщеннях є конкурентом традиційному банкетному обслуговуванню в ресторанах, де ця послуга є однією з основних поряд з послугою харчування [4].

Кейтеринг-інсайд – організація банкетів і фуршетів у приміщенні постачальника кейтерингових послуг або замовника, а кейтеринг-аутсайд – це обслуговування заходів на природі (пікніки, барбекю тощо). За ознакою «повнота наданих послуг» виділяють два види кейтерингового обслуговування: доставка готових продуктів харчування (вид виїзного обслуговування, при якому підприємство кейтерингу бере на себе зобов'язання у виробництві та доставці страв, але не бере участі в обслуговуванні безпосередньо на місці) та повносервісне (вид виїзного обслуговування, при якому кейтерингова компанія повністю бере на себе зобов'язання з організації та обслуговування замовлення). Корпоративний кейтеринг – це обслуговування ділових зустрічей, презентацій, конференцій, семінарів, корпоративних вечірок тощо. Соціальний кейтеринг – послуги з організації харчування некомерційних організацій (притулків, лікарень, харчування військових і робітників інших некомерційних структур). Транспортний кейтеринг – організація харчування на авіаційному, залізничному, морському, автомобільному транспорті, при організації регулярних перевезень співробітників компаній і споживачів транспортних послуг. Готельний кейтеринг – організація харчування мешканців готелів. Кейтеринг будівельних майданчиків – організація.

Сьогодні в Україні діє близько 300 компаній, провідними гравцями, які акумулюють на себе основну частину ринку кейтерингу, є 20 компаній. Щорічно на ринку України з'являється до 10 нових гравців. Величезна конкуренція і зниження рентабельності кейтерингових послуг змушують багато компаній припинити свою діяльність. За підрахунками фахівців цифра становить близько 15 компаній в рік.

У п'ятірку провідних організацій українського ринку кейтерингу входять «Гетьман фуршет», «Знак якості», «Фігаро кейтерінг», «Best EVENT Catering», «Оріон-кейтерінг». Український ринок кейтерингу на даний момент має переважний розвиток у двох містах – Києві і Одесі. Професіонали відзначають, що на ринок Києва доводиться майже 62% від загального обсягу ринку кейтерингу в Україні, на Одесу – 22% [6]. Але далеко не всі компанії користуються послугами даного роду, незважаючи на розвиток ринку кейтерингу в Україні.

Найпоширенішими на сьогоднішній день видами кейтерингу в Україні є фуршет або «шведський стіл» та кава-брейк – обслуговування учасників семінарів, конференцій, нарад. Найурочистіший вид кейтерингу – банкет

з повним обслуговуванням офіціантами. Він призначений для найбільш визначних подій і передбачає повне розсаджування гостей за бенкетними столами. Сучасний та актуальний вид бенкетного обслуговування, який використовують кейтерингові компанії, – це формат гала-вечері. Він застосовується під час обслуговування заходів високого рангу, це «пік» мистецтва кейтерингу преміям класу, можливість продемонструвати гостям все розмаїття гастрономічних вишуканих страв під час одного вечора. Для нього є характерним викукане сервірування, канделябри, офіціанти у лівреях, все, що створює атмосферу святковості та офіціальності. Детально спроектоване меню, що включає зміну 5-6 курсів страв офіціантами – найважливіша складова такого заходу.

Зростає актуальність таких видів ділового кейтерингу як кава-брейк, коктейль-обслуговування. Коктейль-обслуговування застосовується, як правило, на заходах світського характеру, а час його проведення досить обмежений. Даний формат обслуговування ідеальний для організації «welcome» – частини заходу, а також у випадках, якщо простір площадки не дозволяє встановити фуршетні лінії і бари. Поєднання високої кухні та оригінальної подачі зробило цей формат кейтерингового обслуговування одним з найбільш популярних. Обслуговування здійснюється офіціантами, які пропонують напої та закуски гостям «в обніс». При цьому гості споживають закуски і напої стоячи, усі закуски беруть руками, столові прибори не використовуються.

Набуває популярності барбекю-кейтеринг. Даний вид обслуговування характеризується обслуговуванням на лоні природи і передбачає при мінімальному замовленні наявність мангала, фахівця кухаря і офіціантів, які обслуговують гостей. Окремо можна замовити послуги бар-станцій з шоу-барменів, DJ, тощо. До організації такого обслуговування потрібно підходити дуже ретельно і відповідально. Для оформлення площадки для такого заходу «open-air» кейтерингові компанії пропонують як класичне виконання, так і оригінальні ідеї – наприклад, вечірка по-гавайські.

За результатами аналітичного прогнозу ємності ринку кейтерингових послуг в Києві, відзначено, що ринок ресторанного виїзного обслуговування (кейтерингу) знаходиться в загальній структурі ринку кейтерингу та найбільш привабливий для нових гравців невисокими початковими інвестиціями, швидкою окупністю вкладень і високою часткою рентабельності. За останні п'ять років ринок показав високі темпи зростання – 15% в середньому в рік. Сьогодні ринок помітно знизив свої обороти, що, в першу чергу, пов'язано з COVID-19. В 2020 році відбувся різкий спад попиту на послуги кейтерингу, що спричинило за собою зниження потенційної ємності ринку приблизно на 51%.

Таким чином, кейтеринг як самостійний вид бізнесу обслуговування з'явився на ринку послуг закладів ресторанного господарства України не так давно, але з кожним роком стрімко розвивається і вдосконалюється. Діюча нормативно-законодавча база не розкриває повною мірою специфіки кейтерингу на сучасному етапі розвитку ринкових відносин, тому стає очевидною необхідність розробки нових підходів до визначення, класифікації кейтерингу. У п'ятірку провідних організацій українського ринку кейтерингу входять «Гетьман фуршет», «Знак якості», «Фігаро кейтерінг», «Best EVENT Catering», «Оріон-кейтерінг».

Український ринок кейтерингу на даний момент має переважний розвиток у двох містах - Києві і Одесі. Професіонали відзначають, що на ринок Києва доводиться майже 62% від загального обсягу ринку кейтерингу в Україні, на Одесу - 22%. Але далеко не всі компанії користуються послугами даного роду, незважаючи на розвиток ринку кейтерингу в Україні.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рынок кейтеринга 2007-2009. URL: // <http://marketing.unipack.ru/362/> (дата звернення 25.02.2021)
2. URL: <http://catering.in.ua/catering/departure/articles/catering/>
3. Заклади ресторанного господарства. Класифікація : ДСТУ 4281:2004. – [Чинний від 2004–07–01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 18 с.
4. Григорьева А. Кейтеринговые факторы. *Ресторанные ведомости*. 2008. № 4.
5. Васильев И. Москва: выездной ресторан - наиболее прибыльный вид кейтеринга. *Ресторанные ведомости*. 2006. № 10.
6. 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.

*Антоненко А. В.*, канд. техн. наук, доцент,  
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,  
ПВНЗ «Київський університет культури»,  
м. Київ, Україна,

*Стукальська Н. М.*, канд. техн. наук,  
доцент кафедри технології ресторанної  
і аюрведичної продукції,  
Національний університет харчових технологій,  
м. Київ, Україна

### КЕЙТЕРИНГ – ЗАПОРУКА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Організація кейтерингу – складний і багатоступінчастий процес, що включає в себе розробку загальної концепції заходу. Якщо ще недавно в Україні про кейтеринг було відомо лише вузькому колу професіоналів, то сьогодні український ринок кейтерингу сформований і широко розвинений. Український кейтеринг представлений як приватними підприємцями, що доставляють обіди кільком клієнтам, так і відомими ресторанами та представництвами великих міжнародних компаній. Слово «кейтеринг», як додаткова послуга чи окремий вид діяльності, увійшло в ужиток працівників сфери ресторанного господарства України порівняно відносно недавно, що пояснює недостатню опрацьованість нормативно-правового забезпечення, відсутність класифікації кейтерингу з метою ефективної організації та управління даним видом послуг. Водночас недостатньо розробленими залишаються проблеми класифікації послуг кейтерингу, знання