

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Саратовский национальный исследовательский  
государственный университет имени Н.Г.Чернышевского»

Кафедра туризма и культурного наследия

**Организация и направления развития кейтерингового обслуживания в  
России (на примере кейтеринговой компании «Канapé», г. Саратов)**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки 4 курса 431 группы  
направления 43.03.01 - «Сервис»  
Института истории и международных отношений  
Заревской Екатерины Сергеевны

Научный руководитель

доцент, канд. эк. наук, доцент

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

дата, подпись

Е.С. Милинчук

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой,

директор, докт. экон. наук, профессор

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

дата, подпись

Т.В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2021 год

## **ВВЕДЕНИЕ**

Сфера общественного питания ежегодно набирает обороты. В настоящее время растет потребность в выездном ресторанном обслуживании. Новое направление, кейтеринг, стремительно развивается в России и за рубежом. Актуальной является тема создания и развития собственной организации по оказанию такого рода услуг. Задача – сделать это направление прибыльным.

Кейтеринг –это выездное ресторанное обслуживание, которое включает составление меню, приготовление блюд, их доставку, сервировку, обслуживание и т.д. Кейтеринг как бизнес имеет нечто схожее между классическим бизнесом и фрилансом. Грамотно созданный бизнес в данной сфере приносит немалые доходы несмотря на то, что имеет дополнительные траты, связанные с выездом персонала и вывозом оборудования.

Кейтеринг является перспективным развивающимся направлением для бизнеса и прекрасной альтернативой проведению времени для потребителя. Правильная организация кейтеринговой компании является залогом ее дальнейшего успеха. Грамотно составленный бизнес-план, маркетинговые исследования рынка, наличие помещения под производство, необходимое оборудование, грамотный персонал, качественные продукты и логистика являются необходимыми факторами открытия бизнеса в сфере кейтеринга.

Актуальность данной темы заключается в перспективности направления деятельности кейтеринговых услуг на рынке. Организация кейтеринговой компании является сложным делом, поэтому актуальность выпускной квалификационной работы заключается в разработке правильной организации кейтеринга на предприятии питания, который будет приносить ему дополнительный доход и сделает конкурентоспособным на рынке ресторанных услуг.

Целью бакалаврской работы является исследование особенностей организации кейтеринга в России и разработка рекомендаций по совершенствованию кейтеринговых услуг предприятия питания «Канапе» (г. Саратов).

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) изучить понятие, виды и особенности кейтеринга;
- 2) рассмотреть технологию организации выездного обслуживания на предприятиях питания;
- 3) проанализировать динамику и перспективы развития рынка кейтеринговых услуг в России;
- 4) изучить рынок кейтеринговых услуг в г. Саратове;
- 5) исследовать технологию организации кейтеринговых услуг на примере кейтеринговой компании «Канапе»;
- 6) разработать рекомендации по совершенствованию организации кейтеринговых услуг на предприятии питания «Канапе».

При написании бакалаврской работы использовались труды отечественных и зарубежных ученых, таких как Б. Меттел Б., К. Эгертон-Томас, Эрдом Д., Ф. Котлер, Ф. Брассингтон, М. Мак Дональд, И.И. Ардонская, Л.С. Кучер, В.А. Надточий, А.Г. Поршнева, Л.А. Радченко и др.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы. В первой главе изложены общетеоретические вопросы организации кейтеринга. Во второй главе рассмотрен рынок кейтеринговых услуг, динамика и перспективы развития в России, а также проведен анализ рынка кейтеринговых услуг в городе Саратове. В третьей главе исследовалась деятельность кейтеринговой компании «Канапе» и был проведен анализ технологии предоставления кейтеринговых услуг, а также разработаны предложения по совершенствованию деятельности предприятия.

## Основное содержание бакалаврской работы

Кейтеринг – отрасль общественного питания, оказывающая ресторанные услуги с выездом на место к заказчику. На практике данный вид деятельности включает приготовление и доставку пищи, обслуживание, сервировку, оформление стола, разлив и подачу напитков гостям и другие услуги по организации праздника. Основной задачей кейтеринговой организации является удовлетворение гастрономических предпочтений заказчика и комфортное обслуживание его гостей на мероприятии.

Отличительной его особенностью является мобильность, разнообразие обслуживания, комплектность услуг. Обслуживание в данном случае происходит по трем направлениям – корпоративное (мероприятия направлены на заказы юридических лиц), индивидуальное (мероприятия направлены на заказы частных физических лиц) и социальное (мероприятия направлены на организацию мероприятий в государственных учреждениях и ведомствах). Самым дорогим видом кейтеринга считается VIP-кейтеринг с организацией гала-ужина. Самым бюджетным видом можно считать кулинарный кейтеринг с доставкой блюд. Основным видом, приносящим стойкий доход можно считать контрактный кейтеринг с организациями по обеспечению питанием работников различных сфер.

Организация кейтеринга на предприятии питания является дополнительным источником прибыли, несмотря на некоторые затраты, связанные с приобретением и вывозом оборудования на место мероприятий. Технология организации выездного обслуживания на предприятии питания с доступными ценами, чем у конкурентов и достойными блюдами приведет к стабильности его развития. Чтобы быть успешным в сфере кейтеринга, надо быть гибким и интересным. Помимо еды клиентам нужно предложить, что-то еще: семейные мастер-классы по кулинарии, гастрономические встречи, общение с шеф-поваром, проведение тематических вечеров, детских праздников. Просто накормить потребителя сейчас не интересно, важно создать эмоциональную атмосферу и создать комплексный продукт.

Организация выездного обслуживания на предприятии питания требует разработку бизнес-плана с ориентацией на рынок, а также профессиональных знаний и умений. Тенденция диверсификации бизнеса в сфере общественного питания позволяет организовывать выездное обслуживание в виде служб доставки, банкетов и фуршетов вне помещений. Данная услуга позволит сделать предприятие монополистом и увеличит его доходность. Также организация услуги выездного обслуживания состоит из следующих этапов: получение разрешительной документации, анализ рынка, выбор ниши обслуживания, составление бизнес-плана, организация деятельности, расширение деятельности при успешных результатах. Наиболее перспективной нишей для начала деятельности является доставка обедов в офис, далее возможно рассмотреть другие виды обслуживания – выездные банкеты, фуршеты, коктейли и т.д. При эффективном развитии, имея множество положительных отзывов, предприятие имеет неплохие шансы на занятие VIP-кейтерингом, который является наивысшим уровнем выездного обслуживания.

В России кейтеринг появился в начале 1990-х, но в целом по стране рынок он начал формироваться на десять лет позже, чем в Москве. Сегодня главным фактором развития кейтеринговых услуг в России является качество пищи и культура обслуживания при доступных ценах. В последнее время потребители рынка общественного питания выбирают кейтеринговые услуги все чаще. Они делают выбор в пользу качественного, недорогого меню при этом хотят сочетания красоты интерьера и удобства обслуживания.

В России рынок кейтеринга в основном развивается по следующим направлениям: корпоративное питание и событийный кейтеринг. В основном преобладает корпоративное питание, так как оно приносит стабильный доход. Их доля заказов составляет 65-70% от общей доли рынка. Событийный кейтеринг характеризуется сезонностью, поэтому доход у него не стабильный, и он занимает 20-30% общей доли рынка. Современными проблемами кейтерингового российского рынка является финансовая

политика, общемировые кризисные явления, высокая конкуренция, несоответствие качества услуг потребностям рынка. Основной российский рынок кейтеринга сформирован в Москве и Санкт-Петербурге, тогда как в регионах он развит не более чем на 18%.

Обращая внимание на специализацию компаний лидеров российского рынка кейтеринга можно выделить следующее:

1) «Корпус-Групп» – организатор питания на крупных промышленных объектах.

2) «Содексо» специализируется в корпоративном питании.

3) «United Catering Group» представлена как в офисном, так и в индустриальном питании.

4) ГК «Fusion Management» – занимает ведущие позиции в социальной сфере (оказывает услуги питания в школах, детских садах, больницах, в санаториях).

В Саратове кейтеринг появился значительно позже, чем в Москве. Кейтеринг в Саратове имеет ряд преимуществ таких, как высокая мобильность, которая предполагает полную свободу в выборе места для проведения мероприятия, конечно, с согласия клиента, и комплексность услуги: составление меню с учетом пожеланий клиента, разработка сценария и концепции оформления и т. п. Но даже при наличии преимуществ и специфичности данного вида услуги общественного питания актуальность и востребованность кейтеринга растет как среди корпоративных, так и индивидуальных клиентов, зависимость регионального рынка от сезонности заказов и общего уровня развития ресторанного рынка и рынка общественного питания в городе (и в регионе), уровня развития культуры питания еще очень высока, что позволяет рассматривать данный вид бизнеса как достаточно рисковый.

Практическая часть бакалаврской работы была выполнена на базе кейтеринговой компании «Канале» (г. Саратов). «Канале Кейтеринг» - ресторан, который предоставляет различные кейтеринговые услуги в

помещении и вне помещений, работает на рынке кейтеринговых услуг с 2007-го года. Производственная деятельность ресторана Канапе - это одна из главных функций, целью которой является создание собственной продукции.

Наиболее популярными видами кейтеринга, используемые организацией, являются кейтеринг в помещении и вне ресторана в виде банкетов и фуршетов. С 2007 г. предприятие начало использовать кейтеринг вне помещений, заказчик обслуживался на своей территории, при этом у предприятия существенно возросли расходы, что привело к постоянному увеличению чистой прибыли.

Для создания комфортной атмосферы для гостей в ресторане действует кейтеринговая служба, она состоит из штатного и привлеченного персонала. Штатный персонал состоит из менеджеров, поваров, водителей, специалиста по обслуживанию. Привлеченный персонал – официанты, артисты, ведущие, аниматоры, музыканты. Проблемой ресторана является отсутствие резерва обслуживающего персонала, на крупные выездные мероприятия штатных официантов и работников кухни часто не хватает, и приходится привлекать аутсорсинговые компании. Часто персонал оказывается не квалифицированный, что осложняет работу и вызывает негативные отзывы клиентов. Ведь обслуживание выездного мероприятия требует специальной подготовки персонала, а многие из привлеченных работников такой подготовки не имеют. Несмотря на наличие этой проблемы, сотрудники стараются действовать слажено и четко, что является еще одним преимуществом ресторана.

Организация выездного обслуживания в ресторане «Канапе» построена в соответствии со всеми нормами и правилами, что позволяет привлечь потенциальных клиентов на целевых рынках. Наличие полного производственного цеха и хорошей репутации позволяет компании задуматься о расширении своей деятельности.

Чтобы завоевать преимущества перед конкурентами, предприятию питания «Канапе» необходимо сделать упор на составляющую стратегию

продвижения на рынке. Нами было предложено организовать и провести ряд мероприятий, которые повысят эффективность деятельности организации.

Одним из мероприятий по совершенствованию организации кейтеринга в ресторане «Канapé» разработка и реализация мероприятий по внедрению новых направлений выездного обслуживания основывается на проекте создания организации корпоративного, индустриального и социального питания, проект долгосрочный, но с хорошей перспективой. Это такие направления, как корпоративное, индустриальное и социальное. Организация данных направлений позволит предприятию увеличить прибыль, повысит конкурентоспособность. Организация питания в школах, детских учреждениях, больницах позволит предприятию выйти на уровень, который станет востребованным государством. Благодаря этому предприятие сможет расширить клиентскую базу, станет работать в экономичном сегменте рынка и за счет увеличения объемов оказанных услуг увеличит прибыль.

В производственной части при развитии данных направлений деятельности необходимо рассмотреть принцип комплексного составления меню, когда на выбор предлагаются разнообразные комплексные меню, при этом учитывается сбалансированность основных пищевых веществ.

Чтобы составить новое комплексное меню компания руководство компании «Канapé» может оставить заявку на оказания услуги «Экспресс-разработка нового меню» на сайте <https://www.creative-chef.ru/>. Это быстрая разработка меню, не требует серьезных затрат и времени. Согласно расценкам стоимость составляет 119 рублей за блюдо и меню будут готовы в течение одного дня. Итого наше меню будет состоять 42 позиций различных блюд, не включая холодные и горячие напитки. Затраты на новое комплексное меню составят 4998 рублей. За эту стоимость мы получим специально разработанное шеф-поваром меню для нашего заведения, а также технологические карты, по каждой позиции в меню, по которым в будущем будут готовить повара компании «Канapé».

Благодаря комплексному меню «Канапе» увеличится поток посетителей, а также станет безмолвным средством увеличения продаж с дополнительными предложениями. Комбинирование блюд с напитками, а также вкусными закусками – надежный и доказанный способ увеличения продаж и прибыли.

Следующим предложением по совершенствованию организации кейтеринга в Канапе является разработка стратегии продвижения. Для ресторана «Канапе» можно включать такие стратегии, как маркетинговая, медийная и креативная. Маркетинговая стратегия: идея – рассказать о преимуществе компании – организации выездного обслуживания «под ключ» с высоким качеством и доступными ценами по пожеланиям заказчика, с дополнительными подарочными услугами от предприятия. Медийная стратегия: Размещение рекламы на сайте и в социальных сетях, распространение листовок о преимуществах в школах, больницах, в офисных центрах, на промышленных предприятиях. Креативная стратегия: разработка бренда листовок с цветовым решением; разработка слоганов.

Примерами слогана для «Канапе» по социативному ряду могут быть:

- 1) «Мы сделаем ваш праздник таким же утонченным, как наши канапе»;
- 2) «Канапе» – Мы сделаем Вашу жизнь вкуснее!»;
- 3) «Симфония сладкого вкуса».

Стратегия продвижения компании «Канапе» будет включать:

- продвижение сайта с помощью контекст рекламы в Яндексe;
- печать листовок формата А5 в количестве 10 тыс. шт.;
- реклама на билборде, размещенного на улице Энтузиастов;
- реклама в имиджевом глянцевоm журнале «Выбирай»,
- введение должности маркетолога;
- затраты на подарки потребителям.

Затраты на мероприятия по совершенствованию деятельности компании «Канапе» составят 488800 рублей за год. Источником

финансирования рекламной кампании будут являться собственные средства предприятия. Прогнозируется, что данные мероприятия увеличат прибыль компании на 30%, а срок их окупаемости составит 4 месяцев. Благодаря предложенным рекомендациям, ресторан «Канapé» получит преимущества перед конкурентами и возможность занять лидирующие позиции на рынке кейтеринговых услуг города Саратов.

## Заключение

Кейтеринг – отрасль общественного питания, оказывающая ресторанные услуги с выездом на место к заказчику. На практике данный вид деятельности включает приготовление и доставку пищи, обслуживание, сервировку, оформление стола, разлив и подачу напитков гостям и другие услуги по организации праздника. Особенности выездного обслуживания являются мобильность, сезонность. Организация услуг выездного обслуживания состоит из следующих этапов: получение разрешительной документации, анализ рынка, выбор ниши обслуживания, составление бизнес-плана, организация деятельности, расширение деятельности при успешных результатах. Наиболее перспективной нишей для начала деятельности является доставка обедов в офис, далее возможно рассмотреть другие виды обслуживания – выездные банкеты, фуршеты, коктейли и т.д. При эффективном развитии, имея множество положительных отзывов, предприятие имеет неплохие шансы на занятие VIP-кейтерингом, который является наивысшим уровнем выездного обслуживания.

В России рынок кейтеринга в основном развивается по следующим направлениям: корпоративное питание и событийный кейтеринг. В основном преобладает корпоративное питание, так как оно приносит стабильный доход.

В теоретической части работы было выявлено, что на сегодняшний день ниша выездного ресторанный обслуживания является развивающейся и перспективной. Для улучшения качества предоставляемых услуг, следует равняться на зарубежный опыт: расширять штат сотрудников и производственные мощности.

Практическая часть работы была выполнена на базе кейтеринговой компании «Канапе». Организация кейтеринговых услуг на предприятии работает по трем схемам: в помещении, вне помещения, организация банкетов и приемов «под ключ». Предприятие имеет полный

производственный цикл, что позволяет ресторану заниматься различными видами деятельности от доставки еды до организации VIP-обедов. Однако, деятельность предприятия ограничена только событийным кейтерингом. Производственный цикл ресторана налажен по всем правилам ГОСТ и СанПин. Для создания комфортной атмосферы для гостей в ресторане действует кейтеринговая служба, она состоит из штатного и привлеченного персонала. В целом, организация выездного обслуживания в компании «Канапе» построена в соответствии со всеми нормами и правилами, что позволяет привлечь потенциальных клиентов на целевых рынках. Наличие полного производственного цеха, хорошей репутации позволяет компании задуматься о расширении своей деятельности.

Анализ конкурентов позволил выделить конкурентов кейтеринга и проанализировать их сильные и слабые стороны. Кроме того, был проведен опрос, в ходе которого выяснили что предприятию Канапе нужно сделать упор на стратегию продвижения.

Основными предложениями по совершенствованию услуг на предприятии «Канапе» является:

1. Разработка и реализация мероприятий по внедрению новых направлений выездного обслуживания (социальный, индустриальный и корпоративный кейтеринг);

2. Использования маркетинговых коммуникаций, такие как контекст рекламы в интернете, билборд и другие для совершенствования деятельности компании Канапе. Был проведен просчет рентабельности и эффективности бизнеса, что дает нам без сомнения сказать, что проект будет востребованным и прибыльным.

Благодаря предложенным рекомендациям компания «Канапе» закрепится на рынке кейтеринговых услуг в городе Саратов и займет лидирующие позиции в условиях жесткой конкурентной борьбы.

