

## ОСОБЕННОСТИ КЛАССИФИКАЦИИ КЕЙТЕРИНГОВЫХ УСЛУГ

© 2011 Л.Х. Мухаметзянова\*

**Ключевые слова:** кейтеринговые услуги, корпоративное питание, ценовой сегмент, сфера обслуживания, систематизация классификации по видам организации деятельности.

Рассматриваются хронологические границы появления кейтеринга как самостоятельного явления в бизнес-процессах. Дается определение кейтеринговых услуг. Приводится систематизированная классификация кейтеринговых услуг на основе анализа и обобщения имеющихся классификаций.

В России кейтеринг как направление в сфере бизнеса возник в 90-х гг. XX в. во время активного развития большинства отраслей новой российской экономики, в том числе ресторанного бизнеса и смежных с ним форматов. Кейтеринг начал развиваться преимущественно как выездное ресторанное обслуживание мероприятий - событийный кейтеринг (event catering, от англ. event - мероприятие, событие и cater - снабжать провизией), утвердившись в то же время и в следующих сегментах:

- ◆ корпоративном питании (управление точками обслуживания в бизнес-центрах, организация обедов в офисе);
- ◆ доставке готовых блюд;
- ◆ обеспечению питанием служащих государственных объектов.

Первые кейтеринг-компании в постперестроечной России представляли собой представительства иностранных компаний, например, французская компания "Потэль и Шабо" с 200-летней историей в 1989 г. открыла свое представительство в г. Москве.

В дальнейшем стали появляться российские компании: в 1993 г. в Москве образовался РВО "Фигаро", в 1994 г. - компания "Калитники", в 1996 г. открылся "Concord Catering" в Санкт-Петербурге<sup>1</sup>.

Наиболее активно данная отрасль развивалась преимущественно в Санкт-Петербурге и Москве. После кризиса 1998 г. для многих компаний, занимающихся ресторанным бизнесом, оказание кейтеринговых услуг стало успешной формой диверсификации бизнеса и позволило не только сохранить фирмы, но и добиться стабильного развития и получения прибыли.

В регионах кейтеринговые услуги появились около 10 лет назад, что объясняет отставание в этой сфере многих крупных городов России. Банкетное обслуживание в том или ином виде существовало всегда, можно говорить о появлении специализированных компаний и активном развитии бизнеса в российских городах примерно с 2001-2002 гг. До кризиса 2008 г. бурный рост направления можно было наблюдать в Иркутске, Нижнем Новгороде, Самаре, Перми, Краснодарском крае<sup>2</sup>.

По данным агентства маркетинговых исследований "DISCOVERY Research Group", объем российского рынка кейтеринга с 2008 г. составляет более 380 млн. долл.<sup>3</sup> Что касается темпов роста, то в этом вопросе мнения специалистов расходятся: по одним данным, российский рынок кейтеринга ежегодно увеличивается на 15-20%, по другим - темпы ежегодного роста рынка выше и составляют в среднем около 30-35%.

Само понятие "кейтеринг" (ocatering - общественное питание) трактуется, в основном, как выездное ресторанное обслуживание в согласованное место и время в любом помещении, которое выбирает клиент. Но, учитывая, что современный кейтеринг включает в себя и мобильное оказание услуг, и организацию выездных банкетов, и проведение фуршетов, и новогодние мероприятия, и свадебные торжества, и корпоративные вечера, и оперативную доставку нужного инвентаря для проведения мероприятий, то это понятие более объемное и включает в себя все, что связано с обслуживанием каждого мероприятия.

*Кейтеринговые услуги* - это комплекс услуг по приготовлению и доставке пищи, об-

\* Мухаметзянова Лилия Халиловна, аспирант Самарского государственного экономического университета. E-mail: givanchygirl@mail.ru.

служиванию, сервировке, оформлению помещения, т.е. полному сопровождению организуемого мероприятия.

В настоящее время не существует единой классификации кейтеринговых услуг. Проанализировав встречающиеся в специализированной литературе классификации, мы предлагаем выделить 2 блока - классификацию кейтеринговых услуг по ряду признаков и по видам предоставляемых услуг.

### **Классификация кейтеринговых услуг**

#### **1. По ценовому сегменту**

Выделяются услуги в низком, среднем и верхнем ценовом сегменте выездного ресторанного обслуживания.

*Низкий ценовой сегмент* - наиболее многочисленный. Сравнительно небольшую цену могут предложить большое количество фирм, соответственно, увеличивается конкуренция и повышается качество услуг.

*Верхний ценовой сегмент* - самый малочисленный. Это компании, которые могут оправдать высокие цены своим имиджем и качеством услуг.

*Средний ценовой сегмент* шире верхнего сегмента, но по количеству операторов он несопоставим с низким сегментом. По оценкам экспертов, среднеценовой сегмент рынка выездного ресторанного обслуживания сейчас растет наиболее динамично. Количество мероприятий в компаниях-заказчиках в последнее время увеличивается, а бюджеты не позволяют заказывать все мероприятия у операторов уровня люкс, поэтому происходит активное смещение в средний сегмент.

#### **2. По сферам деятельности**

*Стационарное ресторанное обслуживание* (приготовление пищи в помещении) - процесс многогранный, включающий в себя предоставление кейтеринговых услуг на территории обслуживающей стороны. Ресторан кейтерингового обслуживания может предложить свои, разработанные профессионалами, сценарии и оформление праздников, банкетов, фуршетов и т.д. В основном этот вариант подходит для заказчиков, не располагающих местом проведения мероприятия. В последнее время данное обслуживание уступает выездному, так как после кризиса 2008 г. заказчики стремятся экономить и не платить за аренду помещения.

*Выездное ресторанное обслуживание* (приготовление пищи вне помещения) для проведения фуршетов, банкетов, корпоративных мероприятий, неофициальных деловых встреч, VIP-вечеринок, свадебных торжеств и других праздников завоевывает все большую популярность. Ведь помимо по-настоящему изысканной трапезы кейтеринговые компании предоставляют услуги по тематическому проведению различных мероприятий.

На рынке ресторанных услуг существуют компании, узко специализирующиеся на выездном ресторанном обслуживании мероприятий. Впрочем, это скорее исключение, чем правило. Такие компании качественно развивают как саму услугу, так и технологии работы по ее предоставлению, однако в сегодняшней российской практике они имеют меньшую устойчивость в выживании на конкурентном рынке. Поэтому чаще выездное ресторанное обслуживание мероприятий соседствует в портфеле бизнесов компании с одним или несколькими видами деятельности. Это могут быть традиционный ресторанный бизнес, доставка готовых блюд (пицца, суши и т.д.), корпоративное питание в формате доставки готовых обедов в ланч-боксах или управления корпоративными столовыми (полного цикла или в виде линии раздачи без пищевого производства на месте), а также такие услуги, как клининг, дизайн (чаще флористика) и организация мероприятий (создание концепции, написание сценария и программы мероприятия, составление развлекательной программы, подбор артистов, аниматоров и т.д.).

Все больше кейтеринговых компаний для развития своего бизнеса применяют новые, неординарные подходы: предоставление вегетарианского меню, индивидуальный подсчет калорий в предлагаемых блюдах, бессолевые и низкокалорийные диеты.

*По степени готовности блюд к потреблению.* Многие компании, заботясь о питании своих сотрудников, обращаются к услугам кейтеринговых компаний. В данном виде кейтеринга также можно выделить три направления: приготовление обедов в офисе клиента, доставка полуфабрикатов с последующим доведением блюд до готовности и раздача готовых обедов в одноразовой посуде.

*По месту приготовления блюд.* Кейтеринг-услуги предоставляются рестораном на территории заказчика с использованием его оборудования для приготовления блюд. Заказчик и ресторан, предоставляющий услугу социального кейтеринга, заранее оговаривают дату, меню, особенности сервировки и обслуживания. В обязанности ресторана входит также уборка помещения после проведения мероприятия. Услугами социального кейтеринга пользуется заказчик при организации семейного торжества. При этом ресторан может предоставить заказчику, согласно договору, отдельные предметы для сервировки стола и аксессуары.

*Розничная продажа готовой кулинарной продукции* - это торговля продуктами питания (бутербродами, мучными кондитерскими изделиями, упакованными в целлофановую пленку), а также прохладительными напитками во время проведения спортивных соревнований, фестивалей, карнавалов.

*VIP-кейтеринг* - предусматривает выездное ресторанное обслуживание с привлечением высококвалифицированных поваров, официантов. В помещении заказчика и под его наблюдением осуществляются обработка продуктов и приготовление блюд. Данные работники могут сопровождать заказчика в его длительных турне.

*Кейтеринг напитков и коктейлей (выездной бар)* - услуга выездного бара является активным самостоятельным звеном в проведении праздничных и тому подобных мероприятий или полноценно сопутствует кейтерингу. Следует отличать понятие "коктейльный кейтеринг" от такого вида выездного ресторанного обслуживания, как "коктейль", хотя корни, безусловно, общие. Выездной бар - это, прежде всего, наличие на мероприятии непосредственно бара, а именно: мобильной, сборной конструкции, позволяющей, где бы то ни было, организовать полноценный процесс приготовления коктейлей. Также подразумевается работа специалистов (бармен, помощник бармена, официанты), наличие барного оборудования, инвентаря, посуды, доставка на место проведения алкоголя, соков, напитков, фруктов, льда и т.д., в общем, всего комплекса мер и средств, необходимых для приготовления в отдельном взятом месте (не зависимо от наличия помещения) коктейлей и микс-дринков.

### **3. По видам обслуживания**

Кейтеринг-услуги в сфере обслуживания делятся на 2 вида: корпоративное обслуживание и индивидуальное обслуживание.

*Корпоративное обслуживание* достаточно однообразно, поскольку включает в себя, как правило, приготовление завтраков, обедов, иногда ужинов. Основными потребителями кейтеринговых услуг в России являются именно корпоративные клиенты, доля корпоративных заказов составляет порядка 70%<sup>4</sup>.

Подвидом корпоративного обслуживания является обслуживание государственных учреждений. Он подразумевает кейтеринг-услуги в школах, больницах, других государственных учреждениях и ведомствах. Как правило, питание в учреждениях организуется на местах, но если возникает необходимость в более качественной пище или отсутствуют внутренние условия обеспечения, в таком случае приглашают поставщика кейтеринг-услуг со стороны. Обслуживание госучреждений входит в нишу низкобюджетного или среднекачественного сектора.

*Индивидуальное обслуживание* (обслуживание частных клиентов) предполагает обеспечение необходимым сервисом самых различных мероприятий: приемов, завтраков, обедов и ужинов. Количество гостей здесь относительно невелико, приемы не столь пышные по сравнению с корпоративными, бюджеты заметно ниже.

Почти все поставщики занимаются как корпоративным, так и индивидуальным обслуживанием, но их пропорциональное соотношение складывается по-разному. Сочетание нескольких направлений деятельности приносит в работу приятное разнообразие, поскольку в обоих случаях требуются различные подходы и стили обслуживания, а возникающие по ходу дела проблемы также обладают различным характером.

### **4. По видам организации деятельности**

Мероприятия могут быть самыми разнообразными: организация фуршетов, "шведских столов", буфетов, коктейлей, пикников, барбекю, кофе-брейков, разнообразных праздников и т.д., соответственно, и применяемый комплекс услуг на этих мероприятиях различен.

### 5. По виду компании, оказывающей кейтеринговые услуги

В данном случае выделяют компании, занимающиеся оказанием только кейтеринговых услуг - кейтеринг-операторы, и компании, для которых кейтеринг является дополнительной услугой к основной деятельности.

*Кейтеринг-операторы* - компании, для которых кейтеринг является основным видом деятельности. Кейтеринг-операторы находятся в более выгодном положении - наличие выгодных заказов, специального технологического оборудования и т.д. Но недостатком является ярко выраженная зависимость количества заказов от сезона. Порядка 25-35% всего объема оказываемых услуг приходится на декабрь - большинство корпоративных клиентов непременно проводят мероприятия для своих сотрудников. Следующими по загруженности месяцами являются летние - за счет корпоративных пикников на открытом воздухе. Февраль и март, а также сентябрь и октябрь заполняются в основном мероприятиями делового характера, а такие месяцы, как ноябрь и январь, зачастую спокойные и неприбыльные.

*Компании, для которых кейтеринг является дополнительной услугой к основной деятельности.* К компаниям, предоставляющим кейтеринговые услуги в качестве

дополнения к основной деятельности, можно отнести рестораны, кафе и другие предприятия питания, цели которых - сохранить бизнес в условиях кризиса за счет расширения спектра относительно недорогих услуг либо увеличить прибыль предприятия в связи с выходом на новый уровень развития.

В условиях кризиса внедрение услуг кейтеринга дает возможность многим предприятиям питания оставаться конкурентоспособными участниками рынка. Кейтеринг - это привлечение дополнительных клиентов без увеличения числа посадочных мест, расширение аудитории без открытия новых точек. В этом случае стационарные рестораны, оказывая услуги кейтеринга, загружают кухню, значительно минимизируют риски, избегают простоев.

В то же время организация кейтеринга - процесс сложный и многогранный, включающий в себя продумывание общей концепции предстоящего мероприятия. Празднование дня рождения в удобном для заказчика месте, свадебные торжества, кофе-брейк на конференциях, выездное обслуживание банкетов, корпоративная новогодняя вечеринка - мероприятия разной тематической направленности, которые требуют от специалистов по кейтерингу новых креативных идей для их

**Классификация кейтеринговых услуг**

Наименование признака	Виды кейтеринговых услуг
1. По ценовому сегменту	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Услуги в низком ценовом сегменте</li> <li>• Услуги в среднем ценовом сегменте</li> <li>• Услуги в верхнем ценовом сегменте</li> </ul>
2. По сферам деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стационарное обслуживание</li> <li>• Выездное обслуживание</li> <li>• По степени готовности блюд к потреблению</li> <li>• По месту приготовления блюд</li> <li>• Розничная продажа готовой кулинарной продукции</li> <li>• VIP-кейтеринг</li> <li>• Кейтеринг напитков и коктейлей</li> </ul>
3. По видам обслуживания	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Корпоративное (подвид - обслуживание государственных учреждений)</li> <li>• Индивидуальное</li> </ul>
4. По видам организации деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Организация фуршетов</li> <li>• Организация "шведских столов"</li> <li>• Организация буфетов, коктейлей</li> <li>• Организация пикников</li> <li>• Организация барбекю</li> <li>• Организация кофе-брейков</li> <li>• Организация разнообразных праздников</li> </ul>
5. В зависимости от вида компании, оказывающей кейтеринговые услуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Кейтеринг-операторы</li> <li>• Компании, для которых кейтеринг является дополнительной услугой</li> </ul>

проведения, чтобы каждое событие стало оригинальным и запоминающимся.

В зависимости от признака, положенного в основу классификации, все кейтеринговые услуги можно разделить на виды и разновидности (см. таблицу).

Таким образом, кейтеринг - достаточно новое направление в сфере обслуживания. Мероприятия, устраиваемые кейтеринговыми компаниями, зачастую подразумевают работу по обслуживанию каждого нового мероприятия на новой площадке, в новых условиях, с разнообразными вкусовыми и развлекательными пристрастиями клиентов. Такая специфика делает этот вид деятельности более сложным по сравнению с обслуживанием мероприятий в стационарном ресторане и, следовательно, требует дополнительных управленческих и организационных усилий, так как каждый заказ индивидуален и зачастую уникален. То есть в современных условиях уже нельзя говорить о работе кейтеринг-оператора "под копирку". В то же время в связи с более быстрой окупаемостью кейтеринг на сегодня - один из самых динамично развивающихся форматов российской индустрии питания, поэтому помимо профессиональных участников встречается большое

количество частных предпринимателей, которые обслуживают небольшое количество офисов, и цены на их услуги сравнительно ниже.

Спектр кейтеринговых услуг в современном обществе широк, разнообразен и динамичен. В соответствии с веянием времени, изменением качества жизни населения, изменением характера покупательского спроса кейтеринговые компании должны для поддержания бизнеса конкурентоспособным постоянно совершенствовать уже внедренные услуги и предлагать новые. Например, в последнее время в разряд кейтеринговых услуг можно отнести и эксклюзивное фирменное оформление блюд, и корпоративные подарки, и обслуживание благотворительных мероприятий, и изготовление фирменной продукции, и обслуживание срочных, зачастую сложных и нестандартных заказов.

---

<sup>1</sup> Кулбаев В. Ресторан, который везде с тобой. URL: <http://caterer.com.ua/restoran-kotoryj-vezdes-toboj>.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Рынок кейтеринговых услуг в России: текущее состояние и перспективы развития : аналит. отчет агентства "DISCOVERY Research Group". М., 2008.

<sup>4</sup> Там же.

*Поступила в редакцию 11.07.2011 г.*