

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА КЕЙТЕРИНГОВЫХ УСЛУГ В РОССИИ

© 2012 Л.Х. Мухаметзянова*

Ключевые слова: рынок кейтеринговых услуг, услуги предприятий питания, внутрикорпоративные проекты, формат обслуживания, ассортимент блюд, циклическое меню.

Рассматривается развитие российского рынка кейтеринговых услуг в сложных экономических условиях. Определяются перспективные направления дальнейшего становления рынка кейтеринговых услуг.

В России рынок кейтеринговых услуг начал формироваться в 1990-е гг. и пережил уже два кризиса - кризис 1998 г. и кризис 2008 г. Кейтеринг стал активно развиваться в г. Москве с 1993-1994 гг. (в 1986 г. открылась компания "КорпусГрупп": "Фигаро", "Парад", "ЛаньЧ", в 1993 г. - "Sodexo", в 1994 г. - "Калитники Кейтеринг", в 1996 г. - "Concord Catering", в 1998 г. - "Янис Кейтеринг"), в г. Санкт-Петербурге - немного позже, а в других крупных городах России - с начала 2000-х гг. В настоящее время услуги кейтеринга - один из самых перспективных сегментов рынка услуг предприятий питания. Формируют рынок кейтеринговых услуг независимые кейтеринг-структуры (кейтеринг-операторы) и компании, пришедшие из ресторанного и гостиничного бизнеса.

Самым благоприятным периодом в развитии российского рынка кейтеринга были 2003-2008-е гг. До 2008 г. ежегодно на рынке появлялось около 15 новых компаний. В это время начали функционировать такие крупные компании, как "ChanteCler" (2004 г.), "Diamond Catering" (2005 г.), "Министерство кейтеринга" (2006 г.).

Российский рынок кейтеринга в настоящее время динамично развивается и еще не достиг своего насыщения. По оценке компании "Экспресс-Обзор", по итогам 2007 г. рынок кейтеринга занял лишь 1,8% от своей потенциальной емкости при условии роста в диапазоне 30-35%.

Ситуация на кейтеринговом рынке с 2008 г. осложнилась по следующим причинам.

Во-первых, в связи с кризисом ужесточилась конкуренция, многие крупные фирмы приняли решение о снижении цен на кейте-

ринговые услуги, что, соответственно, привело к снижению рентабельности небольших кейтеринговых предприятий.

Во-вторых, с целью выстоять в кризисных условиях кейтеринговое направление стали интенсивно осваивать рестораны традиционного обслуживания. В результате кейтеринг-операторы были вынуждены понижать цены на свои услуги для привлечения клиентов, что в большинстве случаев приводило к прекращению деятельности предприятия из-за нерентабельности бизнеса.

Реальное положение дел на рынке кейтеринговых услуг с 2008 г. отследить достаточно сложно, так как разные маркетинговые компании, проводившие исследования рынка в 2008-2010 гг., приводят разные данные. Например, по данным агентства "DISCOVERY Research Group", объем российского рынка кейтеринга в 2008 г. составил около 300-370 млн долларов США¹,

Темпы роста российского рынка кейтеринга до 2008 г. ежегодно увеличивались, по одним данным - на 15-20%, по другим - ежегодного роста рынка составляли в среднем около 30%. И те и другие данные характеризуют положительные тенденции роста рынка и большой потенциал для его расширения.

В 2008 г. российский рынок кейтеринга был преимущественно сконцентрирован в Москве и Санкт-Петербурге. На рынок Москвы приходилось порядка 62% от общего объема рынка кейтеринга в России, на Санкт-Петербург - 22%. Нестолличные регионы в совокупности составляют лишь 16% от объема российского рынка кейтеринга.

С 2008 г. изменилась бизнес-концепция кейтеринга, а соответственно, и стандарты

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

обслуживания и предоставления услуг. Наиболее востребованным в отрасли стал средний ценовой сегмент. В то же время многие кейтеринговые компании сосредоточились на премиум-классе, так как спрос на услуги высокого качества начал расти еще до финансового кризиса.

На результатах 2009 г. уже отразилась сложившаяся кризисная ситуация в стране. Согласно оценкам экспертов компании «АМИКО», объем российского рынка кейтеринга в 2009 г. составил около 440 млн долларов США, что на 17% больше, чем в 2008 г.² В то же время данная цифра говорит о небольшом приросте рынка по сравнению с прогнозами - потенциальный прирост рынка оценивался экспертами в 38%.

Потенциальная емкость московского рынка кейтеринга в 2009 г. экспертами определялась в размере около 1 млрд долларов США. В реальности в 2009 г. совокупный оборот московских кейтеринговых компаний составил порядка 267 млн долларов США.

За период с января по февраль 2009 г. рост рынка кейтеринга произошел на 10-15%. Во второй половине 2009 г. экономическая ситуация в стране несколько улучшилась, в результате чего с марта по май произошел рост рынка кейтеринговых услуг на 20-25%, а в летний период - до 50% (по сравнению с показателями 2008 г.)³.

В 2009 г. кейтеринговая отрасль ориентировалась на мероприятия, поддерживающие развитие бизнеса и клиентских отношений, презентацию новых товаров. В течение года практически не развивалось внутрикорпоративное направление, так как многие фирмы старались урезать бюджет именно в области проведения различных корпоративных мероприятий, ограничиваясь фуршетом или банкетом.

В 2009 г. многие ресторанные компании для выхода из кризисной ситуации стали оказывать кейтеринговые услуги, в результате лидировали два формата обслуживания - банкеты и фуршеты.

В 2009 г. конкуренция на рынке кейтеринга продолжала расти. В большинстве случаев клиенты кейтеринговых компаний стали более требовательны к качеству услуг, в результате чего кейтеринговым компаниям при-

шлось разрабатывать новые нестандартные предложения на основе технологических решений и внешней атрибутики.

В 2010 г. спрос на кейтеринговые услуги вырос, так как ситуация на рынке кейтеринга стала постепенно нормализовываться, кейтеринговые компании вернулись к внутрикорпоративным проектам, хотя и с гораздо меньшими бюджетами.

Положительная динамика была особенно заметна в летний период, так как многие компании возобновили корпоративные праздники.

Рынок кейтеринговых услуг в 2008-2010-х гг. сохранил положительные тенденции роста прибыли.

Несмотря на положительные тенденции, уровень конкуренции на рынке кейтеринга остался достаточно высоким. Потенциальные клиенты кейтеринг-операторов особое внимание стали обращать на качество обслуживания и уровень профессиональной компетенции персонала. Многие кейтеринговые компании в 2010 г. подверглись реструктуризации.

В 2010 г. на территории России функционировало более 500 крупных кейтеринговых компаний. Лидирующие позиции заняли примерно 30 фирм, среди которых главенствующими являются московские и петербургские компании - «Sodexho», «Корпус Групп» («Фигаро», «Parad Catering» и «ЛаньЧ»), «Potel&Chabot», «Fusion Management» («Бризоль», «ШексПир», «RU catering» и «Fork»), «Мега фудс», «Мастер Фуд», «Улей Кейтеринг», «Новиков Кейтеринг» и др.

По оценкам специалистов, на рынок кейтеринга ежегодно приходит 15 новых компаний, а прекращают свою деятельность 20 компаний, что говорит о продолжающемся становлении рынка кейтеринговых услуг.

Таким образом, можно утверждать, что российский рынок кейтеринга в 2008-2010-е гг. характеризуется серьезной конкуренцией внутри отрасли и размытостью ценовых сегментов из-за последствий мирового экономического кризиса, а также быстрым совершенствованием кейтеринг-технологий с тенденцией развития среднего ценового сегмента. Многие крупные кейтеринг-операторы, как столичные, так и региональные, произвели внутрифирменные структур-

ные изменения, ужесточили требования к принимаемому на работу персоналу, разработали новые интересные направления и услуги в отрасли кейтеринга с целью привлечения потенциальных клиентов.

Дальнейшие перспективы развития рынка кейтеринговых услуг связаны с активным привлечением инвестиционных средств в сферу кейтеринга, в результате чего кейтеры совершенствуют свою деятельность по следующим направлениям:

1. Расширение ассортимента блюд в связи с модными тенденциями питания в обществе. Все больше населения стремится вести здоровый образ жизни, правильно питаться, соблюдать различные посты, уделять внимание составу компонентов в каждом блюде предлагаемого клиентам меню в плане количества калорий, содержания консервантов, красителей, лактозы, сахара, соли и т.д.

2. Кейтеринговые компании вводят циклическое меню, которое повторяется через определенный промежуток времени - 2, 3 или 4 недели, так как одной из проблем в сегменте корпоративного питания остается однообразность меню, когда блюда долго не меняются и приедаются.

3. В последнее время операторы кейтеринга разрабатывают и предлагают заказчикам комплекс дополнительных услуг, включающий приготовление свежесжатых соков, молочных коктейлей, суши, роллов, доставку чая, кофе, десертов и фруктов прямо в рабочие кабинеты, установку в офисе кулеров с водой, вендинговых аппаратов, обслуживание переговорных комнат.

4. Совершенствование гибкости и мобильности кейтеринговых компаний.

5. Повышение качества предоставляемых услуг.

6. Разработка меню с учетом индивидуальных потребностей участников мероприятия, так как одним из ограничений кейтеринга является отсутствие индивидуального подхода - общее меню готовится для всех приглашенных на мероприятие.

7. Организация логистики, проведение грамотной маркетинговой политики и исследований рынка, максимальное использование всех имеющихся ресурсов.

8. Оптимизация работы и поиск новых каналов продвижения собственных услуг.

9. Разработка квалифицированного коммерческого предложения кейтеринг-операторами, так как большинство компаний на рынке кейтеринга пока еще не нашли и не сформулировали свое конкурентное преимущество и уникальное предложение. Конечно же, есть исключения, например, "Выездная Трапеза Пушкинь" может по праву считаться самым премиальным из кейтерингов. "Concord Catering" бесспорно лидирует по количеству предлагаемых накрытий и разнообразию декора стола. "Антураж-Кейтеринг" позиционируется как первый экологичный кейтеринг России.

¹ Рынок кейтеринговых услуг в России: текущее состояние и перспективы развития : аналит. отчет агентства "DISCOVERY Research Group". М., 2008.

² Кейтеринг. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki>.

³ Рынок кейтеринга : вышли из кризиса, вошли во вкус. URL: <http://www.pischeblog.ru/2010/11/19/rynok-kejteringa-vyshli-iz-krizisa-voshli-vo-vkus>.

Поступила в редакцию 04.05.2012 г.