

Поняття кейтерингу

Визначення цього терміна дано в сучасному економічному словнику, в якому сказано, що кейтеринг - це доставка в офіс, на підприємство готових страв та розгортання невеликої їдальні або буфету, підігрів страв та прибирання посуду здійснюється обслуговуючим

виїзним персоналом - кухарями та офіціантами. Насправді поняття кейтерингу набагато ширше. Він включає не тільки виїзне ресторанне обслуговування та доставку їжі додому чи офісу. Кейтерингові компанії організують практично будь-де проведення різних заходів: виїзний банкет, фуршет, барбекю, коктейль, кава-брейк або іншу форму обслуговування. Іншими словами, кейтерингові компанії обслуговують клієнта, що називається, «під ключ», надаючи клієнтам все необхідне проведення того чи іншого виїзного заходу. (С. В. Булаєв)

Кейтеринг (англійське слово catering; від слова cater, що означає "постачання провізії") є гілкою громадського харчування, орієнтованої на надання послуг на віддалених точках. Він включає всі служби та компанії, що займаються наданням підрядних послуг, пов'язаних з організацією харчування приватних осіб та співробітників різних компаній.

Кейтеринг зосереджується на обслуговуванні виїзного типу, а також різноманітних заходів та роздрібному продажу кулінарних готових продуктів. Він, по суті, є професійним виїзним обслуговуванням людей, які потребують харчування, а також заходів і свят різних форматів.

При кейтерингу не лише доставляють готові страви, а й забезпечують сервірування столу, прибирання приміщень, обслуговують клієнтів, розливають та подають напої гостям, можливе замовлення офіціантів тощо.

До головної гідності цього обслуговування відносять його мобільність та здійснення у місцях перебування клієнтів. Він чудово підходить, коли йдеться про день народження, банкет, пікнік, весілля, дитячий або корпоративний захід і т. п.

Кейтеринг, крім безпосереднього обслуговування клієнтів, передбачає:

підготовку меню та підрахунок його вартості;

проведення тестингу (це попередня проба страв з метою їхнього оцінювання замовниками);

підготовку кейтерингового сценарію - зі складанням схеми обслуговування, плануванням часу, підготовкою графіка етапів кейтерингу, керуванням потоками;

проведення зонування території та підготовку технічного плану приміщення;

складання транспортного плану, списків співробітників, схеми вивезення та ввезення, інструктажу персоналу та координування його зі службами, що займаються обслуговуванням івенту (події).

Про історію кейтерингу

Поява кейтерингу пов'язується з ім'ям Жана-Франсуа Вателя. Їм влаштовувалися шикарні бенкети для двору Людовіка XIV (він був, як відомо, королем Франції), що відрізнялися грандіозністю, про яку досі пам'ятають і говорять у школах з підготовки рестораторів.

Під час Вателя важливою стороною кейтерингу було забезпечення людей смачною та корисною їжею, а також у ціні була вражаюча оригінальна подача-презентація страв, що відрізняється унікальністю сервірування.

Задля того, щоб здивувати запрошену на смачний захід публіку, Ватель співпрацював із магами, артистами, письменниками, музикантами, які на його запрошення нерідко відвідували організовані ним бенкети.

Вателя вважали видатним кухарем. Але ще йому вдавалася чудова організація святкових та офіційних бенкетів. Його не приваблювала буденність у прийомі людьми їжі, їм цей прийом перетворювався на мистецтво.

Поступово відбувався розвиток кейтерингу як окрема галузь у громадському харчуванні.

Найраніша записана розповідь про кейтерингові послуги відноситься до 1778, коли в США, у Філадельфії був бал, що обслуговується Цезарем Краншеллом, організований, щоб відсвяткувати від'їзд британського генерала Вільяма Хоу. Кейтеринговий бізнес США почав формуватися близько 1820 року, зосередившись у Філадельфії.

У 1820-му році в Парижі шеф-кондитером Жаном-Франсуа Потелем і знаменитим при королівському дворі кухарем Етьєном Шабо була заснована одна з перших в історії кейтерингових компаній. Потель та Шабо організували заходи, на яких були присутні королі та глави держав, люди мистецтва та великі компанії.

Кейтерінг - респектабельний та прибутковий бізнес. Рання промисловість громадського харчування США була заснована афро-американцями.

Індустрія в США почала професійно розвиватися під керівництвом Роберта Богла, якого визнано «творцем громадського харчування». До 1840 року сформувалося друге покоління філадельфійських чорношкірих виробників, які почали об'єднувати свої підприємства громадського харчування з ресторанами, що їм належать.

Загальне використання слова caterer з'явилося в 1880-х роках, коли місцеві каталоги стали перераховувати численні магазини громадського харчування. В індустрію зрештою перейшли білошкірі бізнесмени, і до 1930-х років підприємства чорношкірих практично зникли.

До 2000-х років почали набирати популярність особисті послуги шеф-кухаря і все більше жінок почали займатися цими послугами. Кейтеринг продовжував розвиватися та поширюватися на багато країн.

У СРСР часто користувалися послугами шеф-кухарів, які займалися приготуванням їжі в їдальнях або ресторанах і доставляли її людям, наприклад, весілля чи ювілеї. Цей бізнес був фактично підпільним.

Якщо говорити про світовий ринок кейтерингової індустрії, його активний розвиток почав відбуватися в Сполучених Штатах на початку 20-го століття, коли почалося масштабне зведення хмарочосів. Потрібна була організація харчування робітників, що займалися будівництвом. У той же час харчування потребували і співробітники промислових великих підприємств, і офісні працівники бізнес-центрів у США та Європі. Це вимагало, щоб більш ефективна організація робочого дня.

Кейтерінг став упевнено підкорювати всі країни та континенти, особливо Європу та її країни.

Про лідерів світової кейтеринг-індустрії. Популярність та переваги кейтерингу. Привабливість кейтерингового бізнесу та ризики у ньому

Інформація, що стосується лідерів світової кейтеринг-індустрії, є наступною:

«Лідерами світової кейтеринг індустрії є Корпорація «Compass Group» (Великобританія) – по всьому світу надає послуги VIP-кейтерингу, здійснює організацію харчування в аеропортах та організацію соціального харчування (обслуговує 23 армії різних держав).

Другий за величиною лідер світової кейтеринг індустрії - міжнародна група «Sodexo» (Франція) налічує більше

380 000 співробітників, які працюють на 33 900 об'єктах у 80 країнах світу. Sodexo надає послуги з організації харчування для різних галузей бізнесу, включаючи промисловість, віддалені об'єкти, медичні та освітні установи, виправні установи, будинки для людей похилого віку».

Популярність та переваги кейтерингу

Кейтеринг сьогодні надзвичайно популярний у всьому світі, і ця його популярність перманентно зростає. Кейтеринг демонструє високу якість та велику швидкість надання послуг – як окремим особам, так і компаніям.

Приватні особи користуються кейтерингом, коли влаштовують на повітрі (поруч із будинком або за містом) пікніки. Його використовують корпоративники, замовляючи у фуршети, банкети, кава-брейки. Буває, що послугами кейтерингу користуються у випадках, коли місце перебування людей влаштовує (наприклад, готель), але не влаштовує кухню.

Багато людей замовляють кейтеринг, що є елегантною та оригінальною послугою. Адже кейтеринг може запропонувати щось цікавіше та незвичайніше, ніж проведення урочистостей кафе чи ресторану. Якщо, скажімо, потрібно відсвяткувати якусь подію, за допомогою кейтерингу це можна зробити в неординарному місці (наприклад, на лісовій галявині), можна отримати незабутні враження як від місця проведення заходу, так і від смачної їжі, від унікального оформлення столу, від його особливого сервірування та висококласного професійного обслуговування.

Коли люди організують свята, вони часто зупиняють вибір саме на кейтерингу. Адже він відрізняється високою мобільністю, його проведення можливе і в банкетному чи актовому залі, або на мальовничій лісовій галявині, або на яхті, або у руїнах старого замку тощо.

Кейтеринг хороший тим, що з його допомогою клієнтам реально вийти за рамки повсякденності, отримавши незабутні яскраві враження та позитивний заряд від життя, за його допомогою можна відчувати життя у всій його повноті, відчувати себе частиною прекрасної обстановки.

Головною перевагою кейтерингу є реалізація за його допомогою (за допомогою виїзного ресторану) зручного повноцінного харчування на будь-якому майданчику.

Кейтеринг, до речі, може відрізнятись дуже серйозною грандіозністю. Так, Кирило Погодін, засновник проекту CateringConsulting.ru зазначив [4]:

«Запит на незвичайне обслуговування в кейтерингу справді не рідкість. Так, наприклад, одна велика компанія захотіла привітати своїх партнерів, розсилаючи їм продуктові посилки разом з офіціантами, які сервірували та обслуговували витончений ланч прямо в офісі. А одного разу в пітерському метро, коли одну зі станцій було з технічних причин закрито і недоступно для пасажирів, кейтерингова компанія організувала обслуговування прямо на платформі станції метрополітену до 6 години ранку. На тлі таких витівок масляні гуляння, де все оформлено в російському народному стилі, кухарі печуть величезну кількість млинців, оладок і пиріжків, морс і медовуха ллються рікою, вже навіть не здаються чимось грандіозним».

В даний час люди активно користуються послугами: доставки обідів в офіс, організації корпоративних вечірок та різноманітних урочистих заходів на природі, в котеджах за містом, у старовинних орендованих особняках або в інших будинках, що мають історичне підґрунтя. Людям іноді потрібні будинки, де потрібно влаштувати захід на тисячу гостей та більше. Цим займаються кейтери.

В рамках кейтерингу організовується якісне харчування у приємній обстановці та на високому рівні. Кейтеринг дуже часто використовується, коли влаштовуються свята, банкети, корпоративні заходи, заходи ділові, весілля, дні народження, літні пікніки, виїзні фуршети. При цьому він вражає абсолютною свободою вибору місць для проведення заходів, різноманітністю сценаріїв для свят та меню для виїзних фуршетів.

Привабливість кейтерингового бізнесу та ризики у ньому

Привабливість кейтерингового бізнесу полягає, перш за все, у можливості замовлення відповідних послуг на конкретну та досить велику кількість гостей. За рахунок цього можна багато та швидко заробити.

Якщо ресторан займається кейтерингом, він має більше обсягів обслуговування та вартості продажів у порівнянні з ресторанами, які працюють за традиційною схемою (без кейтерингу).

У звичайному ресторані обслуговують окремі приватні клієнти або невеликих розмірів компанії, а ресторан, що займається кейтерингом, забезпечує обслуговування на виїзді одночасно десятків, сотень і навіть тисяч гостей. У приміщенні ресторану таке обслуговування було б

нереальним. Стільки гостей ресторан, що не займається кейтерингом, міг би обслужити протягом ряду днів, тижнів, місяців.

Коли ресторан бере участь у проведенні заходу за допомогою кейтерінгу, він взаємодіє з одним клієнтом, а обслуговує дуже багато людей. Це, як кажуть, живі гроші. При цьому та сама кейтерингова компанія (ресторан) може обслуговувати багато заходів, збільшуючи, відповідно, свої доходи.

Коли компанія (ресторан) займається кейтерингом, вона може продавати додаткові різноманітні продукти та послуги у великих обсягах. Вона/він може займатися продажем алкогольних та безалкогольних напоїв, орендою місця проведення заходу, оформлювальними послугами (оформлення майданчиків та столів), організацією програм розважального жанру, наданням в оренду обладнання (презентаційного, звукового, світлового та ін.) та меблів, транспорту для гостей заходу і т. д. Все це дає шанси на отримання додаткових доходів (іноді досить значних).

Висока прибутковість кейтерингу можлива лише за хорошого попиту нього і за достатньої чисельності людей, готових за нього платити, а також за високої конкуренції кейтерингової компанії, що досягається в тому числі за допомогою маркетингу та роботи з ризиками.

Кейтеринговим компаніям можна диверсифікувати свою діяльність, розвиваючи нові напрямки бізнесу, це один із способів зниження ризику.

Якщо людина вирішила зайнятися кейтерингом, їй слід розуміти, що ця діяльність пов'язана з ризиками.

«Щоб знизити ризики, експерти рекомендують насамперед добре вивчити ринок, визначитися із сегментом, у якому плануєте працювати, оцінити рівень конкуренції та знайти власну нішу. Перевага бізнесу в тому, що дозволяє розвивати його поетапно, поступово вводячи нові інвестиції. Почати можна з невеликого приміщення та скромного сайту, поступово розкручуючи, розширювати обсяги виробництва чи мережу підприємств. Ще одна проблема, з якою стикається кожен ресторатор та власник кейтерингової компанії – крадіжка серед співробітників. Тому ще на етапі найму персоналу треба наводити довідки про кандидатів, не соромитися ставити запитання їм, а також їхнім колишнім роботодавцям. Також як бухгалтер слід брати фахівця, який раніше працював у ресторанній сфері і знає всі особливості та нюанси виробництва, зможе контролювати процес витрати сировини».