

**Кушинарева Ирина Михайловна**

аспирант, старший преподаватель

**Самигуллин Эльдар Валиевич**

д-р экон. наук, профессор

Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова

г. Бишкек, Кыргызстан

DOI 10.31483/r-99174

## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ КЕЙТЕРИНГОВЫХ УСЛУГ ЗА РУБЕЖОМ**

*Аннотация:* статья посвящена изучению развития кейтеринговых услуг за рубежом. Рассматривается опыт известных кейтеринговых компаний – лидеров мирового рынка кейтерингового обслуживания, а также основные отличия кейтерингового обслуживания в разных странах.

*Ключевые слова:* ресторанное обслуживание, кейтеринг, зарубежный опыт кейтеринга, событийный кейтеринг, корпоративный кейтеринг, кейтеринговые компании, рынок кейтеринговых услуг.

Целью исследования является изучение передового опыта развития кейтеринга в зарубежных странах.

Кейтеринг это организация выездных мероприятий широкого формата, начиная от корпоративного питания, обслуживания массовых мероприятий и до обслуживания небольших групп клиентов.

В отдельных странах кейтеринг-индустрия является высокодоходным сектором экономики.

Так объем современного мирового рынка кейтеринга по данным РБК в 2016 году составлял 70 млрд. долларов США. В 2018 году объем кейтеринговых услуг только лишь в США составил 60 млрд долларов [1].

Зародившись во Франции, кейтеринг постепенно охватил разные страны. Например, в Америке в начале XX века, когда был бурный период развития вы-

сотного строительства, еду для рабочих привозили прямо на строительные площадки, чтобы не тратить лишнее время. Постепенно тренд на доставку еды перешел со строительных объектов на крупные офисные центры и промышленные предприятия [2].

Одной из первых кейтеринговых компаний является компания Compass Group PLS, которая была основана в 1941 году. Компания начала свою деятельность с предоставляла услуги питания для рабочих на военном заводе в Англии во время Второй Мировой войны [3].

В настоящее время компания является лидером кейтерингового обслуживания в Великобритании и имеет представительства за рубежом, в частности и в Москве. Объем продаж компании за 2018 год составил 28,72 млрд.\$, количество сотрудников в компании составило 527180 человек [4].

При организации кейтеринга в каждой стране есть свои особенности, это связано с культурой и обычаями данной страны, однако, именно Европа является одним из центров, где разрабатываются основные тенденции развития кейтерингового обслуживания, что касается новых блюд, продуктов, подачи, а также нового оборудования, новых трендов в обслуживании.

Для нас представляет интерес опыт изучения кейтеринга в европейских странах известными рестораторами Кириллом Погодиным и Людмилой Баяновой, описанный в книге «Кейтеринг. Мировой опыт». В монографии авторы рассматривают основные мировые тенденции в кейтеринге.

В настоящее время Великобритания является одной из стран, формирующих тренды на кейтеринговое обслуживание. Рынок событийного кейтеринга в Великобритании действительно высококонкурентный. В Лондоне несколько десятков абсолютно достойных компаний, которые реально конкурируют за клиента. Основой успеха являются четкий алгоритм работы, специализированные ИТ-решения, отлаженная логистика и опытный персонал. Существует еще один важный момент, про который не должна забывать ни одна кейтеринговая компания в Лондоне – это доступ к популярным площадкам. Самыми престижными,

2 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

---

востребованными и дорогостоящими площадками являются памятники архитектуры, национальные музеи и галереи: Тауэр, Национальная галерея, собор Святого Павла, Tate Modern и тому подобное. С одной стороны, такие площадки сами по себе привлекают большое число клиентов, с другой – список компаний, которые могут работать на них, серьезно ограничен. На сайте каждой крупной площадки можно найти список аккредитованных кейтерингов. Обычно это не более 7–10 компаний. Также авторы К. Погодин и Л. Баянова отмечают, что аккредитацию на проведение мероприятий могут получить только те компании, которые зарекомендовали себя на этом рынке.

Самые востребованные площадки Лондона ежегодно аккредитуют компании, которые могут проводить у них мероприятия. Причем подобная аттестация не является формальностью, и пакет необходимых документов для подтверждения статуса достаточно объемный. Если в Москве в большинстве случаев в приоритете будет стоимость, которую готов заплатить заказчик, то в Лондоне таким приоритетом является долгосрочное сотрудничество, репутация и надежность подрядчика. Поскольку аккредитация на популярных площадках практически гарантирует определенный объем выручки в год, то в основном это компании «высшей лиги», чьи компетенции и репутация не вызывают вопросов. Сложно представить, что на сайте храма Христа Спасителя мы увидим раздел «Аккредитованные кейтеринги», а на сайте собора Святого Павла в Лондоне этот раздел есть. Там можно найти перечень аккредитованных для работы на этой площадке кейтерингов, их краткое описание и прямые контакты менеджеров каждой компании, которым можно отправить запрос или созвониться с ними напрямую. Этот частный пример наглядно иллюстрирует разницу в подходе к организации и проведению мероприятий в Англии и в России [5, с. 9–11].

Согласно сайту europage.com кейтеринг во Франции представлен 3240 компаниями от Парижа до Марселя, кроме этого присутствуют компании из небольших регионов Grasse, Fontaine, Morzine, Joinville-Le-Pont и многих других, что позволяет сделать вывод, что кейтеринг во Франции представлен не только центральными городами, но и в регионах развит [6].

Первая компания, которая превратила выездное обслуживание в бизнес-это Potel&Chabot -французская фирма, которая приготовила обеды для французской эскадры, которая находилась в Тулоне. Компания работает и сейчас, являясь мировым лидером кейтеринг-индустрии. Компания работает в сегменте премиального кейтеринга.

У европейского кейтеринга есть ряд основных отличительных черт. Европейская кухня, с одной стороны, готовится из простых продуктов, но достаточно сложна при приготовлении и подаче. Европейцы тяготеют к необычным мероприятиям, их сложно чем-то удивить.

В Европе очень популярна здоровая еда, а также фермерские продукты. Кроме этого, кейтеры используют способы подачи на натуральном дереве, каменных подставках. Кейтеринговые компании в Европе стараются использовать экологичную упаковку, картон, крафт, полностью отказываются от пластика, поддерживая тренд на экологичность.

Также в Европе разработаны стандарты кейтерингового обслуживания, что позволяет кейтеринговым компаниям минимизировать количество обслуживающего персонала и использовать технические возможности оборудования. Кейтеры в Европе в основном арендуют оборудование, мебель, текстиль, оформление, персонал, площадки, предоставляя заказчикам организатора мероприятия свою неповторимую кухню, этим в корне отличаясь от кыргызских кейтеринговых компаний, которые на настоящий момент не готовы делегировать важные составляющие кейтерингового обслуживания.

В 2018 году объем рынка кейтеринга в США вырос на 6% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В ресторанной индустрии рост составил 3,6% [7].

Кейтеринг в США – это обслуживание выездных мероприятий и доставка вкусно приготовленной еды в любое место, выбранное для проведения мероприятия. Кейтеринговые агентства отвечают за поставку продовольствия.

В других странах по любому поводу устраивается банкет. Снимается ресторан, подаются изысканные блюда и дорогие напитки, торжество может длиться

несколько часов. Банкеты в США принято устраивать по личным поводам. Для информационных поводов в США предпочтение отдается фуршетам. Это практичнее и позволяет лучше сосредоточиться на предмете обсуждения – новом компьютерном обеспечении или открывшейся туристической фирме, выставке. Фуршет предполагает большую свободы перемещений и непринужденное общение приглашенных между собой. Фуршеты настолько популярны, что даже свадьбы порой сопровождаются не традиционным банкетом, а фуршетом. К организации фуршетов американцы относятся очень серьезно и продуманно. Ведь по качеству фуршета публика будет судить и о самом событии. Традиционно, фуршет повышает эффективность презентации. Приглашенные гости могут пообщаться со специалистами, уточнить значимые детали. Достаточно часто важные сделки и договора заключаются прямо во время фуршета [8].

В России история кейтеринга началась в 1986 году, когда французская компания Potel et Chabot открыла свой офис в Москве. Первыми заказчиками кейтеринга в России были иностранные компании, пришедшие на российский рынок. А в начале девяностых, сперва в Москве, а затем и в Санкт-Петербурге появились первые российские компании по оказанию кейтеринговых услуг.

Еще пятнадцать лет назад понятие «catering» в России было известно только профессионалам ресторанных бизнесов. Но в двадцать первом веке кейтеринг получил широкое распространение. Теперь это не только организация доставки и красивая сервировка стола, но и целый спектр услуг по оформлению помещений и обслуживанию гостей [9].

В марте 2019 г. исследовательская компания NeoAnalytics завершила проведение маркетингового исследования российского рынка кейтеринга.

В ходе исследования, проведенного NeoAnalytics на тему “Российский рынок кейтеринга: итоги 2018 г., прогноз до 2022 г.”, выяснилось, что на сегодняшний день российский объем рынка кейтеринга составляет около 35 млрд. руб. Ежегодные темпы роста составляют 7–9%.

При этом потенциальная емкость российского рынка оценивается в 500–600 млрд. руб. На рынке сохраняется большой потенциал для роста и развития.

Всего в России существует более 720 кейтеринговых компаний, но лишь пять из них являются явными лидерами и занимают около 65% рынка. Данные компании специализируются в основном в корпоративном сегменте рынка и обслуживают крупнейшие предприятия России, в том числе и в регионах.

В настоящее время для российского рынка кейтеринга характерна высокая конкуренция. В перспективе ожидается усиление позиций лидеров за счет ухода более мелких участников (в результате разорения или выталкивания с рынка).

Наиболее перспективным будет являться корпоративный сегмент. Так как организация полноценного питания сотрудников для многих компаний становится необходимой частью социального пакета.

В событийном сегменте возможно снижение темпов роста в результате сокращения расходов многих компаний на проведение мероприятий. Факторы, способствующие развитию рынка: возрастание деловой активности, ускорение темпа жизни, изменение менталитета российских граждан, ориентация на западный тип потребительского поведения [10].

Выводы по статье:

1. Мировой опыт развития кейтеринг- услуг способствовал формированию во многих государствах сектора кейтеринга сферы общественного питания (США, Великобритания, Франция, Россия и ряд других государств).

2. По данным состояния кейтеринг- услуг во многих государствах мира наблюдается мировая тенденция развития сектора кейтеринга.

3. Также наблюдается тенденция роста экономических показателей сектора кейтеринг – услуг.

4. Наблюдается еще одна тенденция развития кейтеринга – расширение выбора и повышение качества в секторе кейтеринг – услуг.

5. Очевидно, в Кыргызстане следует внимательно изучить опыт зарубежных стран по организации продвинутого кейтеринга. В республике, на наш взгляд, есть потенциал для развития рынка кейтеринг – услуг, однако, исследованием данного рынка пока не занималось ни одно авторитетное маркетинговое агентство.

6 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

### ***Список литературы***

1. Анализ российского рынка кейтеринга: итоги 2018 г., прогноз до 2022 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.marketing.rbc.ru/articles/10786/](http://www.marketing.rbc.ru/articles/10786/)
2. История кейтеринга. Вкус кейтеринг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.vkus-catering.ru/istoriya-kejteringa](http://www.vkus-catering.ru/istoriya-kejteringa)
3. История кейтеринга. LotusProject [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.mobil-furshet.ru/istoriya-kejteringa/](http://www.mobil-furshet.ru/istoriya-kejteringa/)
4. Кейтеринг. Мировой опыт / К. Погодин, Л.Баянова. – М.: Эксмо, 2018. – 344 с.
5. Кейтеринговый маркетплейс «Catery» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.cyclowiki.org](http://www.cyclowiki.org)
6. Кейтеринг во Франции.Europages [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.europages.com.ru](http://www.europages.com.ru)
7. О компании Compass Group PLS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.compass-group.ru/istoria](http://www.compass-group.ru/istoria)
8. Обзор российского рынка кейтеринга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.http://marketing.rbc.ru](http://www.http://marketing.rbc.ru)
9. Что такое кейтеринг в США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.americanbutler.ru](http://www.americanbutler.ru)
10. Compass Group PLS о компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.oborudunion.ru/company/4244169](http://www.oborudunion.ru/company/4244169)