

<b>Предисловие</b>	
	<b>5</b>
<b>«КорпусГрупп», Москва</b>	
	<b>7</b>
<b>Ресторан выездного обслуживания KALITNIKI, Москва</b>	
	<b>19</b>
<b>Банкетная служба Ее Величества «Екатерина Вторая», Москва</b>	
	<b>31</b>
<b>«Bosco Банкет», Москва</b>	
	<b>43</b>
<b>Novikov Catering, Москва</b>	
	<b>55</b>
<b>«Антураж-Кейтеринг», Москва</b>	
	<b>67</b>
<b>Kubrik Catering, Москва</b>	
	<b>79</b>
<b>«Столичный кейтеринг», Санкт-Петербург</b>	
	<b>91</b>
<b>Банкетная служба Paradise banquet &amp; catering, Новосибирск</b>	
	<b>103</b>
<b>«ДАЧА — КЕЙТЕРИНГ», Екатеринбург</b>	
	<b>115</b>
<b>Центр выездного обслуживания «МаксиM», Тюмень</b>	
	<b>127</b>
<b>«ШЕФ Кейтеринг», Самара, Тольятти</b>	
	<b>139</b>
<b>Заключение</b>	
	<b>151</b>

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](#)



---

## КИРИЛЛ ПОГОДИН, руководитель проекта CateringConsulting.ru

---

---

Рынок кейтеринга в России развивается с начала 1990-х гг. Первые рестораны выездного обслуживания возникли в 1993–1994 гг. С тех пор прошло 20 лет. С одной стороны, это, конечно же, не так уж и много, ведь нам по-прежнему есть чему учиться, многие аспекты услуги ждут трансформация и развитие. С другой стороны, 20 лет — серьезный срок, за который сформировалась отрасль выездного ресторанныго обслуживания, появилось много ярких игроков этого рынка по всей стране, освоены технологии и опробованы различные подходы к работе.

В этой книге мы хотим вместе с читателями сделать обзор рынка кейтеринга, который сложился за прошедшие 20 лет в России, оценить, какой путь пройден, что наработано активными игроками, какой опыт получен, с какими вызовами сталкиваются операторы и как выглядит вектор развития отрасли на этом этапе.

Рад возможности представить в этом издании замечательный круг компаний и интересные истории, рассказанные их основа-

телями и управляющими. Для того чтобы обстоятельно рассмотреть рынок кейтеринга, в этой книге представлены очень разные компании. Опыт двух компаний-долгожителей («КорпусГрупп» и Ресторана выездного обслуживания KALITNIKI) покажет, как будучи пионерами рынка, оставаться востребованными и постоянно развиваться. Три оператора премиального сегмента (Банкетная служба Ее Величества «Екатерина Вторая», Bosco Банкет и Novikov Catering) делятся особенностями работы с особенно взыскательными клиентами и решениями неординарных задач. Две частные компании («Антураж-Кейтеринг» и Kubrik Catering) любопытны своими уникальными конкурентными преимуществами. Не обделен вниманием и опыт работы в Санкт-Петербурге («Столичный кейтеринг»). А тому как кейтеринг развивается за пределами столиц, в различных городах нашей большой страны, посвящены четыре истории (Банкетная Служба Paradise banquet & catering, Новосибирск; «ДАЧА-КЕЙТЕРИНГ», Екатеринбург; Центр выездного обслуживания «МаксиМ», Тюмень; «ШЕФ Кейтеринг», Тольятти, Самара).

Каждой из компаний определенно есть что рассказать, каждая из них успешна и известна, опыт каждой уникален. Уверен, рассказанные истории могут стать источником вдохновения для любого, кто его ищет!

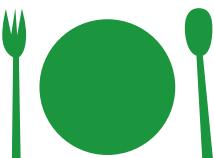
Искренне ваш,  
Кирилл Погодин



## ОЛЕГ ЛОБАНОВ: Растворяться в своем деле

Президент компании «КорпусГрупп» Олег Лобанов — очень увлеченный человек. Он сам признает, что иной раз ему сложно переключиться с роли топ-менеджера крупной компании на роль любящего отца и мужа, постоянно посещающего театры и выставки для духовного саморазвития. И все же ключевые жизненные ориентиры, заложенные самыми важными в жизни людьми — родителями, а в дальнейшем и учителями с большой буквы в школе и вузе, позволяют ему быть лучшим и дома, и в собственном бизнесе.

[<>> Купить книгу на сайте kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua)



## О развитии кейтеринга

Если говорить о том, как люди попадают в эту отрасль, то у каждого — своя собственная история. Моя начинается с правил воспитания в семье, когда мальчики постепенно становятся взрослыми самостоятельными мужчинами, умеющими себя обслуживать, в том числе и в плане навыков приготовления домашней еды. В 1989 г., вернувшись из армии и имея за плечами два отправных момента — воспитание родителей и службу на кухне, я понял, что нужно зарабатывать деньги своим талантом. И начал подрабатывать в частном ресторане поваром, одновременно учась в Московском авиационном институте на инженера-космонавта. Через «полгода» я принял предложение участвовать в создании одного из первых на тот момент ресторанов, где возглавил кухню. Через несколько лет такие непривычные для России мероприятия, как фуршет, организованный Potel et Chabot в честь приезда в Москву Патрисии Каас, и открытие технического центра компании Mitsubishi, поразившие размахом и красивой едой, зародили во мне идею создания направления выездного обслуживания.

По сути, так и появилась марка «Фигаро», ибо вся страна интуитивно знала и понимала, что Фигаро не только «тут», но и «там». Чуть позже появилось понимание, что есть потребность и в организации корпоративного питания. Для запуска новых брендов нам понадобились новые мощности, и мы начали присматриваться к организациям, которые позволили бы нам создавать мероприятия для большего числа гостей, и так потихонечку, органично все развивалось. У нас появилась большая база в Академии наук, а компания «Москапстрой» вот уже на протяжении 20 лет является нашим постоянным партнером. И я бы даже сказал, что все не только органично развивалось, а что очень своевременно открывались новые горизонты, о которых в 1991 г. я и не задумывался.

В 1999 г. мы открыли первый филиал в Санкт-Петербурге, где вышли на зарубежные компании. Отдельное спасибо Philip Morris за их неугасаемое стремление привить нам западную корпоративную культуру, даже когда Россия еще была не в состоянии ее воспринять. С 2003 г. у нас стали

появляться контракты, которым в 2013 г. уже исполнилось 10 лет. По сути, за полтора-два года благодаря работе компактной, умелой и быстрой команды мы стали, в прямом смысле слова, ключевыми операторами по всем направлениям этого бизнеса от Москвы до Чукотки.

По мере его развития в регионах доля прибыли от московского сегмента падала, но оставался красивый бизнес событийного кейтеринга, который устойчиво функционировал, а потому со временем мы запустили и еще одну марку — Parad Catering. Уже более профессионально и с учетом своего опыта мы подошли к маркетинговой стратегии, анализировали работу появляющихся компаний-конкурентов, которые в этой книге точно будут в первой десятке.

## О бизнесе в России

Рынок кейтеринга активно формировался именно в 2000-е гг. Сегодня нас часто спрашивают про его емкость, на что я всегда отвечаю, что надо отделять цивилизованный рынок, на котором работают профессиональные компании-операторы, от остального, который представляют аффилированные компании, структурные подразделения и даже местные монополисты, приверженность которых личным связям и предпочтениям — страшная вещь. А ведь доля таких компаний, по нашей оценке, составляет до 80%. Постепенно рынок будет все более цивилизованным, жаль лишь, что одновременно он становится и очень медленным.

Главный риск нашего бизнеса — массовое невежество. С одной стороны, я философски отношусь к этому вопросу, поскольку невозможно знать все. С другой стороны, проблема-то в другом: если ты не знаешь, доверяй экспертному сообществу, делай допущение относительно собственных ошибок. Как говорится, в еде разбираются все: все дают советы, что готовить, как готовить и где купить подешевле. При этом никто не понимает, что такое органолептические свойства пищи, что такое микробиология, что такое технологии приготовления, в конце концов. Мои регулярные поездки за рубеж подтверждают, что наша отрасль по некоторым физико-техническим параметрам может сравняться с космической. Мы же в России пока так и остались в ХХ в.

## О ведении бизнеса

**Нюансы производства.** Пока что мы все еще пользуемся наследием прошлых поколений. К счастью, на текущий момент рынок поставщиков изменился настолько, что можно даже купить полуфабрикаты для нашей индустрии (в Москве — абсолютно точно). Но все равно на фоне западного рынка эти метаморфозы кажутся незначительными. Когда меня спрашивают, с каким производителем я предпочитаю работать, — отечественным или западным, я сразу же отвечаю: «Пока с западным». Потому что там на-

писанное на этикетке соответствует действительности, и существуют простые и прозрачные процессы сотрудничества. У нас же за 22 года работы такой опыт проблем с отечественным производителем, что мне сложно доверять даже тем 10–20% поставщиков, которые себя зарекомендовали. То же касается и производственных технологий. Если у нас даже на лучшем предприятии питания один повар работает на 125 человек, то на Западе — на 500 человек. Но этому есть объяснение: отсталые технологические процессы. Мы бы очень хотели привить согражданам современную производственную культуру, хотя и понимаем, что именно с производственной точки зрения существенно отстаем от зарубежных коллег. Но давайте стараться, давайте пытаться что-то изменить методом проб и ошибок.

**Стратегический менеджмент и процессный подход** — две ключевые технологии управления, которые мы довели до прикладного применения и которые сильно влияют на будущее компаний. Простой пример: в управляющей компании за три года численность персонала сократилась на 30%, но при этом качество управления улучшилось. Мы регулярно ставим перед собой задачи по оптимизации производственных и управленческих процессов, например, каким образом завтра сможем, используя прежние или меньшие мощности и ресурсы, обслуживать не 150, а 300 человек.



**ЭРНЕСТ ЛЕПСКИЙ,  
руководитель направления  
событийного кейтеринга  
в «КорпусГрупп»**

### О развитии кейтеринга

Мы вышли на рынок под брендом «Фигаро» в 1993 г. Это был один из первых российских ресторанов выездного обслуживания, который в 2013 г. отпраздновал свое 20-летие, как и сама индустрия кейтеринга. Сначала мы специализировались на проведении небольших мероприятий для частных лиц. Потом, по мере того как в стране происходило формирование и развитие такого явления, как корпоративная культура, мы стали получать заказы на проведение мероприятий от компаний. Мы стали одними из первых, кто начал предоставлять качественную услугу выездного ресторанныго обслуживания, и с тех пор остаемся в числе лидеров рынка.

Через какое-то время после прихода в компанию я возглавил отдельное направление материально-технического обеспечения. Мы провели серьезную реорганизацию, нашли помещения, в частности, новый техниче-

ски оснащенный склад. Результатом этой кропотливой работы стал проект Rent4Party — единственный в России, располагающий уникальной базой ресурсов для проведения мероприятий любого уровня сложности.

«ЛаньЧ» — еще один бренд компании, под которым мы оказываем полный комплекс услуг по организации корпоративного питания на московском рынке. В рамках этого бренда была организована группа, которая также занималась различными событийными и выездными проектами для внутренних клиентов. Через какое-то время ее успешной работы было принято решение произвести ребрендинг, в результате которого появился бренд Parad Catering, специализирующийся на организации эксклюзивных и спортивных мероприятий до 10 000 персон с высоким уровнем обслуживания.

И последний наш проект, появившийся в 2011 г., это «Иван Кейтеринг» — демократичный ресторан для проведения недорогих торжеств. Идея сделать проект в низком ценовом сегменте существовала давно, бренд был куплен в Санкт-Петербурге много лет назад, какое-то время «спал», а потом мы решили его все-таки «разбудить». И сейчас — уже на московском рынке — он достаточно неплохо себя чувствует. Мы не проводим большие мероприятия, а скорее нацелены на частный сектор, т. е. на проекты, которые не требуют серьезных капиталовложений.

Все бренды компании объединены под одним юридическим лицом «Кейтеринг Сервис», директором которого я являюсь. Такая модель содружества брендов хорошо развита в Европе, хотя порой используется с менее благородными целями, когда производитель под разными брендами поставляет одну и ту же продукцию. В нашем случае это абсолютно не так: у каждого бренда — собственный менеджмент, маркетинг, продажи и производственные площадки, они лишь управляются централизованно и могут иметь общие стандарты и внутренний глоссарий.

## О будущем кейтеринга

Если говорить о кейтеринговом направлении «КорпусГрупп» в целом (с «Фигаро», Parad Catering, «Иван Кейтеринг» и Rent4Party), могу сказать, что мы все-таки являемся неким паровозом индустрии, который постоянно находится в движении. Мы всегда открыты, мы можем рассказать о своей деятельности конкурентам, потому что многое из того, что наша компания уже сделала и стандартизировала, остальным еще только предстоит повторить. Мы всегда должны быть на шаг впереди.

**Новые направления.** Рассмотрим их на примере проекта Rent4Party. Мы были одними из первых в России, кто предложил услугу по аренде оборудования для проведения мероприятий, и продолжаем в этом занимать лидирующие позиции. Подобная модель ведения бизнеса в Европе существует уже давно, но у нас в связи с особенностью менталитета она

прижилась в несколько ином формате. Владельцы отечественных кейтеринговых компаний еще боятся полностью полагаться на стороннего поставщика оборудования, но постепенно они приходят к пониманию экономической эффективности услуги, предлагаемой Rent4Party. Хотя большинство компаний все-таки имеют необходимый минимум оборудования, в случае сезонных пиков они обращаются к нам, поэтому мы планируем и дальше развивать это направление. Я даже могу сказать, что успех Rent4Party дает определенный толчок для развития индустрии кейтеринга, создает тренд.

**Автоматизация процессов.** В последние годы мы вышли на новый, более качественный уровень управления, сформировали новую структуру продаж и маркетинга, чтобы еще более гибко и эффективно реагировать на изменения внешней среды. По нашим ощущениям, в России кризис только начинается, дальше будет не легче. Мы будем уделять больше внимания всему, что связано с организацией услуги (речь идет о ее качестве и о производительности труда), в частности с автоматизацией процессов. В усложняющейся рыночной и конкурентной среде наша задача — найти решения, которые позволят упростить и ускорить производственные процессы. Поиск таких решений — постоянный и непрерывный процесс, мы мониторим рынок, ищем новые формы и направления.

**Выход на новые рынки.** Мы постоянно обновляем матрицу наших услуг за счет новых направлений, которые обкатываем сначала на внутреннем клиенте, как это было с Rent4Party. Сначала компания работает для нас как на внутреннего клиента, а потом выходит на внешний рынок. А поскольку впереди встреча лидеров G8, чемпионат мира по водным видам спорта в Казани, саммит стран ШОС (Шанхайской организации сотрудничества), который пройдет в 2015 г., чемпионат мира по футболу-2018, то проектов, в которых мы можем быть задействованы, достаточно много. Причем я перечислил только спортивные мероприятия. Думаю, это тоже новый тренд. Развитие такого направления — следующий этап, который будет особенно актуален к 2018 г.

## О ведении бизнеса

**Организационная модель.** На данный момент в кейтеринге нет единой системы расчета емкости рынка. И все же наши вычисления и анализ позволяют сделать вывод, что основное количество клиентов — около 50% — сосредоточено в среднем ценовом сегменте. И там, где сложно закрепиться одному бренду, двум будет проще проложить себе дорогу и комфортно существовать. Да и Rent4Party всегда может подстраховать. Другие кейтеринговые компании не могут себе позволить таких вещей, и это выгодно отличает нас от них.

**Проработанные стандарты.** Я бы не сказал, что выработанные и прописанные стандарты — новшество для бизнеса в любой сфере, просто

мы начали их разрабатывать еще в 1990-е гг. Мы работаем в единой системе CRM. Но многое зависит и от незначительных мелочей, знания о которых приходят постепенно, но они незаменимы для оптимизации процессов. С нашим опытом и производственными мощностями, выстроенными технологиями и вниманием к деталям мы можем организовать любой проект.

**Опытный персонал.** Одно из наших преимуществ — опыт сотрудников, которые только в нашей компании проработали от 7 до 10 лет. В индустрии кейтеринга очень остро стоит проблема текучки кадров. Частая смена персонала напрямую влияет на качество услуги. Мы же по отношению к сотрудникам позиционируем себя с положительной стороны: зарплату всегда платим вовремя, без каких-либо отклонений, поощряем карьерный рост внутри компании, предоставляем возможность обучения. Мы тратим достаточно много ресурсов, чтобы воспитывать и развивать людей внутри компании.

**Гибкость и находчивость.** Конечно, от ошибок никто не застрахован. Да и специфика выездного обслуживания мероприятий подразумевает различные форс-мажоры. Вопрос в том, как правильно выйти из сложившейся ситуации. За 14 лет я понял одно: нет мероприятия, которое нельзя организовать из-за форс-мажора. Всегда есть способ что-то придумать и выйти из ситуации достойно. Это факт. Важно лишь понимать, что воодушевить на подвиг можно только сплоченную команду. Каждый руководитель подбирает ее под себя. За эти годы у меня подобрался коллектив, который представляет собой единое целое.

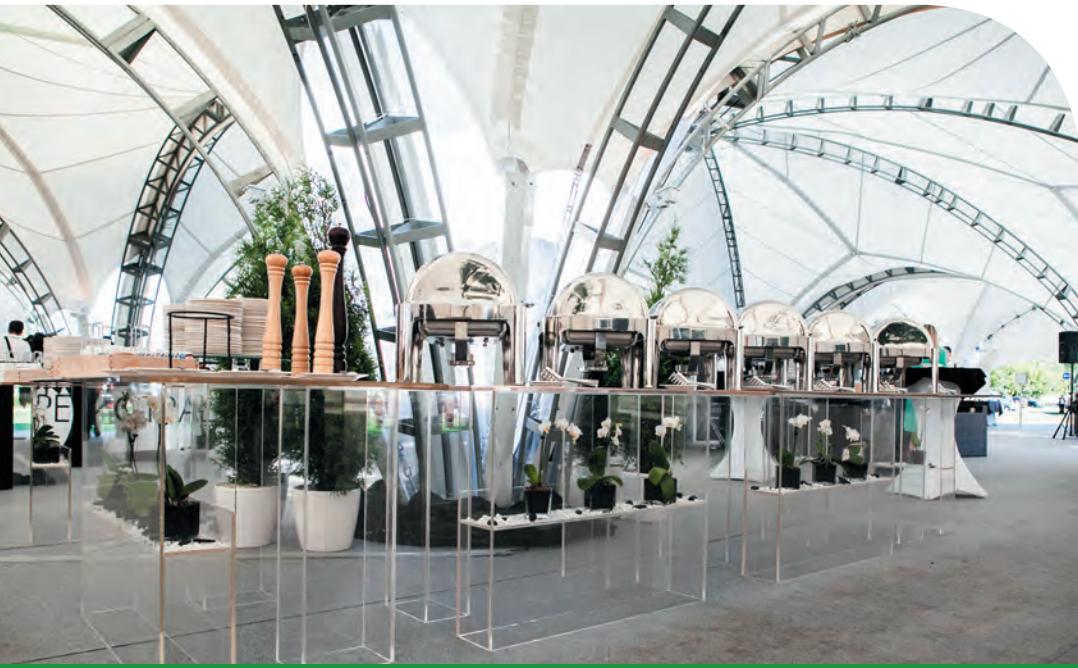
## О бизнесе в России

Во время кризиса 2008 г. мы успели достаточно быстро переориентироваться, понимая, что будет много форумов и выставок антикризисной направленности. Мы перепрофилировали свою услугу именно под этот сегмент, т. е. стали предлагать сопровождение форумов и конференций, выставок и деловых событий, что и позволило в кризисные годы держаться на плаву. Сегодня экономическая ситуация в стране не самая позитивная. Основная наша задача — найти новые рынки, на которых предлагаемая нами услуга будет более востребована. Мы ведем постоянную аналитическую работу, ищем новые направления для развития на локальном рынке, расширяем матрицу услуг. Мы никогда не унываем и помним о том, что для нас любой кризис — это трамплин для новых возможностей.





*Parad*  
CATERING







**ЕЛЕНА БОЧАРОВА,**  
бизнес-коуч, руководитель консалтинговой  
компании ExecutiveLeader

Фокус на постоянное развитие, безупречно выстроенные бизнес-процессы, успех в различных нишах — вот что отличает компанию «КорпусГрупп».

Многие практики в индустрии кейтеринга в России были созданы или впервые использованы именно в ней. В ближайшем будущем мы, конечно, ждем от этой компании применения настоящих «космических технологий» и в практиках российского кейтеринга!



**Kalitniki**  
catering

Ресторан выездного  
обслуживания  
**KALITNIKI**

Город: Москва

Год основания: 1993



## ОКСАНА СЕРГЕЕВА: Не в граммах дело



Оксана Сергеева — директор Ресторана выездного обслуживания KALITNIKI. Она начинала с официантки и, как сама говорит, доросла до должности директора. В 2013 г. компания отметила свое 20-летие. По мнению Оксаны, кейтеринг — бесспорно, увлекательная индустрия, которая не отпускает.

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)



## Собственный банкет

Ресторан выездного обслуживания KALITNIKI был создан в 1993 г. американской бизнесвумен Лисой Доббс. Основной задачей ресторана было обеспечение иностранных журналистов питанием на должном уровне. В 1993 г. в Москве, да и в России в целом, не было компании, которая могла бы удовлетворить потребности иностранных делегаций и прессы. Для решения этой задачи и был создан наш ресторан.

Шло время, и мы менялись. Среди наших клиентов появились и российские компании. Мы заняли лидирующие позиции на рынке выездного ресторанных обслуживания и с гордостью подтверждаем этот статус. За годы работы приемы, обслуживаемые компанией KALITNIKI, посетило много именитых гостей. Мы постоянно сотрудничаем с ведущими московскими театрами, устраиваем юбилеи для известных артистов и участвуем в благотворительных акциях.

Наша компания относится с особым вниманием к каждому клиенту. Мы гордимся, что нам доверили организовывать свои мероприятия такие крупные государственные организации, как правительство Москвы, правительство Санкт-Петербурга, Банк России, ООН, МВД РФ, а также крупные коммерческие компании: ОАО «Газпром», Мегафон, ВНЕШЭКОНОМБАНК, Сбербанк России, «Вимм Билль Данн», «Металлоинвест», KPMG, «Росгосстрах», Musa Motors, Toyota, агентство недвижимости «Миэль», Ernst and Young, «Хохланд Руссланд», McDonald's, «Российские железные дороги», Альфа-Банк, «Мособлгаз», Nissan, «РайффайзенБанк», издательский дом «Дрофа», ОАО «КамАЗ», Knorr-Bremse, Bosch, DeGruz и многие другие.

Ресторан выездного обслуживания KALITNIKI организует банкеты до 2500 персон и фуршеты, на которых может присутствовать до 5000 гостей. Наши специалисты разрабатывают каждое меню и оформление банкетных столов индивидуально, в соответствии с тематикой и местом проведения мероприятия, а также в зависимости от количества гостей.

Менеджеры по продажам и банкетная служба работают в специальных программах — CRM и «Мастер-меню», которые позволяют сохранить всю подробную информацию о каждом клиенте.

Долгое время компанией KALITNIKI руководили два собственника. Они делили управление: один занимался продажами, а другой реализовывал проекты и возглавлял производство. До какого-то момента это работало. Но в последние годы стала расти конкуренция, которой компании стало трудно противостоять. У нее были проекты, работа с крупными клиентами, но не было развития и почти полностью отсутствовала модернизация, в то время как другие компании внедряли технические инновации. В итоге появился третий учредитель. Сегодня это единственный владелец. С его приходом возник отдел продаж, обновилась коллекция мебели, посуды и текстиля, большое внимание начали уделять развитию производства и разработке меню, чаще стали приглашать иностранных поваров. Кроме того, ужесточились требования к качеству продукта.

В тот момент, когда нынешний собственник начал активно участвовать в жизни компании, появилась я. Обычно в кейтеринговые проекты меня приглашают в двух случаях: если надо открыть что-то новое или из старого сделать что-то новое. Здесь оказался именно второй случай.

Мы встали перед выбором: либо отказаться от бренда KALITNIKI, либо сохранить его. Остановились на втором варианте, потому что за 20 лет компания накопила большой опыт, многое уже пережила и завоевала свое место на рынке кейтеринга. Решение все это перечеркнуть показалось нам нелогичным и опрометчивым.

Сегодня на рынке работают две старейшие кейтеринговые компании. KALITNIKI — одна из них.

### То, что я в кейтеринге, — стечение обстоятельств

В студенческое время, как и многие другие юноши и девушки, я подрабатывала официанткой. Так случилось, что попала я именно в кейтеринговую компанию, поэтому точно могу сказать, что знаю эту кухню изнутри. Перед защитой диплома (я оканчивала Американский университет по специальности «Управление малым и средним бизнесом») мне поступило предложение занять должность менеджера по продажам и проведению мероприятий в одной из передовых кейтеринговых компаний. Там я быстро выросла до ведущего менеджера, но, отработав несколько лет, ушла, так как очень хотелось карьерного роста, который в той компании был невозможен в силу ее структуры.

Признаться, я уходила из кейтеринга дважды. И каждый раз была уверена, что никогда не вернусь обратно в этот бизнес. Поэтому следующим местом работы стал стационарный ресторан — я была личным помощником известного итальянского ресторатора Марциано Палли. Все было хорошо, но меня хватило на восемь месяцев. Я выполняла свою работу ровно за полтора часа, а остальное время умирала от скуки, просиживая в Интернете. Я себе честно в этом призналась и ушла.

Меня пригласили возглавить направление доставки в компании, специализировавшейся на оказании клининговых услуг, а со временем там было открыто направление питания, которое, когда меня пригласили в компанию, находилось в кризисном положении. Мне предстояло исправить ситуацию и развить это направление в двух сегментах: выездной ресторан и доставка готовых обедов. Тогда я решила рискнуть, так как до этого у меня не было практического опыта руководства компаниями в должности директора. И получилось. Я проработала в компании три года и была самым молодым директором в холдинге.

Кризис 2008-го я пережила, запуская стартапы за рубежом. После чего вернулась в Москву. Здесь в моей жизни появились ребенок и компания KALITNIKI.

### Ресторан на выезде

В чем сходство стационарного ресторана и кейтеринга? Оба готовят еду. А в остальном — одни отличия. В стационарном ресторане размеренная жизнь «два через два». Кейтеринг — это стресс. Ненормированная, не запланированная нагрузка. И ты либо умеешь так работать, либо никогда не научишься.

Если вы захотите провести банкет в стационарном ресторане, менеджер предложит вам стандартное меню, и в нужный день для вас сдвинут столики. Вы заплатите 10% чаевых, чтобы не обидеть персонал, и, скорее всего, лишитесь части спиртного.

Для нас банкет — совсем другое дело. Поступает заказ. Мы составляем меню специально для клиента, вплоть до разработки блюд. Бесплатно проводим несколько дегустаций. После подписания договора начинается работа над логистикой: планируем доставку оборудования и транспортировку кухни. Продумываем, как сделать так, чтобы клиент получил блюда высокого качества без скидки на то, что они проходят через этап транспортировки и хранения. Выездной ресторан — это как улитка, которая все везет с собой. Клиент решает, где будет проходить мероприятие. В поле — значит в поле. «Улитка» может все.

**Персонал.** В любом кейтеринге существует проблема с персоналом. Особенно это касается фрилансеров — официантов, грузчиков и поваров.

Специфика работы кейтеринговой компании не предполагает оформления этих сотрудников в штат, потому что в сезон у кейтеринга в ротации может находиться до 500 фрилансеров, а вне сезона — 15–20 человек. У системы фриланса есть как свои плюсы — мы можем оптимизировать свои расходы, так и минусы — очень сложно держать планку качества с персоналом, который отработал один-единственный день и ушел.

Рынок персонала для кейтеринга очень узок. Этой индустрии в России всего 20 лет, и за это время она еще не успела обрасти должным количеством толкового персонала. У всех компаний наблюдается дефицит квалифицированных менеджеров по продажам, банкетных менеджеров, официантов и мойщиков.

Мы держим планку и привлекаем официантов только со славянской внешностью. Судя по вопросу: «Кто у вас работает официантами?», который клиенты задают в первую очередь, это уже стало проблемой для Москвы.

В компании KALITNIKI нет своей школы официантов. Обучением, тренингами и адаптацией занимаются наши штатные банкетные менеджеры под управлением руководителя банкетной службы.

**Качество.** Компания KALITNIKI уделяет большое внимание контролю качества на всех этапах взаимодействия с заказчиком и производства нашей продукции. У нас внедрена система контроля качества услуг. Мы работаем только на сертифицированном оборудовании и используем продукты только после предоставления поставщиком всех необходимых документов на их соответствие требованиям законодательства РФ.

Основная часть блюд в нашем меню прошла сертификацию, благо она добровольная. А санитарное состояние производства проверяется как в соответствии с нормами Роспотребнадзора, так и по внутренним стандартам на промежуточных этапах. Мы считаем это очень важным не для того, чтобы показать «бумажку» клиенту, а для того, чтобы удостовериться самим: то, что мы делаем, мы делаем хорошо! На фабрике-кухне компании постоянно работает группа технологов, основная задача которых — контроль качества готовой продукции производства в соответствии с требованиями федерального закона. На каждом мероприятии проходят плановые проверки качества блюд, организации накрытия столов, внешнего вида персонала, чистоты рабочих зон и т. п. По результатам каждого мероприятия как минимум три независимых сотрудника составляют отчет, а один раз в неделю проходят общие совещания, на которых мы разбираем такие отчеты и при необходимости составляем план корректирующих действий.

При взаимодействии с клиентом наша компания использует систему CRM, которая позволяет сохранять всю, даже самую незначительную, информацию обо всех этапах переговоров, запросах заказчика и деталях мероприятия. Эта система минимизирует риски потери информации при уходе из компании хотя бы одного менеджера.

## Кейтеринг в России

Если говорить о кейтеринге в России, то можно сказать, что рынок не заполнен. Но если речь идет о Москве, то здесь нет дефицита предложений. В городе около 75 активных кейтеринговых компаний. Из них пять — наши основные конкуренты, а остальные работают либо в более низком ценовом сегменте, либо в более высоком. Мы относим себя к сегменту «средний +». Я не скажу, что мы стремимся к премиуму, но и до низового уровня не опускаемся. У нас есть определенная себестоимость любого мероприятия, ниже которой делать проекты для нас нерентабельно.

Меня всегда забавлял критерий выбора кейтеринговой компании по количеству еды на человека в граммах. С этим я сталкивалась только в России. У нас спрашивают: «Сколько у вас выходит на человека? 1,5 кг или больше?» И идут туда, где 1,7 кг. Но как можно сравнивать по весу салат с оливье и камчатского краба? Причем я уверена, что мало кто съест во время банкета больше 900 г, даже если он длится шесть часов. Это в нас осталось что-то советское. Наша компания пытается повлиять на ситуацию, но пока получается лишь отчасти.

В Москве традиционно декабрь — самый горячий сезон в году. А летом, наоборот, — затишье. Москва вымирает в июле и августе. Еще недавно все было по-другому, и лето приносило серьезную прибыль. Но теперь у людей появились деньги, и они уезжают летом «на дачу» за границу.

У нашей компании нет региональных отделений. Раньше мы брали заказы в других регионах, но сегодня во всех федеральных центрах есть свои кейтеринговые компании. В этом году самая далекая поездка была лишь за 400 км от Москвы.

## Опыт международного сотрудничества

В рамках выставки Luxury HITS ресторан KALITNIKI сотрудничал со звездным food-дизайнером Томом Вульфом. Он — основатель популярной в Лондоне кейтеринговой компании Blue Food Productions, которая организует креативные фуршеты для знаменитостей на мировых премьерах, таких как «Пираты Карибского моря» и «Алиса в Стране чудес». Постоянные клиенты Вульфа — Анджелина Джоли, Дженифер Лопес, Джонни Депп, Кейт Мосс, Том Круз, Сара Джессика Паркер. Когда нашему ресторану предложили стать кейтеринг-партнером, мы были удивлены, потому что наша компания работает в среднем ценовом сегменте, а Том Вульф — звездный фуд-дизайнер и кулинарный архитектор. Безусловно, мы сразу согласились принять участие в этом проекте.

Совместно с Томом мы разработали меню для Food Fashion Show, проводили дегустации, утверждали дизайн и подачу блюд. Кажется, что у нас все получилось. Было приятно, когда Том хвалил работу наших поваров,

потому что эта оценка дорогостоящая. Для нашего выездного ресторана работа с Томом Вульфом — один из важных шагов в развитии и росте. Работая с ним, поневоле заражаешься его креативностью, творческим подходом, иным взглядом на кухню, процесс приготовления и подачи блюд. Мы, конечно, и в дальнейшем будем использовать весь этот опыт.

### О будущем говорят

Нашей команде предстоит большая работа. Хочется, чтобы росли продажи и удавалось привлекать клиентов. Какое-то время компания не могла уделять этому должного внимания. Но нельзя все сделать сразу: сначала нужно отстроить что-то одно, чтобы потом заработало другое. Таковы наши краткосрочные планы.

Одними из показателей хорошей работы являются международные премии. За последний год компания была отмечена дважды. Мы получили международную премию «Кейтеринг года 2013» в номинации «В ногу со временем», а также премию «Права потребителей и качество обслуживания 2013» — в номинации «Кейтеринг».

В прошлом году мы были единственной кейтеринговой компанией, которая в один день провела самое большое количество мероприятий — 18. И эту позицию не хочется терять. Также мы заняли третье место среди кейтерингов по популярности среди русскоязычных пользователей Facebook. Но у нас нет цели стать первыми в Facebook. Наша цель — оказывать высококачественную услугу и зарабатывать деньги.











**ЕЛЕНА БОЧАРОВА,**  
бизнес-коуч, руководитель консалтинговой  
компании ExecutiveLeader

Ресторан выездного обслуживания KALITNIKI — одна из первых компаний в сфере кейтеринга, которая по настоящее время остается одним из лидеров рынка. Ключевые показатели деятельности, соблюдение высочайших стандартов управления компанией, обратной связи от клиентов и партнеров всегда в фокусе внимания руководителей компании KALITNIKI.

В команде — самые проверенные и клиентоориентированные специалисты. На результаты команды влияют и уверенность, и деловые качества Оксаны Сергеевой, генерального директора компании, и конечно, ее замечательное чувство юмора!



# Банкетная служба Ее Величества «Екатерина Вторая»

Город: Москва

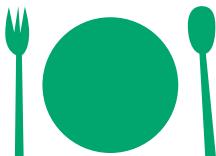
Год основания: 2007



## ЮЛИЯ КУЗНЕЦОВА: Сделать невозможное — это адреналин

Светскими раутами и банкетной деятельностью в самом красивом и живописном месте Москвы — музее-заповеднике «Царицыно» руководит Юлия Кузнецова. Юлия получила экономическое образование и начала свой профессиональный рост в банковской сфере, но быстро поняла, что это не ее. Семейная история определила смену деятельности, открыла новые горизонты и возможности для самореализации. Создание премиальной банкетной службы, а затем и открытие ресторана в знаковом московском парке стали вехами на этом пути.

[<>>](http://kniga.biz.ua)



## Спринтер по жизни

В юности я занималась спортом, выступала от школы в районных соревнованиях. Это был бег на короткие дистанции с барьером. Я — спринтер. Им и осталась по жизни. Я могу преодолевать короткие дистанции, из которых построена моя реальность. Большую роль в моей жизни сыграл отец, который говорил, что я — дочь быстроногого оленя и буду бежать быстрее, чем он. На мое пятилетие папа подарил мне картину, на которой бушует море и изображен корабль с парусами. Свой подарок он сопроводил словами: «Это твой корабль знаний и успеха». От мамы я унаследовала такие черты, как честность, уважение, порядочность и терпение. Я и сейчас ощущаю себя на этом корабле, смотрю вперед с надеждой, а назад — с благодарностью.

Я всегда боялась «заржаветь», постоянно тянулась к информации, людям, которые могут мне ее дать. После первого высшего образования я дополнительно получила специализацию «Управление на предприятия». Но и этого мне не хватило, и в 2012 г. я прошла курс МВА. Сейчас, правда, мне опять чего-то недостает...

Я черпаю энергию для работы из своих семейных отношений. Любовь — это двигатель, ради нее мы добиваемся многого. Чего я не умею, так это работать монотонно и рутинно. Мне сразу становится неинтересно. Я люблю делать то, что кажется невозможным, — это мой адреналин. Когда просят решить неразрешимую задачу, я пытаюсь это сделать. Так было с самого начала, когда мы только открывались. А если мне не хватает энергии и солнца, я лечу на три дня на Кипр.

## В ресторан с любимым (история начала)

Как я пришла в этот бизнес? История неординарная: я попала в ресторанную сферу благодаря моему любимому мужу Андрею Владимировичу. Чтобы чаще видеть дорогого человека, я устроилась к нему в ресторан.

Пришла туда в качестве бухгалтера, так как первое мое образование — экономическое. Мой муж — настоящий трудоголик, который не знает, что такое выходной день, отгул и «пораньше прийти домой». Поэтому, когда было невозможно застать его дома, я просто работала рядом с ним!

До этого у меня уже был небольшой опыт в ресторанном бизнесе в качестве бухгалтера. И однажды как раз открылась вакансия в бухгалтерии ресторана, где работал муж. Однако нужно учесть еще один момент — я была одержима идеей создать собственный ресторанный бизнес и всех ею заражала. Сначала это было нечто из категории мечты. А они должны сбываться. Мечты — это то, что придает жизни смысл. Придя на работу в эту сферу, я сделала первый шаг к осуществлению своей мечты. Если есть цель — ресурсы найдутся. Что у меня было для этого на тот момент: друзья и огромное желание реализовать задуманное. К тому же заканчивалась реконструкция музеяного комплекса, и стало очевидно, что точек питания для посетителей явно недостаточно. Появились люди, которые так же, как и я, вдохновились идеей открытия нового ресторана и были готовы вместе со мной вложить ресурсы. Это был большой риск. Но я сказала: «Я хочу, и я попробую! И закрутилось. Вместе с архитекторами мы просматривали помещения, обдумывали, как все сделать. Но когда дошло до подписания документов, мне отказали по причине того, что нельзя делать вытяжку, так как запахи могут распространяться в залы с постоянной экспозицией, что категорически невозможно. Казалось бы, тупик. Но должен был быть выход, и я его нашла: если не получается с рестораном, то почему бы не сделать банкетную службу? Так и создалась Банкетная служба Ее Величества «Екатерина Вторая». Это было в 2007 г.

Название родилось как-то сразу, и мы его полностью оправдываем, воссоздавая эпоху Екатерины Второй с ее шикарными приемами. Даже костюмы для официантов в свое время были заказаны на «Мосфильме»: 24 — для официантов и два — для шефов-кардиналов, одним из которых был и остается мой муж. Да, именно так, как вы и подумали: дальше мы тоже пошли вместе. Он постоянно курирует процесс, так как, я считаю, что если ты не разбираешься в «ложках-вилках», то контролировать процесс очень сложно. За все, чего я достигла, я должна благодарить только моего мужа, который всю жизнь посвятил ресторанному бизнесу. Он настоящий гуру сервиса. Андрей Владимирович контролирует то, что происходит на площадке, а я занимаюсь стратегией, т. е. проектами, планами. Мы друг друга дополняем и живем нашим общим делом. Мы можем друг другу доверять.

### Будьте добры соответствовать

Банкетная служба Ее Величества «Екатерина Вторая» — особенная кейтеринговая компания. Ее основным и в то же время уникальным отличием служит месторасположение. Это самое живописное место в Москве — му-