

эксперты



Елена Горнова исполнительный директор ООО «Печка»



Кристина Коротина администратор компании «Обед НН»

«Режим питания нарушать нельзя!» — веско заявлял Пончик. Розовощекому малышу из Солнечного города поверил не только друг Незнайка, но и взрослые дяди-начальники. Вкусная, сбалансированная еда прямо в офисе повышает работоспособность сотрудников и лишает их благовидного предлога задержаться на обеде. При этом организация питания — задача непростая, и руководители не прочь переложить ее на плечи профессионалов.

Кафе на колесах

Аутсорсинг в области корпоративного питания в Нижнем Новгороде начал развиваться относительно недавно — около пяти лет назад. С точки зрения исполнительного директора ООО «Печка» Елены Горновой, по меньшей мере, столько же времени пройдет, прежде чем нижегородский рынок кейтеринговых услуг будет способен обеспечить потребности всех компаний в организации офисного питания.

На сегодняшний день спрос на кейтеринг удовлетворяется всего на 30-40%. «В Нижнем Новгороде достаточно много предприятий занимается доставкой обедов, но, насколько я знаю, все они располагаются на территории кафе, столовых, баров или закусочных», — делится наблюдениями Кристина Коротина, администратор компании «Обед НН». «Для предпринимателя, который собирается заняться кейтерингом, разумно иметь кафе или небольшой ресторан. Получение документов и разрешений на доставку обедов в офисы — процесс затратный и длительный. Он займет минимум полгода, — предупреждает Елена Горнова. — Неплохо, если все это время ваше кафе будет принимать гостей и приносить прибыль, окупая расходы на открытие нового направления».

Между тем, традиционное предприятие общественного питания и доставка обедов — две принципиально отличные сферы деятельности. Первые различия обнаружатся уже при поиске помещения. Чтобы заниматься кейтерингом, обеденные залы не нужны, поэтому все предприятие может разместиться на площади порядка 300 кв. м. К традиционному набору кухонных помещений: заготовочному, «горячему», «холодному» цехам, мойкам для кухонной и столовой посуды, складу, комнате для резки и хранения хлеба — придется присовокупить пару специфических производств. Например, мойку для транспортировочной тары и экспедицию — специальный цех для упаковки готовой еды.



«Санитарные правила для предприятий общественного питания» (утверждены Минздравом СССР 19 марта 1991 года, СанПин 42-123-5777-91) помогут получить одобрение контролирующих органов. Как организовать доставку обедов, чтобы клиенты остались не только сытыми, но и здоровыми, подскажут эпидемиологи и специалисты Роспотребнадзора. «Некоторые клиенты приблизительно раз в месяц приглашают специалистов СЭС за свой счет, чтобы те проинспектировали блок питания в фирме. Таким образом, кейтеринговая компания находится под двойным контролем, и ее сотрудники знают, что строить «потемкинские деревни» не надо. Проверяющие могут нагрянуть в любой момент, и нужно всегда быть готовым к их появлению», — говорит Елена Горнова.

«Собственное помещение избавляет компанию от огромного количества проблем, — продолжает предприниматель. — Если у арендодателя поменялись планы, придется съехать в течение месяца. В этом случае теряются деньги, вложенные в ремонт и оборудование, которое не удалось перевести в столько короткий срок. Но самое главное — могут сорваться контракты, ведь какое-то время у компании не будет возможности готовить обеды».

По данным Кристины Коротинной, арендная плата за 300 кв. м производственных площадей в среднем по Нижнему Новгороду составляет 100-120 тыс. руб. в месяц. При этом, по статистике, на арендованных площадях предприятие общепита выходит на уровень рентабельности за 1,5-2 года. Если приобретать помещение в собственность, сроки окупаемости бизнеса возрастают до 10-12 лет.

Скованные одной цепью

Сегодня услугами по доставке обедов в офис пользуются как крупные компании не с одной сотней сотрудников, так и небольшие организации из десяти человек. В отношении последних развивается упрощенный вариант кейтеринга: заказ, упакованный в одноразовый контейнер, в специальном боксе доставляется клиенту. Составлением заказов, их получением и оплатой занимается собственный сотрудник обслуживаемой организации.

Если в компании более ста человек, организация питания оказывается куда более сложной. В первую очередь следует узнать, возможно ли установить на территории офиса линию раздачи. По данным Елены Горновой, на покупку оборудования для выдачи порций уйдет не менее 300 тыс руб.

Как правило, контракт на кейтеринг-услуги устанавливает четкие сроки доставки заказа клиенту. Все офисные работники привыкли обедать приблизительно в одно время, в промежуток с 10 до 14 часов. За нарушение режима питания, кейтеринговая компания платит рублем. Сумма штрафа может составить 1% от дневного заказа или 0,5% от суммы договора на месяц.

Эксперты сходятся во мнении, что для начала выгоднее заключить договор с организацией, специализирующейся на автоперевозках. «При наличии собственного автопарка все расходы по его обслуживанию ложатся на кейтеринговую компанию, — предупреждает Кристина Коротина. — Когда работаешь по договору, платить приходится только за время, потраченное водителем на доставку заказа, и за километраж». Водитель может развезти от одного до пяти-шести обедов. «Многое зависит от логистики, — подчеркивает Кристина Коротина. — Желательно иметь в штате человека, который рассчитывал бы оптимальные маршруты для водителей.

Функции логиста может взять на себя один из экспедиторов».

Автомобили для доставки обедов проходят мойку, дезинфекцию, дератизацию, снабжаются санитарными паспортами, в них устанавливается холодильное оборудование. Но даже идеальная подготовка транспорта не застрахует от неудачи, если водитель не прошел инструктаж. «Допустим, экспедитор понес заказ клиенту и плохо прикрыл дверцы кузова, — объясняет Елена Горнова. — Горячий воздух с улицы проник в салон и остальные обеды к моменту доставки были испорчены».

Человек, доставляющий обед клиенту, — это «лицо» кейтеринговой компании.

Администратор — ее «голос». «Для администратора важна грамотная речь, он должен быть всегда вежлив и внимателен к заказчику, — говорит Кристина Коротина. — Например, большинство клиентов откажутся от сотрудничества с компанией, если по голосу администратора слышно, что он курит».

Но, прежде всего, предприятию общепита нужны повара. «Найти хорошего повара будет непросто, — предупреждает Елена Горнова. — Спрос на сотрудников сферы общественного питания всегда был велик, а в последнее время, несмотря на кризис, только возрос. Все остальное — это подсобный персонал: упаковщицы, мойщицы посуды, грузчики, экспедиторы, раздатчицы. Трудно определить, кто в этой цепочке более важен. Блюдо может быть не очень вкусным, но раздатчица преподнесла его с добрыми словами и улыбкой на лице, так что человек и не почувствовал, что еда недосолена».

«Стандартный состав комплексного обеда — салат, суп и второе блюдо. Но бывают обеды «усеченные», — рассказывает Елена Горнова. — Не каждая компания может предложить своим сотрудникам полноценный обед из трех блюд. Некоторые фирмы заказывают только второе блюдо, другие в целях экономии отказались от салата. Есть организации, которые, наоборот, не экономят: заказывают еще и десерт».

Комплексный обед не обязательно одинаков для всех. Кейтеринговые компании обычно предлагают на выбор мясные, рыбные и овощные блюда, несколько видов салатов, «легкое» первое блюдо и суп более питательный. «Компания должна идти навстречу пожеланиям клиента, — считает Кристина Коротина. — Если офисные работники часто контактируют с людьми, вряд ли стоит добавлять в их обеды лук и чеснок. Если сотрудницы какой-то фирмы предпочитают низкокалорийные блюда, надо разработать для них диетическое меню».

Кейтеринговые компании давно взяли на вооружение вегетарианское, постное меню. «В этом году на масленичной неделе наши повара до полуночи пекли блины, — вспоминает Кристина Коротина. — На Пасху выпекаем маленькие куличики. Летом на 70% возрос спрос на овощные салаты. Салаты с майонезом вообще не предлагали, потому что они портятся первыми. Так что, когда осенью в меню вернулись всеми любимые «Мимоза» и селедка «под шубой», они ушли на ура. Осенью появляется ажиотажный спрос на винегрет, потому что с мая по сентябрь, по санитарным нормам, его нельзя ставить в меню. Зимой будут заказывать «Оливье», «Столичный».

Стоимость комплексного обеда с доставкой в Нижнем Новгороде варьируется от 60 до 120 руб. В эту сумму входят хлеб, салфетки, посуда, если она одноразовая. Как правило, кейтеринговые компании предлагают заказать обед накануне, либо высылают клиенту комплексное меню на неделю вперед. «Зная меню заранее, сотрудник фирмы имеет возможность решать, пойдет он сегодня обедать или нет, — говорит Елена Горнова. — Допустим, сегодня ему есть не очень хочется, зато в пятницу будут его любимые

голубцы со сметаной, и он обязательно пообедает. Да и шеф-повар, зная, что готовится в течение всей недели, может грамотно составить заказ продуктов».

Покупай нижегородское!

Нижегородские кейтеринговые компании отдают предпочтение местным производителям продуктов питания. Но полностью перейти на то, что предлагают отечественные предприятия, пока невозможно. «Например, в категории «мясо, птица, рыба» соотношение отечественных и импортных продуктов, которые мы закупаем, можно представить как 10/90, — говорит Елена Горнова. — От российских поставщиков получаем, в основном, курицу. Свинину, говядину, телятину они предлагают по очень высоким ценам».

Если предприниматель заключил контракт на доставку обедов с фирмой из десяти человек, то 50 тыс. руб. на закупку продуктов ему будет достаточно. При наличии крупных заказов придется выделить из бюджета 200-300 тыс. руб. Елена Горнова советует учесть, что крупные, особенно иностранные фирмы обычно заключают договор с отсрочкой платежей. Начиная работать с заказчиком, кейтеринговая компания кредитует его на срок от двух недель до двух месяцев. Следовательно, нужно быть готовым первые месяц-два работать на собственные деньги. Для этого в обороте предприятия должно находиться 4-5 млн. руб. Организация, ориентированная на менее массовые заказы, обойдется меньшей суммой, порядка 1 млн. руб. Тем более, что небольшие компании обычно оплачивают обед в день доставки.

«Сейчас доставка обедов приносит очень невысокую прибыль, — сетует Кристина Коротина. — Цены на продукты поднялись значительно и продолжают расти. В среднем с одного обеда мы выручаем пять-шесть рублей».

Кейтеринговые компании занимаются организацией банкетов, фуршетов, свадеб, выпускных и детских мероприятий, обслуживают переговоры и т. д. Кристина Коротина советует включить в комплекс услуг доставку «расходных материалов»: туалетной бумаги, полотенца, жидкого мыла, влажных салфеток и проч.

Эффективными методами продвижения услуг кейтеринговой компании Кристина Коротина считает рекламу в изданиях, имеющих адресную доставку по организациям, а также рекламу в Сети. Большим подспорьем в последнем случае станет собственный сайт компании. В режиме он-лайн поступает сегодня большая часть заказов на офисные обеды.

На заметку предпринимателю

Стартовые инвестиции — от 2 млн. руб.

Средства в обороте — от 1 до 5 млн. руб.

Площадь помещения — от 300 кв. м.

Штат — от 10 человек.

Сроки окупаемости — от 2-х лет.

Ежемесячный доход — 10-15% от оборота.