

Економіка фірми

Корнєва І.О. кандидат економічних наук

ст. викладач кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу,

Київський національний університет харчових технологій

м. Київ, Україна

ПРИНЦИПИ МЕНЕДЖМЕНТУ КЕЙТЕРІНГОВОГО БІЗНЕСУ

На сьогоднішній день послуги кейтерінгу є досить затребувані, багато барів і навіть столових заявлять про надання кейтерінгових послуг, якість яких залишається на досить сумнівному рівні. Фактором успіху діяльності кейтерінгової компанії можна вважати виконання певних принципів керування бізнесом [1 с. 39].

Пізнаваємість. Проведення постійної роботи, яка сприяє формуванню іміджу компанії не тільки як постачальника високоякісних кейтерінгових послуг, але й як експерту в галузі кейтерінгу. Використання у роботі «своїх» особливостей, які можна вважати авторськими, а отже тими, які впізнають.

Тест-ланч. На кожній зустрічі з клієнтами, перед запланованим заходом проводиться тест-ланч з новинками пропонованого меню, з залученням шеф-кухаря, який може провести консультацію. Замовник повинен мати повне уявлення про те, який саме продукт він отримає від компанії.

Індивідуальний підхід. Меню заходу завжди залежить від конкретного проекту та розробляється індивідуально до побажань, вподобань та бюджету замовника. Але асортимент страв має, пропонованих кейтерінговою компанією має йти в ногу з часом, або навіть випереджати його. Оскільки «головною» людиною в кейтерінговій компанії є гранд-шеф - одним з важливих його завдань є відстеження всіх останніх тенденцій стосовно Food Design, Food Technologies та ресторанного обслуговування, аби застосувати це на практиці та поділитися знаннями з штатними кухарями.

Навчання. Процес навчання кожна компанія вибудовує індивідуально. Не можна навчати тільки кухарів, хоча їхня роль одна з ключових, варто приділяти увагу команді в цілому: менеджменту, офіціантам – абсолютно усім.

Команда. Формування команди однодумців, які поділяють корпоративні ідеали, місію підприємства дає суттєві конкурентні переваги. Тільки в атмосфері довіри, творчого натхнення, при певній долі контролю та великій свободі – можливо вийти на новий рівень.

Авторський підхід. Клієнт повинен пізнавати почерк кейтерінгової компанії, а потім і персонал – в першу чергу, шеф-кухаря, так би мовити руку майстра [2. с. 89].

З точки зору ефективного ведення бізнесу, пропоновані принципи менеджменту кейтерінгової компанії доцільно вважати основними та обов'язковими для виконання, адже саме вони дозволять компанії залишатися на високому конкурентному рівні, вирізнятися поміж інших, мати в своєму арсеналі сильну досвідчену команду, сучасне та затребуване меню, а також постійних клієнтів.

Література:

1. Кейтеринг. Практическое руководство для владельцев и управляющих: Кирилл Погодин - Санкт-Петербург, Ресторанные ведомости, 2009 г.- 176 с.
2. Кейтеринг. 20 лет в России. Истории успеха: - Москва, Альпина Паблишер, 2014 г.- 153 с.