1. Analiza Pieței
   1. Dimensiunea pieței țintă

*Mărimea pieței țintă*

Cateringul joacă un rol tot mai important în serviciile ospitaliere. Cererea pentru acest tip de servicii, atât catering comercial, cât și cel social, a crescut foarte rapid în ultimul deceniu.

Posibilitatea veniturilor mari din catering fac această ramură a industriei ospitalităii deosebit de competitivă. Pentru a putea rămâne activi și eficienți, furnizorii de servicii de catering se concentreaza pe selectarea segmentelor de piață și pe extinderea ariei de servicii. Astfel că, în afară de furnizorii de preparate culinare, serviciile de acest tip au început să includă servicii de aranjare a locației, personal pentru servire, închirierea veselei, lenjeriei, închirierea echipamentelor audio - vizuale, programe de agreement etc. Meniurile includ preparate culinare tradiționale, asiatice, italiene, arăbești și vegetariene. Acest lucru face oferta mult mai atrăgătoare.

În ultimii ani s-a dezvoltat și la noi ideea de oraganizare de evenimente la care sunt contractate firme de catering specializate pentru a ușura munca, programul de catering pentru festivități, recepții, cocktail-uri, serbări câmpenești asigurând clienților un pachet de soluții complete în cazul evenimentelor ce presupun servirea mesei în altă parte decât în spații special dotate și destinate acestui scop.

Prin servicii de catering se înțelege activitatea de preparare, furnizare, prezentare și servire a unor preparate culinare, reci și/sau calde, sărate și/sau dulci și/sau băuturi, în mod profesional, în conformitate cu legislația în vigoare, pe bază de comandă personalizată, cu un nivel maxim de confort și într-un timp stabilit de comun acord între furnizor și beneficiar.

Diferența dintre a comanda mâncare la domiciliu și de a contracta servicii de catering rezidă în flexibilitatea celor din urmă. Serviciile de catering trebuie să se ridice atât la nivelul exigențelor clientului, cât și la exigențele pieței. Produsul de catering este destinat consumului public sau privat, în diferite spații, acoperind diverse stiluri și tipuri, și răspunzând nevoilor clientului în ceea ce privește calitatea preparatelor alimentare, modul de prezentare al acestora, precum și serviciile complementare oferite.

Un serviciu complet de catering include, așadar, preparare, furnizare, servire și debarasare, în funcție de tipul de eveniment/client pentru care s-a solicitat serviciul. Furnizorii de catering sunt în general și organizatori de evenimente, punând la dispozițiae nu numai preparatele culinare, ci și mobilier, accesorii, personal specializat pentru servire și debarasare etc.

**Catering de evenimente**

În această categorie intră majoritatea firmelor de catering (de la noi din țară și din străinătate). Preparatele culinare, băuturile și serviciile pot acoperi o gamă foarte largă de evenimente, adaptându-se la un număr variabil de invitați. Astfel de servicii pot organiza de la A la Z o aniversare în familie, dar se pot ridica și la standardele unui banchet cu peste 300 de invitați. Indiferent dacă clientul organizează o petrecere de Crăciun corporate la sediu pentru 50 de persoane, o conferință internațională pentru 1000 de persoane, sau o întâlnire de afaceri cu 5 persoane, firma de catering și de evenimente trebuie să fie în stare să se ridice la înălțimea așteptărilor.



Atunci când se furnizează un astfel de serviciu, firma de catering este în general responsabilă cu prepararea mâncării în avans și servirea ei în cadrul evenimentului. În funcție de necesitățile clientului, furnizorul de catering poate asigura și servicii de debarasare, dar și servicii conexe (decor, divertisment etc.).

Catering-ul de evenimente este, de asemenea, cel mai flexibil și mai creativ astfel de serviciu. Clientul are la dispoziție o mare varietate de preparate din care poate să aleagă, iar furnizorul îi pune la dispoziție și un consultant care să recomande anumite preparate în funcție de numărul de invitați, tema evenimentului, locația evenimentului, ocazia, tipul de eveniment organizat etc.

Astfel de firme sunt și cele mai căutate deoarece clienții primesc servicii complete, oferte personalizate, consultanță, meniuri care acoperă cele mai complexe și sofisticate gusturi și nevoi, personal specializat și multe altele. Mâncarea este preparată la comandă și este livrată proaspătă și în forme de prezentare atractive.

Determinarea acestei piețe este destul de greu de realizat datorită eterogenității datelor. Cateringul este accesat de foarte multe tipuri de evenimente de la conferinţe, congrese, training-uri, evenimente corporate, până la nunţi şi botezuri, incluzând şi serviciile logistice de organizare specifice, precum şi locaţiile special dedicate găzduirii de astfel de evenimente.

**Turismul**.

*Sosiri ale turiștilor național*: în numarul turiștilor cazați în unitățile de cazare turistică se cuprind toate persoanele (români și străini) care calatoresc în afara localităților în care își au domiciliul stabil, pentru o perioadă mai mică de 12 luni și stau cel puțin o noapte într-o unitate de cazare turistică în zone vizitate din țară; motivul principal al calatoriei este altul decât acela de a desfășura o activitate remunerată în locurile vizitate.

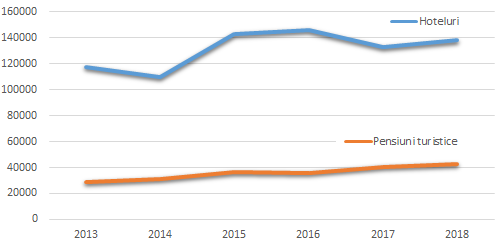
*nivel național sosiri*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Hoteluri | 5.740.304 | 5.908.649 | 6.314.865 | 7.214.613 | 7.927.540 | 8.565.979 | 9.004.486 |
| Pensiuni turistice | 586.119 | 653.464 | 704.129 | 899.494 | 1.020.606 | 1.157.665 | 1.234.295 |

*Sursa: Institutul Național de Statistică*

*Orașul Târgu Mureș sosiri*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Hoteluri | 117434 | 109706 | 142739 | 145759 | 132687 | 137684 |
| Pensiuni turistice | 28612 | 31218 | 36428 | 35926 | 40756 | 42724 |



*Sursa: Institutul Național de Statistică*

La nivelul orașului Târgu Mureș aceasta a avut o evoluție ascendentă, referindu-ne ca total turiști sosiți, indiferent de tipul unității de cazare ales. Creșterea numărului de turiști a înregistrat valori bune, reprezentând **o evoluție de peste +23% în 2018** față de anul 2013.

*Înnoptări în structuri de cazare turistică*: este intervalul de 24 de ore, începând cu ora hotelieră, pentru care o persoană este înregistrată în evidența spațiului de cazare turistică și beneficiază de găzduire în contul tarifului aferent spațiului ocupat, chiar dacă durata de ședere efectivă este inferioară intervalului menționat. Sunt avute în vedere și înnoptările aferente paturilor instalate suplimentar (plătite de clienți).

*nivel național Înnoptări*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Hoteluri | 15.121.515 | 15.928.051 | 17.813.453 | 19.225.037 | 20.012.780 | 20.935.932 |
| Pensiuni turistice | 1.197.200 | 1.273.114 | 1.664.533 | 1.881.750 | 2.113.520 | 2.229.463 |

*Sursa: Institutul Național de Statistică*

*Orașul Târgu Mureș Înnoptări*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Hoteluri | 173073 | 164639 | 220979 | 234316 | 213385 | 209255 |
| Pensiuni turistice | 42389 | 45930 | 59116 | 55082 | 64347 | 68325 |



*Sursa: Institutul Național de Statistică*

Atât la nivel național cât și la nivelul orașului Târgu Mureș se constată o creștere pe toate planurile. În cazul orașului Târgu Mureș creșterea este de asemenea una importantă (**peste 28% față de anul 2013**), confirmând estimările generale de creștere a acestei piețe.

***Evenimente***

Industria de evenimente este denumită la nivel internaţional Industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) sau, mai nou, Events Industry (pentru a nu se produce confuzie în folosirea a­cronimului), ce cuprinde orice formă de eveniment de interes public sau corporate. Evenimentele sunt considerate parte a strategiilor de marketing şi relaţii publice, şi chiar resurse umane, pentru mediul corporate şi reprezintă principala sursă de venituri pentru cei din domeniul HoReCa (ho­teluri, restaurante, cafenele). Începând din anul 2013, strategiile de promovare ale companiilor s-au axat mai mult spre partea de relaţii publice, organizarea de evenimente de promovare, informare, instruire şi recrutare sau campanii de responsabilitate socială şi au dorit să creeze experienţe unice, memorabile pentru clienţii săi.   
Evenimentele sunt considerate a fi forma cea mai personalizată a marketingului, ce generează contact direct cu clienţii, partenerii şi prospecţii şi pot fi utilizate în aproape orice tip de industrie, înglobând orice altă formă de promovare şi comunicare.

Evenimentele corporate diferă în funcție de sezonul în care sunt organizate, evenimentele de business, conferințele, dealer meetings fiind la mare căutare primăvara și toamna, în timp ce în apropierea verii cresc cererile pentru teambuilding-uri și petrecerile de firmă cu tematică estivală.

Anual cresc numărul nunţilor, a zilelor de naştere şi a petrecerilor private organizate la restaurant, în detrimentul organizării acestora la domiciliu. Astfel, au apărut multe de firme ce oferea servicii, oricând, oricum. De asemenea, au generat noi venituri pentru diverşi alţi prestatori de servicii de foto-video, design, modă, aranjamente florale, programe artistice, sonorizări, servicii DJ, tipografii, pirotehnie, turism, mobilier etc.

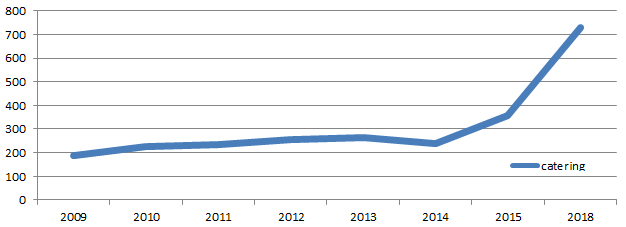
Din 2013 până în prezent, piaţa de evenimente se revitalizează şi creşte exponenţial, mai ales în domeniul corporate. Apar noi tehnologii, noi echipamente şi noi servicii ce au ridicat foarte mult calitatea evenimentelor: arhitectura şi designul de eveniment – servicii specializate de management de eveniment, videografia, materiale promoţionale inovative, sonorizări şi lumini cu aparatură de ultima generaţie, meniuri şi cocktailuri extravagante, decoraţiuni, aranjamente florale şi accesorii de cea mai bună calitate şi cele mai fine texturi.

Industria de evenimente generează miliarde de euro anual, ţările cu cele mai mari reuşite fiind Germania, cu 65 miliarde euro înregistraţi în anul 2015, şi Marea Britanie, cu 50 miliarde de euro. Conform Asociaţiei Profesioniştilor din Industria de Evenimente din România (APIER), ţara noastră este pe locul 26 din 35 de ţări la nivel european pe segmentul organizării de evenimente şi a înregistrat în anul 2015 venituri de 350 milioane de euro. Suma este considerată a reprezenta doar 80-85% din realul veniturilor din industrie, România confruntându-se cu un grad crescut de evaziune fiscală la acest capitol.

Industria de alimentație publică, cifrele Institutului Național de Statistică indică creșteri fără echivoc a acestui segment:

*Cifra de afaceri cumulată a sectorului milioane lei*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | CAEN | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2018 |
| restaurante | *5610* | 3.280 | 3.652 | 3.897 | 4.271 | 4.479 | 5.098 | 6.903 | 11.200 |
| catering | ***5621*** | **186** | **227** | **235** | **257** | **262** | **237** | **356** | **731** |
| alte activități de alimentație | *5629* | 444 | 434 | 438 | 405 | 389 | 446 | 553 | 584 |



*Sursa: Ministerul Finanțelor și topfirme.com*

Cifrele de mai sus pe segmentul de catering, nu reflectă realiatea acestei piețe deoarece multe societăți din segmentul restaurantelor sau a altor activități de alimentație oferă de asemenea servicii de catering. După aprecierea noastră, piața serviciilor de catering la nivel național, se cifrează la:

|  |  |
| --- | --- |
| Mărimea pieței naționale  Servicii catering | An 2019 |
| ***Minim 250 milioane Euro*** |

* 1. Analizați stadiul actual al pieţei – nevoi şi tendinţe

Cateringul reprezintă un întreg complex de activități menite a fi pe placul clientului din mai multe puncte de vedere. Pe lângă masă, o firmă specializată trebuie să gestioneze și alte aspecte corespondente unui eveniment: amenajarea unui spațiu, decorarea și chiar alegerea muzicii. Adaptabilitatea și promptitudinea în servicii reprezintă una dintre regulile de bază în aceasta activitate.

Cu toate acestea, cheia succesului unei firme de catering este oferta culinară. Mâncarea și modul în care este prezentată și servită fac diferența. Așa că oferta de produse trebuie să fie concepută într-o gamă largă, să conțină atât meniuri tradiționale, cât și internaționale. Cu cât gama de produse este mai largă, cu atât crește capacitatea de adaptabilitate la nevoile și gusturile clienților.

Pentru a organiza un eveniment, o firma de catering are nevoie de timp. Comportamentul profesionist în aceasta privință implică o foarte bună programare a sarcinilor de realizat, pe baza unor repere calendaristice și orare. În activitatea de catering, soluția pentru a fi în egală măsură rapid și eficient și a oferi alimente gustoase o reprezintă folosirea unor rețete speciale, de produse ușor de realizat, dar si de consumat.

Una dintre caracteristicile mâncărurilor pregătite și oferite de obicei de firmele de profil se bazează pe rețetele speciale pentru produse din categoria 'finger-food'. Pregătirea acestor alimente presupune prepararea unor bucăți foarte mici, care nu necesita folosirea tacâmurilor pentru consumare, deoarece se pot apuca foarte ușor cu mâna. Sortimentele trebuie să acopere atât gama alimentelor sărate (calde și reci), cât și dulci.

Ocaziile în care consumatorii apelează la firmele de catering sunt de obicei mese festive, dineuri oficiale, petreceri aniversare, recepții, simpozioane, mese comemorative, prezentări de modă, dar și nunți, botezuri sau alte categorii de petreceri private. In acest sens, o firmă de catering trebuie să dispună de o ofertă diversificată, ușor adaptabilă. Pentru ca evenimentul sa se ridice la nivelul așteptarilor, se impun discuții pentru stabilirea meniului, a numărului de persoane participante, a decorării spațiului și a altor aspecte de ordin practic.

Un loc foarte important îl ocupă evenimentele organizate de marile companii. 'Corporate events' iar pentru o firmă de catering organizarea unui asemenea eveniment este un plus pe cartea de vizită. Trebuie să se țină cont însă de faptul ca societățile mari și cu renume care organizează un eveniment și apelează la firme specializate au pretenția ca serviciile și produsele oferite să fie la un nivel profesional la fel de ridicat precum renumele companiei.

Evenimentele la care se apeleaza la serviciile de catering sunt:

* Bufetul suedez, care este destinat recepțiilor al căror număr mare de invitați nu permite efectuarea unui serviciu tradițional. Se acordă o importanță deosebită decorării bufetului, precum și prezentării diferitelor preparate. Prin extensie, termenul de bufet constituie definiția unui tip de servire.
* Cocktailul, recomandat pentru numeroase ocazii, în special pentru evenimentele companiei si pentru acelea legate de relațiile cu publicul.
* Petreceri tematice
* Nunți, petreceri private
* Barbeque

În general, firmele de catering oferă specialități culinare realizate în laborator propriu, specialiști în decorarea spațiului de desfășurare a evenimentului, decorațiuni cu specific românesc, decorațiuni cu specific exotic, personal operativ cu experiență (bucătari și designeri culinari, coordonatori evenimente, ospătari și barmani), transport și amenajări pentru evenimente outdoor și indoor. Meniurile oferite de firmele de catring sunt din cele mai diferite, pornind de la meniuri traditionale la cele exotice și de la mancaruri reci la cele calde în funcție de ocazie și de preferințele clientului.

*Tendințe* *ale acestei piețe*

În industria cateringului se constată, la nivel general, ca există o mișcare spre o integrare orizontală cu industria organizării de evenimente***,***cu un număr în creștere de furnizori de servicii complete pentru a oferi divertisment, audio-video și tehnologie, catering, inchirieri, decor, locații și altele. Companiile care ofera aceste servicii adiționale își pot asuma active care nu sunt utilizate la fel de mult ca cele ale unui specialist, dar ele pot câștiga marje mai mari din vanzarile pe care le fac

Din prisma actorilor ce acționează pe această piață putem identifica următoarele tendințe:

* *Creșterea gradului de informare*: tot mai mulți potențiali clienți află de avantajele serviciilor de catering, în principal prin participarea lor la tot mai multe evenimente organizate prin intermediul unor firme de profil.
* *Dezvoltarea segmentului Premium*: în urmă cu câțiva ani acest segment era considerat unul de nișă. La acest moment, nivelul de cultură în ceea ce privește serviciile de catering complexe sau complete a crescut în rândul potențialilor clienți, astfel că avantajele orientării către servicii Premium sunt acceptate de o parte din ce în ce mai mare de clienți
* *Integrarea pe eveniment*: integrare orizontală cu industria organizării de evenimente, cu un număr în creștere de furnizori de servicii complete.

Amenințările identificate în această piață pot fi sintetizate astfel:

* Scăderea nivelului de trai și a puterii de cumpărare național ceea ce va duce la scăderea cererii generale pentru servicii de tip catering sau cel puțin la scăderea cifrelor de afaceri prin scăderea valorii serviciilor și implicit a calității acestora.
* Încetinirea sau oprirea creșterii economice la nivel global
* Atragerea României în conflicte regionale ceea ce ar duce nu doar la limitarea pieței naționale ci și la căderea turismului aflat la acest moment în creștere

Oportunități identificate în acest sector:

* *Creștere economică*: respectiv creșterea veniturilor atât la nivelul populației cât și a afacerilor existente național.
* *Fonduri europene*: existența acestora dau posibilitatea dezvoltării infrastructurii de acest tip în toate zonele țării.
* *Creșterea turismului*: generează cu certitudine o creștere a acestui segment.
* *Segment Premium insuficient*: la acest moment serviciile de catering de tip premium sunt dezoltate foarte puțin, iar cererea pentruu acest segment de servicii se manifestă din ce în ce mai pregnant.
  1. Analizați potențialul de creştere a pieţei

Se  spune  că  mâncarea  gătită  de  altcineva  este  întotdeauna  mai  gustoasă , iar restaurantele  oferă  luxul  acesta  dar  în  afara  confortului  locuinței. Dar atunci cand se vrea o petrecere sau un eveniment, se  angajează  o  firma  de  catering.

Cateringul  promite  să  ofere  o  imagine  total  nouă  asupra  organizării  unui  eveniment.

Informația  circulă  destul  de  greu  în  ceea  ce  privește  extinderea  pe  care  o  cunosc  firmele

de  catering,  nivelul  de  implicare  în  organizarea  unui  eveniment.

*Avantajele contractării unui serviciu de catering*

Specialiștii în catering, la fel ca și organizatorii de evenimente, știu că servirea mesei este un act social menit să îi apropie pe oameni, indiferent cât de formal sau informal este evenimentul respectiv și ce conotație are. Produsul de catering devine astfel un liant psihologic și social, ceea ce amplifică valoarea intrinsecă a preparatelor oferite. Pe lângă acestea, însă, serviciile de catering vin cu o serie de avantaje greu de egalat de către alte servicii de alimentație publică:

* Oferă clientului posibilitatea alegerii/personalizării meniului sau chiar a rețetelor în anumite situații.
* Se adresează consumatorului final nu numai prin perspectiva gustului propriu-zis al preparatelor, ci și prin prisma aspectului vizual, al calității/unicității ingredientelor, al atmosferei create și al profesionalismului cu care sunt preparate și servite alimentele.
* Se adaptează rapid la cerințele clientului, putând furniza servicii complete indiferent de natura evenimentului, a numărului de participanți și al exigențelor culinare ale acestora.
* Le oferă beneficiarilor servicii complementare și se pot ocupa de organizarea întregului eveniment, câștigându-i astfel clientului timp și resurse materiale și umane.
* Oferă un grad sporit de confort clientului, care nu se mai preocupă cu neplăcutele aspecte logistice post-eveniment (debarasarea, spălarea vaselor și tacâmurilor, curățenia etc.).
* Cel care pune la dispoziția participanților la un eveniment un serviciu de catering de înaltă calitate se asigură că invitații vor fi excelent serviți iar toate așteptările lor vor fi satisfăcute. Acest lucru este esențial mai ales pentru evenimentele *corporate* în care reputația companiei se clădește și pe impresia pozitivă pe care și-o fac partenerii în legătură cu firma respectivă.

Dezvoltata timid dupa 1990 si exploziv dupa 1996, piața cateringului cuprinde peste 1.100 agenti economici de firme care activeaza în întreaga țara și în jur de 14 în Mureș. Această activitate implică mult mai multe cunoștințe și aptitudini. Se lucrează întotdeauna contra cronometru. Trebuiesc avute cunoștințe de administrare de personal, dar și de contabilitate primară. In calitate de furnizor, trebuie să devii credibil pe piață, astfel încât clienții să te aprecieze și să te recomande ca potențial partener.

Potențialul de creștere în această piață este deosebit de mare, fapt vizibil și prin creșterea puternică a acestei industrii în ultimii ani. Eșantionul național studiat în cele ce urmează arată rate de creștere de peste 50% de la un an la altul.

Ca potențial de creștere putem aprecia și dat fiind creșterea industriilor sau segmentelor ce necesită sau accesează serviciile de catering:

* Creșterea puternică a turismului intern
* Creșterea numărului de evenimente de tip corporate
* Creșterea nivelului de trai
* Creșterea economiei pe ansamblul ei

În sprijinul tendințelor susținute mai sus, prezentăm comunicatul Comisie Naționale de Prognoză, publicat pe site-ul instituției [www.cnp.ro](http://www.cnp.ro) ca Prognoza de primăvară 2019 (realizată în mai 2019). Conform CNP, tendințele arată astfel:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| PIB (miliarde Ron) | 856,7 | 944,2 | 1031,0 | 1110,2 | 1188,5 | 1272,0 |
| PIB (creștere reală în %): | 7,0 | 4,1 | 5,5 | 5,7 | 5,0 | 5,0 |
| - Industrie (%) | 8,3 | 4,3 | 5,4 | 4,6 | 4,3 | 4,5 |
| - Agricultura (%) | 14,6 | 10,0 | 1,9 | 1,1 | 1,1 | 1,1 |
| - Construcții (%) | **-0,9** | **-5,6** | **7,2** | **7,7** | **7,1** | **7,1** |
| - Servicii (%) | 6,9 | 3,6 | 5,8 | 6,4 | 5,5 | 5,4 |

*Sursa: Comisia Națională de Prognăză* [*www.cnp.ro*](http://www.cnp.ro)

* 1. Factorii economici, politici, legislativi, tehnologici, sociali.

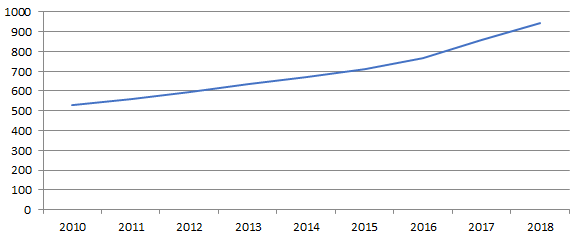
Lipsa predictibilităţii economice pe termen mediu şi lung este o adevărată provocare, deoarece în România există, încă, multe fluctuaţii în ceea ce priveşte climatul economic. Acest lucru influenţează orice investitor şi implicit planurile de dezvoltare pe termen lung a business-ului. În ceea ce priveşte fiscalitatea, modificările sunt foarte rapide şi imprevizibile, astfel încât nu poţi lua măsuri înainte

* **Factori economici**

*Produsul intern brut*: economia României, la fel ca toate economiile Uniunii Europene, a parcurs o perioadă de ajustări în ultimii ani, perioadă marcată de scăderi ale indicatorilor macroeconomici, cel mai vizibil dintre aceștia fiind PIB-ul. Ca valoare în Ron acesta a avut o evoluție ascendentă.

*PIB miliarde RON*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Anul | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| RON | 528.2 | 559.2 | 593.7 | 635.5 | 668.6 | 712.6 | 765.1 | 856.7 | 944.2 |

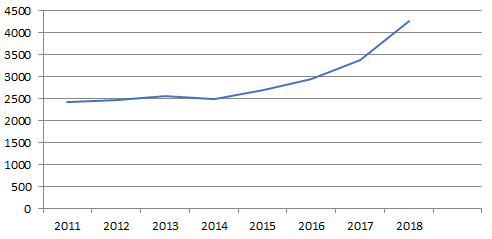
****

*Sursa:* *Institutul Național de Statistică*

*Venituri în gospodărie*. În această categorie intră toate veniturile posibile de identificat, sub orice formă (bani sau natură), fiind luate în considerare toate categoriile posibile. Se poate ușor observa pe grafic faptul că acestea au crescut constant, iar trendul este de creștere susținută. Veniturile duc la creșterea cererii pentru servicii de catering, indiferent de structura sau natura lor.

*Ron*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| An | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Ron | 2.417 | 2.475 | 2.559 | 2.501 | 2.687 | 2.945 | 3,392 | 4.271 |

**

*Sursa: Institutul Național de Statistică*

*Tarifele.* Pentru cea mai mare parte a serviciilor, creșterea tarifelor are o incidență negativă asupra cererii. Coeficienții de elasticitate a cererii de servicii în funcție de tarife sunt prin urmare, de regulă, negativi și supraunitari. Cu toate acestea, reducerea tarifelor poate uneori să nu conducă la sporirea cererii, datorită faptului ca aceasta reducere poate fi asociată de consumatori cu o scadere a calității serviciilor.

* **Factori legislativi**

În ceea ce privește alte influențe în plan legislativ acestea ar putea veni din zonele:

* *Modificarea legislației de impozitare a activităților din sfera catering-ului*: aceasta poate impulsiona sau scădea creșterea acestui sector.
* *Modificări legislative privind întreprinderile ce oferă servicii de catering:* o schimbare drastică a acesteia, poate determina încetinirea ratei de întreprinderi intrate pe acest segment, iar în cazul apariției unor reglementări foarte restrictive chiar o regresie în ceea ce privește numărul de întreprinderi active pe acest cod CAEN.
* **Factori Socio-culturali**.
* *Relația personalizată:* fiecare jucător din această piață trebuie să construiască o relație personalizată cu clienții săi.
* *Timp liber.* Creșterea vernitului și a timpului liber influentează în acelasi sens cererea de servicii. Astfel, indivizii și familiile, pe măsura creșterii veniturilor, dau un plus de valoare timpului lor liber, având o tentință mai mare de a cumpăra servicii, decât să le producă singuri. Dar, invers, cei care au timp liber și venituri limitate sunt adesea determinați să-și reducă cheltuielile pentru servicii.
* *Mentalitatea privind acest segment:* ansamblu de concepte, convingeri care determina gîndirea si comportamentul în ceea ce privește serviciile de catering, și accesarea acestor servicii. Aceasta este influențată la rândul ei de grupuri de referinţă, lideri de opinie, rol şi statut social, clase sociale etc.
* **Factorii psihologici**, precum preferințele, gusturile, aspirațiile etc. diferite ale indivizilor influențează cererea de servicii atât ca volum cat si ca structura. Schimbările sociale au, de asemenea, un puternic impact asupra cererii de servicii. Așa, de exemplu, dezvoltarea a noi orașe și regiuni a condus la creșterea nevoilor pentru infrastructură și serviciile aferente. Călătoriile internaționale și mobilitatea au produs schimbări în gusturile și cerințele consumatorilor, care cumpără serviciile naționale și internaționale și cer diversitate și îmbunătățirea calității.
* **Factori demografici.** Creșterea numărului populației conduce la creșterea cererii de servicii. De asemenea fenomene demografice, cum ar fi, de exemplu, creșterea natalității induce sporirea puternică a cererii de servici., după cum tendința de creștere a duratei medii a vieții și de îmbătrânire a populației va contribui la creșterea cererii pentru anumite categorii de servicii.
* **Factori politici**
* *Stabilitatea politică generală:* poate influența direct creșterea sau descreșterea acestei piețe a serviciilor de catering.
* *Conflicte regionale:* turismul reprezintă o alternativă pentru cetățenii străini ce vizitează această zonă a Europei. Apariția unor conflicte interne sau în imediata vecinătate pot frâna această piață.
* *Calitatea invatamantului profesional*: școlile profesionale pot crea un val de specialiști pe acest segment, ceea ce va determina o abundență pe acest segment de servicii. Vor putea apărea societăți noi în acest segment sau redimensionarea societăților existente.
  1. Clienţi existenţi şi potenţiali.

Segmentul sau grupul țintă îl reprezintă cu precădere societățile ce funcționează pe raza județului Mureș dar și cea a județelor învecinate. Catering-ul dorit se axează pe partea de evenimente corporate dar, trebuie amintit și faptul că populația rezidentă in județul Mureș dar și cea existentă în zonele limitrofe ale acestuia. Astfel la nivelul Mureșului există o populație de cca. 130.000 locuitori iar în zonele limitrofe încă cel puțin 40.000 de rezidenți.

*Analiza necesităților clienților existenți și potențiali*

Printre necesitățile identificate ce determină acest interes crescut pot fi enumerate:

* *Prețul corect:* clienții se așteaptă să plătească un preț rezonabil, corelat cu complexitatea serviciilor de catering oferite.
* *Servicii mai diversificate*: clienții se așteaptă să găsească o paletă largă de servicii incluzând segmente sau servicii complete și complexe.
* *Relația personalizată*: căldura cu care sunt tratați clienții este și ea importantă, având în vedere că acest element poate face de multe ori diferența între două societăți de catering care au o ofertă apropiată.
* *Personal calificat corespunzător*: personalul folosit trebuie să fie potrivit pentru astfel de activități și specializat corespunzător.
* *Disponibilitatea serviciilor*: serviciile de catering trebuie să fie disponibile clienților la momentul când aceștia au nevoie sau coroborat cu disponibilitățile acestora de timp.
  1. Analiza mediului concurențial

Pentru o estimare a evoluției acestui segment, prin prisma societăților ce activează pe acest cod CAEN, a fost constituit în primă fază un eșantion lărgit, cu răspândire pe tot teritoriul național al acestor societăți.

Eșantioanele ce au fost create, s-au bazat pe ierarhia în funcție de cifra de afaceri a anului 2018.

Primele 25 de societăți, eșantion național, cu cifra de afaceri sub 1 milion Ron, au avut următoarea evoluție în 2018 comparativ cu 2017:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nr. | Denumire Societate | Ca 2017 | Ca 2018 | Evoluție | |
| 1 | CHIANTI CATERING SRL | 981,591 | 991,802 | +1.04% |  |
| 2 | ALMONDISS FOOD SRL | 629,661 | 984,805 | +56.40% |  |
| 3 | BIG JOHN FOOD LAB SRL | 8,311 | 984,800 | +11,749.36% |  |
| 4 | COLDAM DELIVERY SRL | 787,710 | 974,089 | +23.66% |  |
| 5 | PROFI PARTY RENTALS SRL | 1,160,947 | 973,631 | -16.13% |  |
| 6 | GREEN ZONE CATERING S.R.L. | 809,375 | 954,078 | +17.88% |  |
| 7 | CASA CRENGUTEI SRL | 1,296,803 | 948,929 | -26.83% |  |
| 8 | BLUE BRIZE COM SRL | 761,174 | 941,041 | +23.63% |  |
| 9 | PIZZA DEEA COMPANY SRL | 689,991 | 937,205 | +35.83% |  |
| 10 | AGATHA FOR YOU S.R.L. | 414,476 | 936,159 | +125.87% |  |
| 11 | CREATIV BAR SOLUTIONS S.R.L. | 0 | 919,329 | +% |  |
| 12 | PIZZA PAN PITEŞTI SRL | 760,421 | 908,924 | +19.53% |  |
| 13 | CATERING T-BONES SRL | 297,180 | 898,011 | +202.18% |  |
| 14 | FLUX COM SRL | 798,411 | 894,475 | +12.03% |  |
| 15 | AURRUM PALACE S.R.L. | 0 | 891,752 | +% |  |
| 16 | PLACINTA BOIERULUI SRL | 132,985 | 891,383 | +570.29% |  |
| 17 | BEER GARDEN JUNIOR SRL | 980,786 | 855,098 | -12.82% |  |
| 18 | PIZZA AKY COMPANY SRL | 734,506 | 841,784 | +14.61% |  |
| 19 | PIZZA PAN BRAŞOV SRL | 914,484 | 840,591 | -8.08% |  |
| 20 | EXPERT PATISERIE SRL | 0 | 834,499 | +% |  |
| 21 | VATRĂ SRL | 754,095 | 829,029 | +9.94% |  |
| 22 | W.H.S. FOOD SRL | 28,698 | 824,709 | +2,773.75% |  |
| 23 | DIOALY COMPANY SRL | 436,703 | 821,227 | +88.05% |  |
| 24 | VALLET EVENTS SRL | 796,337 | 817,559 | +2.66% |  |
| 25 | ASCOMA SA | 754,016 | 809,067 | +7.30% |  |
| *TOTAL* | | ***14,928,661*** | ***22,503,976*** | ***+50.74%*** |  |

*Sursa: Ministerul Finanțelor Publice*

Eșantionul de mai sus a avut o evoluție pozitivă în 2018 față de 2017, cifra de afaceri cumulată crescând cu cca. 50,74%. Din acestea 21 de societăți au înregistrat creșteri ale cifrelor de afaceri, și doar 4 au înregistrat scăderi. Calculând o medie simplă a numărului de angajați, se obține cifra de 7.16 angajați în medie pe o societate.

Astfel, pentru o imagine mai acurată s-a constituit un eșantion similar pe o grupă de 25 de societăți, primele 15 din județul Cluj iar ultimele 10 din județul Mureș după criteriul cifră de afaceri (în județul Mureș există doar 12 societăți active pe acest cod CAEN), și care au avut următoare evoluție în 2018 față de 2017:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nr. | Denumire Societate | Ca 2017 | Ca 2018 | Evoluție | |
| 1 | BLUE BRIZE COM SRL | 761,174 | 941,041 | +23.63% |  |
| 2 | CREATIV BAR SOLUTIONS S.R.L. | 0 | 919,329 | +% |  |
| 3 | EXPERT PATISERIE SRL | 0 | 834499 | +% |  |
| 4 | KATERING OLI SRL | 582,451 | 776,559 | +33.33% |  |
| 5 | SWEET DAYS LAB S.R.L. | 400,988 | 727,999 | +81.55% |  |
| 6 | BERAR RESTAURANT SRL | 606,788 | 701,013 | +15.53% |  |
| 7 | GOLDEN HOUSE S.R.L. | 573,240 | 593,440 | +3.52% |  |
| 8 | BISTRO IRIS SRL | 403,988 | 523,007 | +29.46% |  |
| 9 | CONDIMENT CATERING & DELIVERY SRL | 1,254,866 | 513,799 | -59.06% |  |
| 10 | AFO SALES SRL | 483,016 | 477,061 | -1.23% |  |
| 11 | RAPID CATERING S.R.L. | 362,645 | 419,246 | +15.61% |  |
| 12 | TII CHEF S.R.L. | 349,965 | 370,560 | +5.88% |  |
| 13 | CAESAR CUISINE SRL | 304,583 | 317544 | +4.26% |  |
| 14 | INSALADA EVENTS SRL | 219,548 | 298,757 | +36.08% |  |
| 15 | TREPONTI FESTIVAL SRL | 215,090 | 298,113 | +38.60% |  |
| 16 | LA MITICA CATERING SRL | 1,495,057 | 1,597,184 | +6.83% |  |
| 17 | PIZZA DRIVE MURES SRL-D | 0 | 1,217,741 | +% |  |
| 18 | BACIRCEA S.R.L. | 900,651 | 1,002,177 | +11.27% |  |
| 19 | EMA CATERING RESTAURANTE SRL | 573,258 | 679,321 | +18.50% |  |
| 20 | GEORGEL S.R.L. | 180,194 | 178,134 | -1.14% |  |
| 21 | BVA TRANZIT SRL | 122,259 | 173,004 | +41.51% |  |
| 22 | PROFILANTROPIA FL SRL | 94,630 | 117,442 | +24.11% |  |
| 23 | GRAND WEDDING SRL | 40,821 | 63,535 | +55.64% |  |
| 24 | ELISA DAVINCI S.R.L. | 4,591 | 51,147 | +1,014.07% |  |
| 25 | DATA TRADECOM SRL | 59,831 | 46,753 | -21.86% |  |
| *TOTAL* | | ***9,989,634*** | ***13,838,405*** | ***+38.53%*** |  |

*Sursa: Ministerul Finanțelor Publice*

Eșantionul de mai sus a avut o evoluție pozitivă în 2018 față de 2017, cifra de afaceri cumulată crescând cu cca. 38,53%. Din acestea 20 de societăți au înregistrat creșteri ale cifrelor de afaceri, și doar 5 au înregistrat scăderi. Calculând o medie simplă a numărului de angajați, se obține cifra de 4.84 angajați în medie pe o societate.

Analizând cele 2 eșantioane se remarcă următoarele elemente:

* Ambele au înregistrat în medie creșteri importante.
* Primul eșantion a avut o evoluție net superioară. Astfel societățile analizate din eșantionul cu o largă răspândire națională depășesc în creștere eșantionul regional, explicația fiind și faptul că acestea sunt grupate în jurul unui ecart mic al cifrei de afaceri analizate.
* Primul eșantion a obținut o cifră de afaceri, media pe angajați de cca. 125.721 Ron
* Al doilea eșantion a obținut o cifră de afaceri, media pe angajați de cca. 114.367 Ron

Pentru o analiză acurată a concurenților potențiali, au fost selectate societăți identificate în județul Mureș și Cluj, pentru a vedea evoluția acestora pe un ciclu de 6 ani.

Eșantionul este format din următoarele societăți:

* EMA CATERING RESTAURANTE S.R.L. – N.A.
* RAPID CATERING S.R.L. - [www.rapidcatering.ro](http://www.rapidcatering.ro)
* CASA PETRINA S.R.L. - [www.casapetrina.ro](http://www.casapetrina.ro)
* TRIOX S.R.L. - [www.trioxcatering.ro](http://www.trioxcatering.ro)
* NEW MAR CATERING S.R.L. - [www.newmarcatering.ro](http://www.newmarcatering.ro)

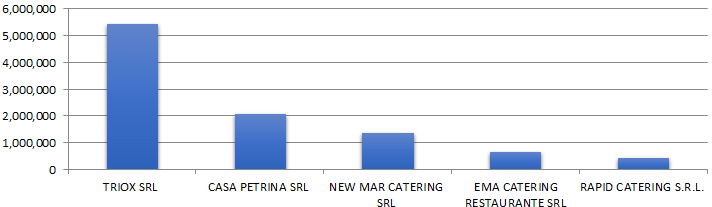
Evoluție anuală a societăților din eșantion, anul 2018 comparativ cu anul 2017.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Nr. | Companie | CA | Profit | Angajați |
| 1 | EMA CATERING RESTAURANTE S.R.L. |  |  |  |
| 2 | RAPID CATERING S.R.L. |  |  |  |
| 3 | CASA PETRINA S.R.L. |  |  |  |
| 4 | TRIOX S.R.L. |  |  |  |
| 5 | NEW MAR CATERING S.R.L. |  |  |  |

Analiza competitivă a concurenței oferă o imagine de ansamblu asupra numărului, punctelor forte și slabe ale competitorilor principali de pe piața locală pe care societatea activează.

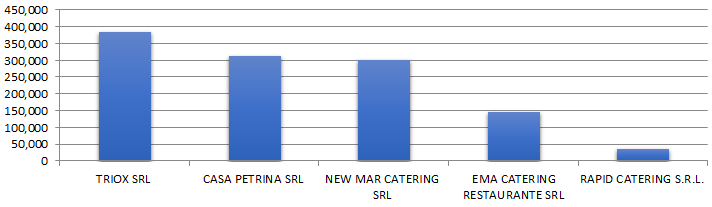
Această analiză este importantă pentru stabilirea strategiilor curente de piață și a acțiunilor necesare pentru buna derulare a afacerii societății.

Conform datelor prezentate în continuare, cea mai mare cifra de afaceri în anul 2018 a avut-o societatea TRIOX.

**

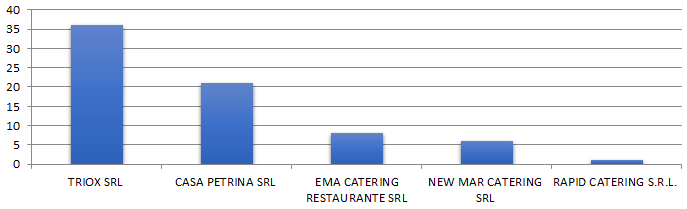
*Sursa: Ministerul Finanțelor Publice*

Profitul întreprinderilor păstrează prima poziție a clasamentul inițial, TRIOX deținând pe prima poziție.



*Sursa: Ministerul Finanțelor Publice*

În ceea ce privește numărul de angajați, TRIOX tot ocupă prima poziție a clasamentului, având un număr de 36 angajați.

**

*Sursa: Ministerul Finanțelor Publice*

**EMA CATERING RESTAURANTE S.R.L.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| * Date generale   CUI: RO 32373245  Nr. înreg. Reg. Comerțului: J26/1068/2013  Adresa: Str. Tofalău 137, Sângeorgiu de Mureş, jud. Mureș  Capital social: 200 RON   * Descriere activitate   CAEN: Activități de alimentație (catering) pentru evenimente | * Număr mediu de salariați: 8 * Date financiare (2018)  |  |  |  | | --- | --- | --- | | Element | UM | Valoare | | Cifra de afaceri | Ron | 679.321 | | Venituri totale | on | 679.371 | | Cheltuieli totale | Ron | 525.923 | | Profitul brut | Ron | 153.448 | | Pierderea brută | Ron | - | | Profitul net | Ron | 146.653 | | Pierderea netă | Ron | - | | Stocuri | Ron | 6.110 | | Casă și Conturi la bănci | Ron | 257.055 | | Creanțe | Ron | 3.077 | |

*Evoluția profitului și a cifrei de afaceri, perioada 2013-2018:*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Puncte tari | Puncte slabe |
| * Cifra de afaceri bună * Evoluție dinamică * Creșterea CA cu 114% în 2018 față de 2014 * Rata bună a profitului (21,59%) * Profit bun pe angajat (18.332 Ron) * Profit în ultimii 5 ani analizați | * Neidentificate |

**RAPID CATERING S.R.L.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| * Date generale   CUI: RO 23473504  Nr. înreg. Reg. Comerțului: J12/1075/2008  Adresa: Str. Nadasel 21, Cluj-Napoca, jud. Cluj  Capital social: 200 RON   * Descriere activitate   CAEN: Activități de alimentație (catering) pentru evenimente | * Număr mediu de salariați: 1 * Date financiare (2018)  |  |  |  | | --- | --- | --- | | Element | UM | Valoare | | Cifra de afaceri | Ron | 419.246 | | Venituri totale | on | 419.246 | | Cheltuieli totale | Ron | 377.487 | | Profitul brut | Ron | 41.759 | | Pierderea brută | Ron | - | | Profitul net | Ron | 37.566 | | Pierderea netă | Ron | - | | Stocuri | Ron | - | | Casă și Conturi la bănci | Ron | 85.973 | | Creanțe | Ron | 1.617 | |

*Evoluția profitului și a cifrei de afaceri, perioada 2013-2018:*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Puncte tari | Puncte slabe |
| * Evoluție dinamică * Creșterea CA cu 964% în 2018 față de 2014 * Rata destul de bună a profitului (9,00%) | * Pierdere pe primii 3 ani analizați |

**CASA PETRINA S.R.L.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| * Date generale   CUI: RO 30298252  Nr. înreg. Reg. Comerțului: J26/548/2012  Adresa: Corunca 427, Corunca, jud. Mureș  Capital social: 200 RON   * Descriere activitate   CAEN: Alte activități de alimentație n.c.a. | * Număr mediu de salariați: 21 * Date financiare (2018)  |  |  |  | | --- | --- | --- | | Element | UM | Valoare | | Cifra de afaceri | Ron | 2.064.161 | | Venituri totale | on | 2.066.058 | | Cheltuieli totale | Ron | 1.732.496 | | Profitul brut | Ron | 333.562 | | Pierderea brută | Ron | - | | Profitul net | Ron | 312.897 | | Pierderea netă | Ron | - | | Stocuri | Ron | 31.073 | | Casă și Conturi la bănci | Ron | 384.726 | | Creanțe | Ron | 112.759 | |

*Evoluția profitului și a cifrei de afaceri, perioada 2013-2018:*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Puncte tari | Puncte slabe |
| * Cifra de afaceri mare * Evoluție dinamică * Creșterea CA cu 1161% în 2018 față de 2014 * Rata bună a profitului (15,16%) * Profit în toți anii analizați | * Neidentificate |

**TRIOX S.R.L.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| * Date generale   CUI: RO 21467417  Nr. înreg. Reg. Comerțului: J12/1498/2007  Adresa: Str. Ceahlău 7, Cluj-Napoca, jud. Cluj  Capital social: 2.000 RON   * Descriere activitate   CAEN: Activități de alimentație (catering) pentru evenimente | * Număr mediu de salariați: 36 * Date financiare (2018)  |  |  |  | | --- | --- | --- | | Element | UM | Valoare | | Cifra de afaceri | Ron | 5.457.677 | | Venituri totale | on | 5.480.724 | | Cheltuieli totale | Ron | 5.021.302 | | Profitul brut | Ron | 459.422 | | Pierderea brută | Ron | - | | Profitul net | Ron | 384.893 | | Pierderea netă | Ron | - | | Stocuri | Ron | 76.661 | | Casă și Conturi la bănci | Ron | 206.779 | | Creanțe | Ron | 1.159.269 | |

*Evoluția profitului și a cifrei de afaceri, perioada 2013-2018:*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Puncte tari | Puncte slabe |
| * Cifra de afaceri foarte mare * Evoluție dinamică * Creșterea CA cu 413% în 2018 față de 2014 | * Neidentificate |

**NEW MAR CATERING S.R.L.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| * Date generale   CUI: RO 30484328  Nr. înreg. Reg. Comerțului: J12/2022/2012  Adresa: Str. Oaşului 334B, Cluj-Napoca, jud. Cluj  Capital social: 200 RON   * Descriere activitate   CAEN: Restaurante | * Număr mediu de salariați: 6 * Date financiare (2018)  |  |  |  | | --- | --- | --- | | Element | UM | Valoare | | Cifra de afaceri | Ron | 1.380.291 | | Venituri totale | on | 1.422.645 | | Cheltuieli totale | Ron | 1.110.873 | | Profitul brut | Ron | 311.772 | | Pierderea brută | Ron | - | | Profitul net | Ron | 299.764 | | Pierderea netă | Ron | - | | Stocuri | Ron | 1.731 | | Casă și Conturi la bănci | Ron | 387.746 | | Creanțe | Ron | 71.068 | |

*Evoluția profitului și a cifrei de afaceri, perioada 2013-2018:*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Puncte tari | Puncte slabe |
| * Cifra de afaceri mare * Evoluție dinamică * Creșterea CA cu 111% în 2018 față de 2014 * Rata bună a profitului (21,72%) * Profit foarte bun pe angajat (49.961 Ron) | * Neidentificate |

*Bariere de intrare:* acestea sunt reprezentate de factori care împiedică sau întarzie intrarea intreprinderilor pe o piață dată. Barierele la intrare pot rezulta, spre exemplu, dintr-o structură de piață specială sau din comportamentul intreprinderilor deja active pe piață. Guvernele pot fi sursa de bariere la intrare (spre exemplu, conditiile de autorizare/brevetare și alte reglementari).

La acest moment acestea sunt reprezentate de:

* *Personal:* crearea unui portofoliu de clienți care la rândul lor să recomande cu toată încrederea serviciile noastre înseamnă angajarea unor oameni foarte potriviți în acest segment, fapt ce e o barieră greu de depășit având în vedere numărul limitat de oameni de calitate în acest segment.

*Amenințărilor provenite de la noii veniți și de la produsele de substituție:* în acest domeniu al cateringului nu există servicii substituibile clasice.

În ceea ce privește noii veniți, aceștia pot influența doar într-o mică măsură piața, prin intrarea la prețuri mici de realizare a serviciilor de catering. Acest fapt nu reprezintă în sine o amenințare directă din două considerente: noii intrați au o capacitate redusă de prestare a serviciilor iar a două caracteristică este acea că în acest domeniu de activitate contează foarte mult recomandările clienților vechi către noi clineți sau potențiali clienți. O bună imagine în acest segment se obține după mulți ani de prestare a acestor tipuri de srvicii.

*Amenințărilor provenite din partea concurenților:* concurenții existenți pot deveni o amenințare doar prin prisma dezvoltării activității lor. Această amenințare este deasemenea neglijabilă și de scurtă durată datorită cererii mari și în creștere a acestei piețe. Cu toate acestea trebuie realizată o monitorizarea foarte atentă a tuturor entităților ce oferă servicii de catering, în ceea ce privește expansiunea și diversificarea serviciilor acestora. Aria de analiză trebuie să cuprindă toate județele învecinate.

*Puterii de negociere a furnizorilor și clienților:* furnizorii nu au un raport de forta în raport cu întreprinderea noastră. Clientii au raport de forță relativ în relatie cu întreprinderea. Cea mai mare parte a clienților vor sosi datorită recomandărilor din partea altor clienți mulțumiți. Astfel acest raport de forță este anihilat încă de la momentul în care clientul primește o astfel de recomandare.

*Tipul de cercetare folosit pentru realizarea acestor analize:* a fost constituit din investigarea surselor statistice prezentate la fiecare set de date în parte.