

Нурашева К.К.^{ORCID}, Шалабаева Л.И., Агелеуова А.Т., Лютерович О.Г.,
Кадырбекова Д.С.

Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Республика Казахстан

КЕЙТЕРИНГ КАК ИННОВАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ВЫЕЗДНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ТУРИСТСКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ

Нурашева Кулянда Кулбосыновна, Шалабаева Лаура Исмаилбековна, Агелеуова Айгуль Токтархановна, Лютерович Олег Григорьевич, Кадырбекова Динара Сериковна

Кейтеринг как инновационная модель выездного обслуживания на туристских мероприятиях

Аннотация. В данной статье разработан инновационный формат кейтеринговой компании для обслуживания туристских мероприятий. В ходе исследования использованы логические умозаключения, метод систематизации, выборка необходимой информации, ее группировка, системный анализ, статистический анализ, сравнение изучаемых показателей. Рассмотрены новые формы и методы обслуживания, технологии производства продуктов питания для достижения высокого качества услуг. Отмечается, что кейтеринг из услуги по доставке еды превратился в привлекательную индустрию питания, появились новые форматы обслуживания. Выполнен анализ деятельности крупных кейтеринговых компаний в Казахстане. Вместе с тем, данные компании сталкиваются с трудностями: ограниченный формат обслуживания; непродуктивные каналы продвижения кейтеринговых услуг; завышенная цена для массового потребителя; рост цен на блюда и услуги в связи с ростом потребительских цен в стране. Разработан проект кейтеринговой компании по обслуживанию спортивных и туристских мероприятий, предложен примерный перечень услуг, составлен алгоритм ее создания, представлена организационная структура управления. Инновационность заключается в высокой мобильности проектируемой компании, комплексности услуг, учете потребительских предпочтений современного человека, создании атмосферы высокого гостеприимства и сервиса, готовности к изменениям. Предложения авторов способствуют росту конкуренции на рынке кейтеринговых услуг, улучшению их качества и безопасности, отвечают стремлению людей к здоровому образу жизни, а также привлечению инвестиций в эту сферу.

Ключевые слова: кейтеринг, инновационный подход, выездное обслуживание, кейтеринговые компании, алгоритм, организационная структура.

Nurasheva Kulyanda Kulbosynovna, Shalabayeva Laura Ismailbekovna, Ageleuova Aigul Toktarkhanovna, Luterovich Oleg Grigoryevich, Kadyrbekova Dinara Serikovna

Catering as an innovative model of on-site service at tourist events

Abstract. In the article, based on the analysis of domestic practice of public catering development, an innovative format of a catering enterprise for servicing tourist events is developed. In the course of the study, logical conclusions, a systematization method, a selection of the necessary information, its grouping, systematic analysis, statistical analysis, and comparison of the studied indicators were used. New forms and methods of service, food production technologies to achieve high quality services are considered. It is noted that catering has turned from a food delivery service into an attractive food industry, new service formats have appeared. An analysis of the activities of large catering companies in Kazakhstan was carried out. At the same time, they face difficulties: a limited format of service; unproductive channels for promoting catering services; overpriced for the mass consumer; rising prices for food and services due to rising consumer prices in the country. A project for a catering company for servicing sports and tourist events has been developed, an approximate list of services has been proposed, an algorithm for its creation has been drawn up, and an organizational management structure has been presented. Innovation lies in the high mobility of the projected company, the complexity of services, taking into account the consumer preferences of a modern person, creating an atmosphere of high hospitality and service, readiness for change. The proposals of the authors contribute to the growth of competition in the catering services market, improve the quality and safety of services, meet people's desire for a healthy lifestyle, as well as attract investment in this area.

Key words: catering, innovative approach, field service, catering companies, algorithm, organizational structure.

Нурашева Кулянда Кулбосыновна, Шалабаева Лаура Исмаилбековна, Агелеуова Айгуль Токтархановна, Лютерович Олег Григорьевич, Кадырбекова Динара Сериковна

Кейтеринг туристік іс-шараларда көшпелі қызмет көрсетудің инновациялық моделі ретінде

Аңдатпа. Бұл мақалада кейтерингті дамытудың отандық тәжірибесін талдау нәтижелері бойынша туристік іс-шараларға қызмет көрсету үшін кейтерингтік компанияның инновациялық форматы өзірленді. Зерттеу барысында логикалық қорытындылар, жүйелеу әдісі, қажетті ақпаратты таңдау, оны топтастыру, жүйелік талдау, статистикалық талдау, зерттелетін көрсеткіштерді салыстыру қолданылды. Жоғары сапалы қызмет көрсетуге қол жеткізу үшін қызмет көрсетудің жаңа формалары мен әдістері, тамақ өнімдерін өндіру технологиялары қарастырылды. Қоғамдық тамақтандыру тамақ жеткізу қызметінен тартымды тамақ өнеркәсібіне айналды, жаңа қызмет көрсету форматтары пайда болды. Қазақстандағы ірі кейтеринг кәсіпорындарының қызметіне талдау жасалды. Сонымен қатар олар қиындықтарға тап болды: қызмет көрсетудің шектеулі; кейтеринг қызметін ілгерілетудің өнімсіз арналары; жаппай тұтынушы үшін артық баға; тұтыну бағасының өсуіне байланысты азық-түлік пен қызмет көрсету бағасының өсуі. Спорттық және туристік іс-шараларға қызмет көрсету жөніндегі кейтерингтік компанияның жобасы өзірленді, қызметтердің болжамды тізбесі ұсынылды, оны құрудың алгоритмі жасалды, басқарудың ұйымдық құрылымы ұсынылды. Компанияның жоғары ұтқырлығында, қызмет көрсетудің күрделілігінде, заманауи адамның тұтынушылық талғамын ескере отырып, жоғары қонақжайлылық пен қызмет көрсету атмосферасын құру, өзгерістерге дайын болу арқылы инновациялық қабілет байқалды. Авторлардың ұсыныстары кейтерингтік қызметтер нарығында бәсекелестіктің өсуіне, қызметтердің сапасы мен қауіпсіздігін жақсартуға ықпал етеді, адамдардың салуатты өмір салтына ұмтылысына, сондай-ақ осы салаға инвестициялар тартуға жауап береді.

Түйін сөздер: кейтеринг, инновациялық тәсіл, далалық қызмет көрсету, кейтеринг кәсіпорындары, алгоритм, ұйымдастыру құрылымы.

Основные положения. Современная индустрия питания как успешная отрасль экономики отличается высоким уровнем развития. Инновации в этой отрасли означают новый подход к ведению бизнеса, разработку новой модели обслуживания, формирование оригинального, эксклюзивного стиля мышления, высокой культуры досуга. И здесь одной из авангардных форм услуг является кейтеринг, который можно назвать перспективным направлением в индустрии питания. Если кейтеринговая компания берет за какое-либо мероприятие, она формирует меню, выбирает заказчика разных блюд, напитков и, кроме этого, занимается доставкой еды, сервировкой столов, арендой мебели, выбором текстиля, обеспечивает мероприятие персоналом, помогает в оформлении помещения и т.д.

Введение. Кейтеринг имеет ряд преимуществ перед традиционными формами питания, в частности удобство обслуживания, качество предоставляемых блюд, гибкость процесса оказания услуг. Именно поэтому в Казахстане кейтеринг получил быстрое распространение. Первоначально это выглядело как обслуживание VIP-персон, однако достаточно активно за короткое время средний ценовой сегмент приобрел популярность и стал развиваться.

В современных исследованиях отмечается, что кейтерингу уделяется большое внимание как услуге, пользующейся наибольшим спросом [1-3].

Кейтеринговые компании хотят развиваться, предлагая новые продукты и формы обслуживания. Однако многие аспекты кейтеринга на казахстанском рынке остаются мало исследованными, выездное обслуживание ограничено классическим пред-

ставлением услуг питания. Слабая изученность конъюнктуры рынка, недостаточное внимание к маркетинговым исследованиям мешают реализации инновационного подхода к проблеме совершенствования общественного питания.

Цель исследования – провести анализ возможностей и перспектив кейтеринговых услуг как инновационной модели в выездном обслуживании туристских мероприятий. В задачи исследования входит изучение мировой и отечественной практики развития кейтеринга; выявление достоинств и недостатков данного вида деятельности.

Методы и организация исследования. Суть исследования заключается в применении аналитического, статистического, системного и комплексного подходов к изучению новой формы общественного питания – кейтеринга. Исследование строилось на принципах диалектики как научного подхода, рассматривающего изучаемые хозяйствующие субъекты во взаимосвязи с тенденциями современного мира, ориентированного на изменение вкусов и потребностей людей. В ходе исследования использовались следующие методы:

1. Метод систематизации: речь идет о таких приемах, как классификация, типология, случайная или обдуманная выборка и др. Сюда же относится разделение изучаемых явлений/ событий на отдельные составляющие, например, кейтеринг как процесс таблет-питания, молекулярная кухня или фудпейринг (foodpairing).

2. Системный анализ: исследование опирается на целевой принцип и последовательность действий, порядок решения поставленных задач, определение

алгоритма, стратегии функционирования проектируемого объекта – кейтеринговой компании.

3. Метод экономико-статистического анализа: с использованием доступных данных минимум за последние 3-5 лет проведен анализ данных кейтеринговых компаний зарубежных стран, изучен отечественный опыт по данной проблеме.

Материалы исследования включают статистическую и аналитическую информацию Комитета по статистике Республики Казахстан, Министерства спорта и туризма, материалы сайтов всемирно известных кафе и ресторанов, казахстанских организаций общественного питания. Обработка материалов осуществлялась с помощью статистических методов, выборки и группировки данных, экспертных оценок [4].

В области общественного питания существуют нормы и стандарты, главным является НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points – анализ рисков и критические точки контроля). Этот стандарт определяет управление безопасностью пищевой продукции. В Казахстане действует система управления качеством и безопасностью пищевой продукции на соответствие требованиям стандартов СТ РК ИСО 22000-2006 или СТ РК 1179-2003 [5-7].

Результаты исследования и их обсуждение. Рассмотрим современные технологии обслуживания в системе питания, элементы которых можно использовать в организации питания в туристских поездках.

1. Формат «free flow» позволяет посетителям свободно перемещаться по залу (отсюда и название – свободное движение), самостоятельно подбирать блюда по собственному вкусу. Данный формат предполагает возможность приготовления блюда на глазах у своих посетителей. Интересно, что при таком формате отсутствуют официанты, несомненным плюсом является разнообразный ассортимент блюд [8].

2. Формата «fast casual» имеет сходство с предыдущим форматом, так как не предусматривает наличие официантов и предлагает недорогие разнообразные блюда и быстрое обслуживание [9].

3. Формат «quick and casual» нацелен на соблюдение более высоких стандартов приготовления блюд, включающих наличие собственной выпечки и собственного производства полуфабрикатов, а также предоставление дополнительных услуг, включая детское меню [10].

4. «Food-court» – это, пожалуй, один из самых распространенных форматов общественного питания, точки которого, как правило, располагаются на территории торгово-развлекательных центров [1].

5. Формат «fresh bar» нацелен на обслуживание сторонников здорового питания и использует в своем меню свежевыжатые соки и смузи [10].

6. В учреждении таблет-питания (нем. tablett – «поднос») еда раскладывается отдельными порциями в специальную посуду, на изотермических тележках, позволяющих поддерживать определенную температуру подачи блюд [11].

7. В последние десятилетия стала популярной так называемая молекулярная кухня, являющаяся результатом стремления использовать научный подход к приготовлению пищи. Такой подход позволяет кулинарам и поварам создавать новые текстуры и необычные формы продуктов [12].

8. Формат «foodpairing» использует искусственный интеллект в подборе сочетаний вкусов и ароматов различных продуктов [13].

9. «Fusion cuisine», или фьюжн-кулинария – это результат смелого творческого подхода к приготовлению блюд, когда в одном блюде используются продукты и технологии приготовления различных стран и народов. В настоящее время фьюжн-повара стали умело сочетать азиатскую и европейскую кухни или африканскую и европейскую [14].

Все эти интересные и уникальные способы обслуживания клиентов и заложили основу кейтеринга [15]. Компании, предоставляющие кейтеринговые услуги, стараются сформировать наиболее полный пакет услуг [16]. За последние 3-4 года темпы роста выездного обслуживания в мире превысили 10 % [17].

Достоинством всех указанных форм обслуживания является высокий уровень мобильности – возможности получить качественную еду в сочетании с достойным сервисом.

Вместе с тем, в выездном обслуживании применяются дополнительные форматы, в том числе:

– станции анимации – приготовление блюд перед гостями в качестве развлечения;

– candy-бар – выставление сладостей на один или несколько столов, не требующие использование столовых приборов;

– lounge safe – используется при проведении семинаров, конференций, подбирается специальное место для уединения, где гостям предоставляются горячие напитки с десертом [18, 19].

Из вышеуказанного можно заключить, что кейтеринг в настоящее время имеет широкие возможности по обслуживанию гостей на выездных мероприятиях. В то же время следует отметить, что в период пандемии коронавируса кейтеринговые компании, до этого набравшие силу, встретились с трудностями и понесли существенные убытки [20].

На рынке кейтеринга внимание заслуживает событийное обслуживание клиентов. В процессе анализа рынка услуг по организации питания на различных мероприятиях выездного характера нами было выделено несколько казахстанских кейтеринговых компаний, характеристики которых отражены в таблице 1.

Анализ казахстанского рынка кейтеринговых услуг позволил выявить положительные стороны и трудности в становлении этой отрасли услуг, что показано через SWOT-анализ в таблице 2 [21-24]. Очевидно, что для развития данного направления требуются крупные инвестиции в производство, учитывая, что конкуренция на рынке кейтеринга усиливается [25].

Таблица 1 – Основные характеристики кейтеринговых компаний

№	Название компании	Год создания	Кол-во сотрудников	Кол-во проведенных мероприятий	Виды услуг	Сфера событийных интересов	Преимущества
1	Royal Catering	2010	более 700	свыше 650, обслужено более 100 тыс. человек	– индустриальный и событийный кейтеринг, VIP-кейтеринг; – обслуживание гостей во время массовых мероприятий; – диетическое питание в медицинских учреждениях и на борту самолетов	– услуги событийного и индустриального кейтеринга, а также аутсорсинг; – услуги F&B Service (Food and Beverage); – конференции и выставки; – корпоративные и частные мероприятия; – спортивные турниры	– сертифицирована в соответствии с международными стандартами: ISO 9001:2015, ISO 22000:2005; – имеет собственный автопарк бизнес-класса, товарно-материальную базу, оборудование и инвентарь, чтобы обслужить до 15 тыс. человек одновременно
2	Almaty Catering	2006	свыше 100 штатных 300 резервных	свыше 3600	предоставление корпоративного питания: – доставка бизнес-ланчей в офисы различных компаний; – кейтеринг коктейлей и напитков в виде выездного бара; – доставка на дом; – барбекю	– фуршет, вечеринка, банкет; – корпоративное питание; – различные мероприятия культурного, спортивного, просветительского характера	– цеха с профессиональным оборудованием и транспортом; – уникальная упаковка, стильная сервировка; – ESG (Environmental, Social, and Governance) стандарты; – веган-блюда, морепродукты; – креативное оформление
3	Ёжик кейтеринг	2003	86	свыше 300	– разнообразные кофе-брейки, банкеты, фуршеты; – выездное обслуживание вне помещений; – выпуск кулинарных и кондитерских изделий	– выездное обслуживание, пикник, фуршет; – кофе-брейк и банкеты для организаций; – специальные предложения	– имеет свою производственную базу, оборудование для обслуживания одновременно до 2 тыс. человек; – стационарное кафе-бар; – продуктовый и фирменный кулинарный магазины; – сеть буфетов и закусок в бизнес-центрах; – аренда посуды, оборудования и текстиля

4	Catering Parmigiano Ristorante Italiano	2011	около 300	свыше 180 мероприятий, ежемесячно обслуживается более 50 тыс. человек	– организация кофе-брейков, фуршетов; – проведение мини-банкетов в собственной винотеке	– ресторан – элементы декора, дизайнерская мебель, изысканность	– индивидуальный подход к каждому гостю; – высокое качество сервиса; – акцент на широкий ассортимент; – классические итальянские блюда: в специальном аквариуме свежие морепродукты, крафтовый сыр и винная карта
5	Crystal Catering	2009	50	около 500 мероприятий ежегодно, обслужено свыше 98 тыс. человек	– услуги питания, организация различных мероприятий; – формат банкета позволяет организовать на 3 500 гостей	– выездное обслуживание, фуршет, кофе-брейк; – банкеты, праздничный стол; – клиенты – юридические и физические лица	– постоянная вовлеченность собственника во все бизнес-процессы; – специальный выбор сервировки и текстиля; – изысканное меню: 57 видов меню, более 150 блюд ежедневно
6	Vanilla catering	2007	65	организация мероприятий	кофе-брейки, фуршеты, банкеты, детские праздники, развлекательные мероприятия для детей, чайный стол для детей и взрослых	– обслуживание в офисе; – детские дни рождения; – свадебные и другие торжественные мероприятия; – стилизованное оформление; – ледяные скульптуры	– обслуживание в офисе до 50 человек; – юбилейные, свадебные торжества; – детская тематика; – ледяные скульптуры, лепка, рисование и др.; – корпоративная вечеринка; – закрытый кейтеринг; – хороший эстетический вкус; – экологически чистые продукты
7	Kalinka Catering	2001	100	Ежегодно более 20 тыс. гостей	– кофе-брейки, фуршеты, банкеты; – торжественные ужины; – юбилейные мероприятия	– события в крупных промышленных предприятиях, бизнес-центрах, банках; – услуги по событийному и корпоративному питанию; – услуги по аренде оборудования	– две производственные базы, состоящие из цехов по приготовлению холодных и горячих блюд, – современная кухня, пекарня и кондитерский цех; – овоще-хранилище, морозильные камеры; – складские помещения с запасом оборудования и посуды

Примечание: составлено авторами на основе сайтов компаний

Современные люди ценят время и не хотят тратить его на организацию праздников, поэтому востребованы достоинства кейтеринга: обеспечить питание гостей на удаленных от мест общественного питания локациях; удобство – хозяевам

и организаторам мероприятия нет необходимости беспокоиться о сервировке и своевременности подачи блюд; высокое качество предоставления услуг; хорошо выстроенная логистика [26].

Сегодня для оказания высокого качества услуг компании предпринимают ряд усилий. В частности, учитывая стремление людей к здоровому образу жизни и диетическому питанию, соблюдению различных постов, особое внимание уделяется составу компонентов в блюде: количество калорий,

содержание лактозы, сахара, соли. Расширяется ассортимент за счет предложения низкокалорийных или постных блюд (или меню с учётом религиозно-этических предпочтений). Речь идет о вегетарианских, халяльных блюдах и блюдах, не содержащих глютен и лактозу.

Таблица 2 – SWOT-анализ кейтеринговых предприятий Казахстана

<i>Сильные стороны</i>	<i>Возможности</i>
<ul style="list-style-type: none"> – наличие примечательных мест для проведения различных мероприятий – широкий ассортимент блюд, включая национальную кухню и блюда разных этносов Казахстана – авторское меню – сервис высокого качества – доступность местоположения культурных, природных, спортивных и др. объектов 	<ul style="list-style-type: none"> – создание достойной конкуренции казахстанским предприятиям общепита – организация франшиз и представительств в крупных населенных пунктах республики – ориентация на молодежный рынок – привлечение инвестиций со стороны крупного и среднего бизнеса – получение государственной поддержки
<i>Слабые стороны</i>	<i>Угрозы</i>
<ul style="list-style-type: none"> – ограниченный формат обслуживания по сравнению с западными кейтеринговыми компаниями – ограниченные и непродуктивные каналы продвижения кейтеринговых услуг – завышенная цена для массового потребителя – рост цен на блюда и услуги в связи с ростом потребительских цен в стране – влияние фактора сезонности 	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие здоровой конкуренции между кейтеринговыми компаниями, что ведет к снижению качества услуг – изменение цен в связи с изменением курса национальной валюты – проблема удержания хороших поваров – рост цен поставщиками продуктов и товаров – изменение налогового законодательства и отсутствие государственной поддержки
<i>Примечание: составлено авторами</i>	

В качестве Миссии кейтеринговой компании можно указать «Создание ярких событий со вкусом, атмосферой высокого сервиса и праздника», чтобы улучшить качество жизни в каждом случае, т.к. каждый проект ориентирован на людей с их разнообразными потребностями в понимании эстетики, сервиса и качества жизни. В связи с тем, что кейтеринговая компания будет ориентирована на туристские мероприятия, как духовные и моральные ценности ее можно определить: готовность к изменениям; уважение каждого – клиента и коллег; командный дух; удовольствие от самой деятельности компании; делать больше для клиента, чем он/она ожидает. Нами предлагается примерный перечень услуг:

1. Консультация клиента и подбор подходящего меню
2. Подбор места и даты проведения мероприятия
3. Приготовление основного меню и специальных блюд по заказу
4. Приготовление широкого ассортимента кулинарных и кондитерских изделий
5. Организация кофе-брейков, бизнес-ланча, фуршетов и банкетов

6. Предоставление посуды, мебели, оборудования для мероприятий

7. Оформление мероприятий живыми цветами, рекомендации по флористике

8. Логистика и доставка еды, посуды, инвентаря компании

9. Юридическое сопровождение (заключение договора и получение оплаты)

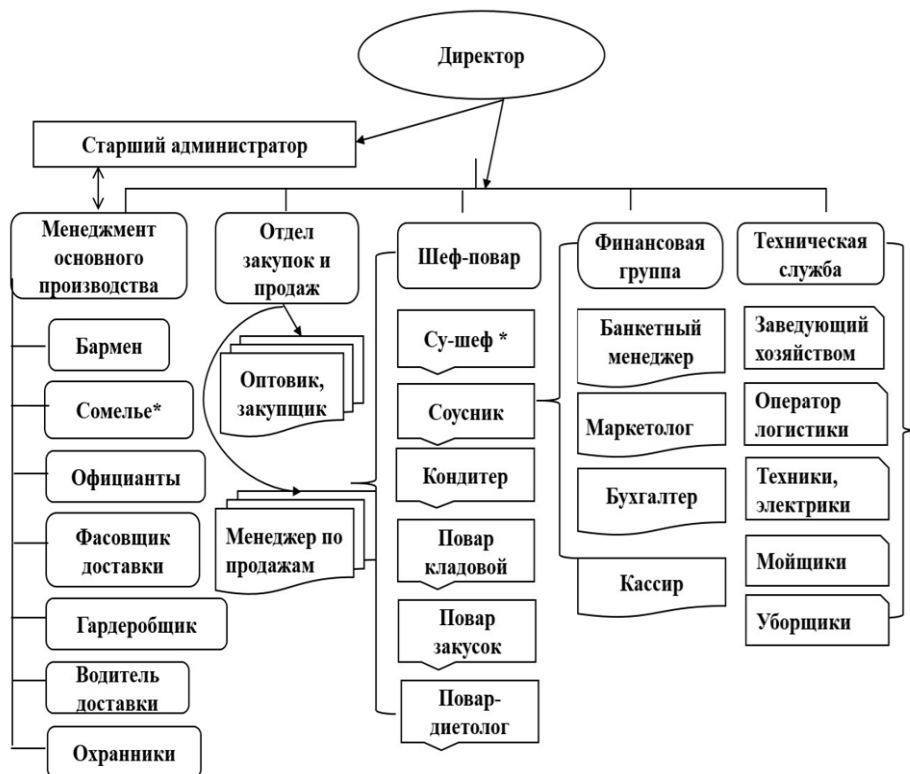
10. Предоставление всей бухгалтерской документации по запросу клиента.

Требования к качеству общепита и услуг отражены в ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Классификация и общие требования» и Национальном стандарте СТ РК ГОСТ Р 50763-2011 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению» [27, 28]. В предлагаемой нами модели кейтеринга необходима ориентация на принципы системы обеспечения качества НАССР на всех звеньях цепи предоставления услуг [29]. Алгоритм создания компании и определения содержания ее деятельности можно представить так, как показано на рисунке 1.



Рисунок 1 - Алгоритм создания кейтеринговой компании и сущность ее деятельности
Примечание: составлено авторами с использованием научной литературы

Организационная структура управления кейтеринговой компанией может быть похожа на ресторан с вертикальной системой управления.



* Сомелье – работник, который сервирует вино и другие алкогольные напитки.

* Су-шеф – заместитель шеф-повара.

Рисунок 2 – Организационная структура проектируемой кейтеринговой компании
Примечание: составлено авторами

В составе кейтеринговой компании нами предлагается спроектировать структуру, которая занимается особым обслуживанием (рисунок 3):



Рисунок 3 - Структура особого формата обслуживания кейтеринговой компании
Примечание: составлено авторами

Выводы. Достоинствами кейтеринга являются исключительная мобильность, комплексность услуги, гарантия ресторанного качества блюд без использования стационарной кухни. Данный вид услуг позволяет организовывать и проводить любого рода мероприятия, начиная от официальных приемов и заканчивая детскими днями рождения.

Следует отметить, что на рынке услуг пока еще не сформирована до конца конкурентная среда среди компаний, специализирующихся на кейтеринге. В то же время некоторые компании, использующие новейшие технологии приготовления блюд и современное оборудование, уже зарекомендовали себя как поставщики качественных услуг. К недостаткам следует отнести ограниченный формат обслуживания, непродуктивные каналы продвижения услуг; завышенная цена для массового потребителя; рост цен на блюда и услуги в связи с ростом потребительских цен.

Однако имеются возможности для совершенствования деятельности компаний путем наращивания конкурентоспособности, расширения рынка корпоративного питания, привлечения молодежи и потребителей с хорошими вкусами, получения инвестиций и государственной поддержки. Возможен быстрый вход на рынок новых игроков-операторов кейтерингового обслуживания, что предполагает повышение качества обслуживания.

Авторы предлагают проект компании по обслуживанию туристских мероприятий, составлен алгоритм создания компании, определен примерный перечень услуг, организационная структура. В качестве Миссии предлагается «Создание ярких событий со вкусом, атмосферой высокого гостеприимства и сервиса». Компания должна быть клиентоориентированной, нацеленной на совершенствование качества жизни каждого гостя.

Литература

- 1 Горелова Т.П., Королева С.И., Косикова Ю.А. Создание интегрированного бренда на рынке кейтеринга // Вестник академии. 2020. – № 1 – С. 24-33.
- 2 Тиунов В.М. Сервисы доставки здоровой еды как современное явление в условиях карантина // Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК – продукты здорового питания. 2020. – № 3 – С. 56-64.
- 3 Шайтура С.В., Тыгер Л.М., Кожаев Ю.П. Продовольственная безопасность и кейтеринг // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2020. – № 9 – С. 103-112.
- 4 Uttkarsha Bhosale. Top 5 Key Differences Between Methods and Methodology. Published August 4, 2023 // <https://www.enago.com/academy/difference-methods-and-methodology/#:~:text=Methods>.
- 5 ГОСТ Р 55051-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования к кейтерингу».

- 6 Пахомова, О. М. Стандартизация и контроль качества туристских услуг: учебное пособие – М.: ИНФРА-М, 2019. – 135 с.
- 7 СТ РК ISO 22000-2019 «Системы менеджмента безопасности пищевой продукции. Требования к организациям, участвующим в цепи создания пищевой продукции».
- 8 Шарохина С.В., Гороховицкая Т.Н. Инновации в сфере общественного питания, как фактор стратегического управления // Интернет-журнал «Науковедение». – 2017. – Том 9. – № 3 // <http://naukovedenie.ru/PDF/86EVN317.pdf> (дата обращения 20.10.2023).
- 9 Чугунова О.В. Инновационные направления развития сферы общественного питания // Научное обозрение. Экономические науки. – 2017. – № 3. – С. 29-39.
- 10 Маньшин А.А. Современные форматы российских предприятий общественного питания // Экономика, управление и финансы XXI веке: Факты, Тенденции, Прогнозы: материалы МНПК. – Курск, 2020. – С. 336-345.
- 11 Куликов Д.А., Латышев Е.Ю., Михайлов А.С. Технология таблет-питания на основе принципов персонализированного питания // Международный Балтийский морской форум: материалы VIII МНПК. – Калининград, 2020. – С. 59-70.
- 12 Золотарева Ю.В., Золотарева У.И. Молекулярная кухня как авангардное направление успешного позиционирования ресторанов // Проблемы и перспективы формирования маркетинговых стратегии в условиях нестабильных рынков: материалы III МНПК. – Краснодар, 2018. – С. 89-96.
- 13 Бернар Лаусс. Инновации в кулинарии. Фудпейринг // <http://alexsolor.ru/innovatsionny-e-tehnologii/innovatsii-v-kulinarii-fudprejng> (дата обращения 20.10.2023).
- 14 Рябова В.Ф., Латышова С.Ш. Инновационные технологии производства кулинарных блюд // Современные научные исследования в развитии общественного питания и пищевой промышленности: материалы МНПК. – Белгород, 2016. – С. 194-198.
- 15 Крылова Р. В., Захарова И. И., Климина Е. В. Современный кейтеринг: тренды и тенденции развития // Меридиан – 2020. – № 4 (38). – С. 66–68.
- 16 Нурашева К.К., Есенова А.Е., Орымбасар А.Н., Арипов Х. Кейтеринг как инновационная форма обслуживания на предприятиях ресторанного типа в РК // Научные труды ЮКГУ им. М. Ауэзова. 2021. – №2 (58) – С. 139-149.
- 17 Баянова Л.Е. Кейтеринг. Мировой опыт. – М.: Эксмо, 2018. – 344 с.
- 18 Щербина, П.П. Развитие кейтеринга // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма. Материалы МНПК. – Москва, 2018. – С. 296.
- 19 Алексушин Г.В., Фетисова М.В. Повышение рентабельности предприятия кейтеринга // Устойчивое развитие науки и образования. – 2020. – №10 (49). – С. 15–17.
- 20 Анализ рынка кейтеринга в России в 2016-2020 гг, оценка влияния коронавируса и прогноз на 2021-2025 гг. https://businessstat.ru/images/demo/catering_russia_demo_businessstat.pdf?cv=1 (дата обращения 20.10.2023).
- 21 Free flow: Новое заведение в Алматы с открытой кухней Elephant. <https://cosmo.kz/free-flow-novoe-zavedenie-v-almat-s-otkrotoy-kuhney-elephant/> (дата обращения 20.10.2023).
- 22 В Астане открылся ресторан Selfie. Что в нем особенного? <https://the-steppe.com/gorod/v-astane-otkrylsya-restoran-selfie-cto-v-nem-osobennogo/> (дата обращения 20.10.2023).
- 23 Алдабергенова А.О., Назаренко Т.А. Возможности инновационных подходов к созданию молекулярных продуктов в общественном питании // Вестник Инновационного Евразийского университета. – 2019. – №1 – С. 68–73.
- 24 Санабурова Э. Развитие казахстанского рынка кейтеринга, направленного на конкурентоспособность услуг и удовлетворение клиентов. // Вестник КЭУ. – 2018. – №4 С. 78-84.
- 25 Global Catering Services Market by Type, by End User, by Region, Competition, Forecast & Opportunities.2019 <https://www.techsciresearch.com> (дата обращения 20.10.2023).
- 26 Артемьев А. М., Сабитова А. Р. Особенности организации питания во время деловых мероприятий // Научный результат. – 2019. – №1 – С.3-10.
- 27 ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Классификация и общие требования».
- 28 СТ РК ГОСТ Р 50763-2011 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению».
- 29 СТ РК 1179 – 2003 – Системы качества. Управление качеством пищевых продуктов на основе принципов HACCP. Общие требования.

References

- 1 Gorelova T.P., Koroleva S.I., Kosikova Ju.A. Sozdanie integrirovannogo brenda na rynke kejtiringa // Vestnik akademii. 2020. – № 1 – С. 24-33.
- 2 Tiunov B.M. Servisy dostavki zdorovoj edy kak sovremennoe javlenie v uslovijah karantina // Tehnologii pishhevoj i pererabatyvajushhej promyshlennosti APK – produkty zdorovogo pitaniya. 2020. – № 3 – С. 56-64.
- 3 Shajtura S.V., Tyger L.M., Kozhaev Ju.P. Prodovol'stvennaja bezopasnost' i kejtiring // Vestnik Kurskoj gosudarstvennoj sel'skohozjajstvennoj akademii. 2020. – № 9 – С. 103-112.
- 4 Uttkarsha Bhosale. Top 5 Key Differences Between Methods and Methodology. Published August 4, 2023 <https://www.enago.com/academy/difference-methods-and-methodology/#:~:text=Methods>.
- 5 GOST R 55051-2012 «Uslugi obshhestvennogo pitaniya. Obshhie trebovaniya k kejtiringu».
- 6 Pahomova, O. M. Standartizacija i kontrol' kachestva turistskih uslug: uchebnoe posobie – М.: INFRA-M, 2019. – 135 с.
- 7 ST RK ISO 22000-2019 «Sistemy menedzhmenta bezopasnosti pishhevoj produkcii. Trebovaniya k organizacijam, uchastvujushhim v cepi sozdaniya pishhevoj produkcii».
- 8 Sharohina S.V., Gorohovickaja T.N. Innovacii v sfere obshhestvennogo pitaniya, kak faktor strategicheskogo upravlenija // Internet-zhurnal «Naukovedenie». 2017, Tom 9, № 3 <http://naukovedenie.ru/PDF/86EVN317.pdf> (дата obrashhenija 20.10.2023).
- 9 Chugunova O.V. Innovacionnye napravlenija razvitiya sfery obshhestvennogo pitaniya // Nauchnoe obozrenie. Jekonomicheskie nauki. – 2017. – № 3. – С. 29-39.

- 10 Man'shin A.A. Sovremennye formaty rossijskih predpriyatij obshhestvennogo pitaniya // Jekonomika, upravlenie i finansy HHI veke: Fakty, Tendencii, Prognozy: materialy MNPК. – Kursk, 2020. – S. 336 – 345.
- 11 Kulikov D.A., Latyshev E.Ju., Mihajlov A.S. Tehnologija tablet-pitaniya na osnove principov personalizirovannogo pitaniya // Mezhdunarodnyj Baltijskij morskoy forum: materialy VIII MNPК. – Kaliningrad, 2020. – S. 59 – 70.
- 12 Zolotareva Ju.V., Zolotareva U.I. Molekuljarnaja kuhnja kak avangardnoe napravlenie uspešnogo pozicionirovaniya restoranov // Problemy i perspektivy formirovaniya marketingovyh strategii v uslovijah nestabil'nyh rynkov: materialy III MNPК. – Krasnodar, 2018. – S. 89 – 96.
- 13 Bernar Lauss. Innovacii v kulinarii. Fudpeiring // <http://alexsolor.ru/innovatsionny-e-tehnologii/innovatsii-v-kulinarii-fudpeiring> (data obrashhenija 20.10.2023).
- 14 Rjabova V.F., Latypova S.Sh. Innovacionnye tehnologii proizvodstva kulinarnyh bljud // Sovremennye nauchnye issledovanija v razvitii obshhestvennogo pitaniya i pishhevoj promyshlennosti: materialy MNPК. – Belgorod, 2016. – S. 194-198.
- 15 Krylova R. V., Zaharova I. I., Klimina E. V. Sovremennyy keiting: trendy i tendencii razvitiya // Meridian – 2020. – № 4 (38). – S. 66–68.
- 16 Nurasheva K.K., Esenova A.E., Orymbasar A.N., Aripov H. Keiting kak innovacionnaja forma obsluzhivaniya na predpriyatijah restorannogo tipa v RK // Nauchnye trudy JuKGU im. M. Aujezova. 2021. – №2 (58) – S. 139-149.
- 17 Bajanova L.E. Keiting. Mirovoj opyt. – M.: Jeksmo, 2018. – 344 s.
- 18 Shherbina, P.P. Razvitie keitinga // Strategija razvitiya industrii gostepriimstva i turizma. Materialy MNPК. – Moskva, 2018. – S. 296.
- 19 Aleksushin G.V., Fetisova M.V. Povyshenie rentabel'nosti predpriyatija keitinga // Ustoichivoe razvitie nauki i obrazovanija. – 2020. – №10 (49). – S. 15–17.
- 20 Analiz rynka keitinga v Rossii v 2016-2020 gg, ocenka vlijaniya koronavirusa i prognoz na 2021-2025 gg. https://businessstat.ru/images/demo/catering_russia_demo_businessstat.pdf?cv=1 (data obrashhenija 20.10.2023).
- 21 Free flow: Novoe zavedenie v Almaty s otkrytoj kuhnej Elephant. <https://cosmo.kz/free-flow-novoe-zavedenie-v-almat-s-otkrytoj-kuhnej-elephant/> (data obrashhenija 20.10.2023).
- 22 V Astane otkrylsja restoran Selfie. Chto v nem osobennogo? <https://the-steppe.com/gorod/v-astane-otkrylsya-restoran-selfie-cto-v-nem-osobennogo/> (data obrashhenija 20.10.2023).
- 23 Aldabergenova A.O., Nazarenko T.A. Vozmozhnosti innovacionnyh podhodov k sozdaniyu molekuljarnykh produktov v obshhestvennom pitanii // Vestnik Innovacionnogo Evrazijskogo universiteta. – 2019. – №1 – S. 68–73.
- 24 Sanaburova Je. Razvitie kazhstanskogo rynka keitinga, napravlennogo na konkurentosposobnost' uslug i udovletvorenije klientov. // Vestnik KJeU. – 2018. – №4. – S. 78-84.
- 25 Global Catering Services Market by Type, by End User, by Region, Competition, Forecast & Opportunities.2019 <https://www.techsciresearch.com> (data obrashhenija 20.10.2023).
- 26 Artem'ev A. M., Sabitova A. R. Osobennosti organizacii pitaniya vo vremja delovyh meropriyatij // Nauchnyj rezul'tat. – 2019. – №1 – S.3-10.
- 27 GOST 30389-2013 «Uslugi obshhestvennogo pitaniya. Klassifikacija i obshhie trebovanija».
- 28 ST RK GOST R 50763-2011 «Uslugi obshhestvennogo pitaniya. Produkcija obshhestvennogo pitaniya, realizuemaja naseleniju».
- 29 ST RK 1179 – 2003 – Sistemy kachestva. Upravlenie kachestvom pishhevyh produktov na osnove principov NASSR. Obshhie trebovanija.

<p>Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)</p> <p>Нурасева Кулянда Кулбосыновна, экономика ғылымдарының докторы, профессор; Қазақ спорт және туризм академиясы; Алматы қ., Қазақстан e-mail: nurasheva@mail.ru ORCID iD: https://orcid.org/0000-0002-4639-467X</p>	<p>Автор для корреспонденции (первый автор)</p> <p>Нурасева Кулянда Кулбосыновна, доктор экономических наук, профессор; Казахская академия спорта и туризма; г. Алматы, Казахстан e-mail: nurasheva@mail.ru ORCID iD: https://orcid.org/0000-0002-4639-467X</p>	<p>The Author for Correspondence (The First Author)</p> <p>Nurasheva Kulyanda Kulbosynovna, Doctor of Economics, Professor; Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan e-mail: nurasheva@mail.ru ORCID iD: https://orcid.org/0000-0002-4639-467X</p>
--	---	---

Дата поступления статьи: 01.06.2024