

УДК 338.486

Е. В. Шеметова¹

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Т. М. Бойцова²

Дальневосточный государственный технический рыбохозяйственный университет
Владивосток. Россия

А. С. Дмитренко³

ООО «Массимо Дутти»
Владивосток. Россия

Современное состояние и потенциал кейтеринговых услуг в г. Владивостоке

В статье представлены результаты исследования кейтеринговых услуг на рынке г. Владивостока. Цель работы – на основании теоретических и практических материалов проанализировать кейтеринговые услуги в г. Владивостоке и выявить их потенциал. Методической основой работы является оценка кейтеринговых услуг предприятий питания с использованием методов системного и статистического анализа, анкетирования, наблюдения, сравнения. В работе проанализированы типы предприятий питания и динамика оборота общественного питания Приморского края. По результатам исследования были определены лидеры среди операторов-кейтеров, формы обслуживания и структура рынка услуг выездного обслуживания. В ходе анкетирования представителей кейтеринговых компаний выявлены средняя мощность проводимых мероприятий, услуги, пользующиеся наибольшим спросом, их сезонность и стоимость. Проведена оценка услуг кейтеринговых компаний потребителями. На основе комплексного исследования авторами предложена классификация и сегментированы кейтеринговые услуги. Определены направления развития кейтеринговых услуг на рынке на будущее, учитывая ряд ограничений, связанных с пандемией COVID-19.

Ключевые слова и словосочетания: кейтеринг, услуги предприятий питания, общественное питание, выездное обслуживание, потребители, г. Владивосток.

¹ Шеметова Елена Васильевна – ст. преп. кафедры туризма и экологии; e-mail: elena.shemetova@vvsu.ru

² Бойцова Татьяна Марьяновна – д-р техн. наук, профессор; e-mail: boitsova_tm@mail.ru

³ Дмитренко Анастасия Сергеевна – консультант ООО «Массимо Дутти»; e-mail: dmitrenko_nastena@list.ru

E.V. Shemetova

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

T.M. Boitsova

Far Eastern State Technical Fisheries University
Vladivostok. Russia

A.S. Dmitrenko

LLC "Massimo Dutti"
Vladivostok. Russia

The current state and potential of catering services in Vladivostok

The article presents the results of a study of catering services in the market of Vladivostok. The purpose of this work is to analyze the catering services in Vladivostok based on theoretical and practical materials and to identify their potential. The methodological basis of the work is the assessment of catering services of food enterprises, the methods of system and statistical analysis, surveys, observations, and comparisons are used. The paper analyzes the types of food enterprises and the dynamics of the turnover of public catering in the Primorsky Region. According to the results of the study, the leaders among the catering operators, the forms of service, and the structure of the field service market were identified. During the survey of representatives of catering companies, the average capacity of the events held, the services that are in the greatest demand, their seasonality, and cost were identified. The services of catering companies were evaluated by consumers. On the basis of a comprehensive study, the authors proposed a classification and segmentation of catering services. The directions for the development of catering services in the market for the future are determined, taking into account several restrictions associated with the COVID-19 pandemic. The article presents the author with a strategic plan for the development of gastronomic tourism.

Keywords: catering, catering services, public catering, outreach services, consumers, Vladivostok.

Введение

Прием пищи – это не только насущная потребность в утолении голода, это своего рода ритуал, позволяющий получить полезную информацию, наладить связи и объединить людей [14]. На профессиональном языке рестораторов выездное обслуживание клиентов питанием звучит как *кейтеринг*. В России кейтеринг возник в 1986 году с открытием представительства французской компании *Potel et Chabot* в Москве. Первые российские кейтеринговые компании появились в 90-е годы. В настоящее время на российском рынке кейтеринга существует множество направлений, видов обслуживания, а также различных ниш деятельности кейтеринг-служб, которые имеют свою конкретную специфику [10].

По данным Росстата, на конец 2019 года в Российской Федерации насчитывалось 103,3 тыс. индивидуальных предпринимателей в общественном питании,

60% из которых оказывали услуги по доставке продуктов питания, 7% – по обслуживанию торжественных мероприятий и прочим видам организации питания, у 5% основная деятельность связана с подачей напитков [9].

По данным исследования NeoAnalytics, товарооборот от кейтеринговых услуг в России за 2018 год составил 35 млрд рублей, или 2,2% от общего оборота общественного питания [10]. Динамично развивающимися направлениями кейтеринга стали событийное выездное обслуживание и корпоративное питание, индустриальный кейтеринг, обслуживание на транспорте и удаленных объектах. Развивается и социальный кейтеринг, предусматривающий организацию питания в образовательных, медицинских, военных и исправительных учреждениях [12].

Приморский край не отстает и активно практикует в ресторанной деятельности выездное обслуживание. На конец 2019 года в городе Владивостоке работало более 700 объектов общественного питания, доля предприятий, оказывающих кейтеринговые услуги, составила 8,7%, среди которых: Zuma, BSB Catering, Высота, Like Фуршет, Chef's story, ВладФуршет, Огонек и др. Учитывая, что в крае только за 2018 год прошло более 300 значимых мероприятий деловой и культурной направленности, в том числе в сфере гастрономического туризма, услуги кейтеринговых компаний были достаточно востребованы [13].

Однако на работу предприятий общественного питания огромное влияние оказала пандемия, вызванная коронавирусной инфекцией COVID-19. Так, с начала эпидемии выручка кейтеринговых компаний сократилась на 63%, что превышает пиковое падение всего рынка общественного питания во II квартале 2020 года. Главная причина низких показателей – обвальное сокращение спроса на событийный кейтеринг. Тем не менее, более 30% кейтеринговых компаний работают на рынке доставки готовой еды, более 20% заняты в сфере корпоративного питания. Причем, учитывая фактор пандемии COVID-19, количество подобных услуг в 2020 году по сравнению с прошлыми периодами увеличилось как минимум в полтора раза [10].

Цель исследования – на основании теоретических и практических материалов проанализировать кейтеринговые услуги в г. Владивостоке и выявить их потенциал. Достижение поставленной цели потребовало решения следующих задач:

- исследовать теоретические и практические аспекты кейтеринговых услуг,
- проанализировать кейтеринговые услуги на рынке г. Владивостока,
- определить потенциал услуг кейтеринговых компаний.

Предмет исследования, источниковая база исследования

Предметом исследования являются услуги кейтеринговых компаний г. Владивостока, их уровень и возможности их использования потребителями. Кейтеринговая компания, согласно ГОСТ Р 55051-2012, относится к предприятиям индустрии питания и оказывает услуги по организации выездного обслуживания мероприятий различного назначения [5].

Исследователи отмечают важность следующих составляющих кейтеринга:

- 1) услуги и их качество должны всегда соответствовать ожиданиям потребителей [2];

2) профессионализм персонала – работа поваров и официантов должна характеризоваться высоким уровнем сервиса: от сервировки стола до изысканной подачи блюд;

3) меню и его разнообразие – не должно быть перегружено и своевременно обновляться [3];

4) безопасность пищевых продуктов и технологии производства на всех этапах – большое внимание должно уделяться используемому сырью и технологическим процессам, обеспечению и усилению контроля за качеством и безопасным приготовлением кулинарных продуктов путем внедрения соответствующих систем [11];

5) материально-техническая база кейтеринговых компаний (производственные помещения и оборудование, специализированный транспорт с термобудкой и санитарным паспортом) для организации выездное ресторанного обслуживания [1];

6) поставщики, которые способны обеспечивать качественным сырьем и иными материалами в нужное время и в необходимых объемах [2];

7) автоматизация предприятия питания (калькуляция блюд, автоматизация учёта предоставляемых услуг, контроль поставок товаров и учёт оплаты, бонусные системы, штриховое кодирование, обработка электронных платежей и др.). Особенно это актуально для сетевых предприятий в рамках введения единых корпоративных стандартов производства и обслуживания, консолидированной работы с поставщиками продуктов и оборудования, комплексной стратегии ценообразования и формирования меню [7].

Авторы отмечают главные преимущества выездного обслуживания: мобильность на всех этапах оказания услуги и индивидуальный подход к каждому заказчику (формы и методы обслуживания, место проведения). Среди недостатков кейтеринга выделяют: дополнительные издержки (транспорт, помещения для хранения инвентаря, посуды, оборудования и т.п.), снижение рентабельности и усиление конкуренции [4; 8].

С введением ограничительных мероприятий в рамках COVID-19 появился онлайн-кейтеринг, в том числе Cloud Catering – доставка гастрономических сетов участникам онлайн-мероприятий. А кейтеринги разных регионов объединились в коллаборацию Catering Box, чтобы охватывать максимально широкую территорию, объединяющую 70 городов в России, Казахстане и Киргизии, а также нескольких европейских стран. Так, независимо от географии и часовых поясов участники одновременно получают в идентичной упаковке абсолютно одинаковое наполнение бокса [15].

Методы исследования, методологические принципы, методика исследования

Методической основой работы является оценка кейтеринговых услуг кейтеринговых компаний с использованием методов системного и статистического анализа, анкетирования, наблюдения, сравнения. Анализ услуг осуществлялся с помощью разработанных оценочных листов для потребителей услуг и анкет для операторов-кейтеров.

Основная часть

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, на конец 2019 года количество предприятий общественного питания на Дальнем Востоке составило 11 561 объектов, т.е. 6,2% от их общего количества на территории Российской Федерации (185 396 объектов). На территории Приморского края насчитывается 2289 предприятий питания, или 19% от функционирующих на Дальнем Востоке. Предприятия общественного питания Приморского края включают рестораны, кафе и бары (871 объектов); столовые и закусочные (727 объектов); столовые, находящиеся в учебных заведениях и на промышленных предприятиях (691 объект) [9]. Оборот общественного питания в Приморском крае за 2019 год составил 19,5 млрд рублей, т.е. 17,7% в обороте ДВФО и 1,2% в экономике страны. В динамике с 2015 по 2019 г. оборот общественного питания вырос на 15,5%.

Кейтеринг как абсолютно новое направление для Владивостока возник впервые в 2006 году, когда была открыта первая компания выездного обслуживания. С каждым годом количество компаний, оказывающих кейтеринг на территории Владивостока, росло и постепенно стало довольно популярной услугой.

В 2018–2019 гг. Международным институтом туризма и гостеприимства Владивостокского государственного университета экономики и сервиса был проведен мониторинг услуг предприятий питания г. Владивостока. По результатам исследования 437 предприятий выяснилось, что только 145 из них (33%) оказывают услуги доставки и выездного обслуживания, в том числе: доставка – 95 предприятий, выездное обслуживание и кейтеринг – 50 предприятий [6]. На сегодняшний день, согласно информации, представленной на официальном сайте города Владивостока, насчитывается 63 действующих предприятия, оказывающих услуги по организации банкетов и кейтерингу. В результате анализа рейтинга сайта и отзывов, оставленных заказчиками, а также переходов на страницы компаний, выяснилось, что первые позиции занимают «Shef's story», «Кухня Шефа», «Edwin Group» и «Праздник вкуса». Предприятий общественного питания, позиционирующих себя на сайте как представителей исключительно услуг кейтеринга, значительно меньше – всего 22 объекта.

Структура рынка услуг выездного обслуживания г. Владивостока включает в себя:

- выездное обслуживание событийных мероприятий (банкет, банкет-фуршет, кофе-брейк и т.д.) – предоставляется всеми компаниями в той или иной мере;
- авиационный кейтеринг – предоставляется такими компаниями, как «Zuma Кейтеринг» и «Iz Braserie»;
- доставка обедов в офис – осуществляется такими компаниями, как «Праздник вкуса»; «Экватор» и «LA-FURSHET».

С целью анализа рынка услуг выездного обслуживания в 2020 году было проведено анкетирование представителей крупных кейтеринговых компаний г. Владивостока:

1. Наибольший спрос зафиксирован на такие услуги, как банкет (50%) и фуршет (40%). Иные виды выездного обслуживания (кофе-брейк, барбекю,

выездной бар и пр.) составляют 10% от общего спроса на услуги. Также компании предоставляют услуги аренды: шатров, текстиля, посуды и мебели (табл. 1).

Таблица 1

Основные услуги кейтеринговых компаний г. Владивосток

Компания	Основные услуги						
	Гала-ужин	Фуршет	Банкет	Барбекю	Выездной бар	Кофе-брейк	Аренда
<i>Би-Эс-Би Кейтеринг</i>	+	+	+	+	+	+	+
Zuma Кейтеринг	+	+	+	-	+	+	-
ВладФуршет	-	+	+	-	-	+	-
Shef's story	-	+	+	+	+	+	+

Примечание: составлено авторами.

2. Спрос на услуги напрямую зависит от сезонности (рис. 1).

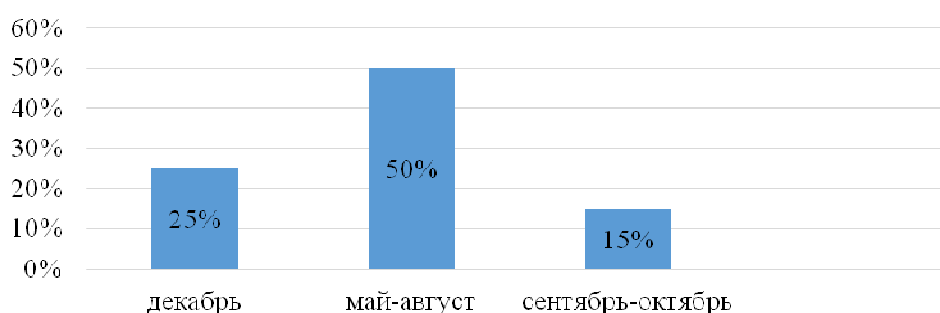


Рис. 1. Пиковые сезоны спроса на кейтеринговые услуги в г. Владивостоке

Источник: составлено авторами.

Первым и прибыльным сезонным пиком является декабрь (25–30% всех годовых заказов), когда организуется множество корпоративных мероприятий в преддверии нового года, в основном в формате банкетов. Следующий пик приходится на май и летние месяцы (около 50%), когда поступают заказы, связанные с выпускными в школах и иных учебных заведениях, началом свадебного сезона, выездами на природу, что позволяет крупным фирмам организовывать корпоративные вечера на открытом воздухе. Осенью кейтеринговые услуги востребованы во время проведения презентаций, форумов, тренингов, семинаров. Форматы кейтеринга в данном случае: кофе-брейк, фуршет. На этот период при-

ходится около 15% всех годовых заказов. Среднее количество обращений в кейтеринговую компанию г. Владивостока в сезон низкого спроса составляет 9–10 заказов за месяц, в сезон пикового спроса – в среднем 20–25 заказов.

3. Основными заказчиками услуг кейтеринговых компаний являются корпоративные заказчики (68%).

4. При рассмотрении ценовых сегментов и определении их границ был взят средний чек на одну персону при организации банкета (табл. 2).

Таблица 2

Сегменты рынка кейтеринга г. Владивосток

Наименование сегмента	Стоимость услуг на персону, руб.	Доля на рынке, %
Высокий	более 2500	50
Средний	от 1500 до 2500	40
Низкий	от 500 до 1500	10

Примечание: составлено авторами.

Такой показатель, как средний чек на персону, достаточно субъективен, поскольку любая кейтеринговая компания с легкостью может подстроиться под желания заказчика и предоставить свои услуги, учитывая уровень дохода и сумму, которую он готов потратить. Цены на рынке кейтеринга Владивостока зависят от формата и бюджета проекта. Стоимость организации банкетов зависит от целого ряда факторов: 1) формата обслуживания (стоимость банкета, как правило, выше, чем фуршета); 2) стоимости аренды мебели, стекла и посуды (некоторые фирмы включают их в общую стоимость, заявляя как бесплатную услугу, другие просят заплатить за нее отдельно); 3) обслуживания мероприятия официантами, оформления декоратором (чаще всего это отдельная строка в бюджете); 4) продолжительности мероприятия и количества гостей и т.д. Ценовой сегмент компании достаточно высокий по сравнению с другими компаниями на рынке города (табл. 3).

Таблица 3

Ценовая политика кейтеринговых г. Владивосток, руб. на 1 персону

Компания	Банкет	Фуршет	Кофе-брейк	Барбекю
Би-Эс-Би Кейтеринг	3000	2000	500	2500
Zuma Кейтеринг	2500	1500	500	2000
ВладФуршет	1300	600	350	1200
Shef's story	2000	1500	500	1800

Примечание: составлено авторами.

5. Средняя мощность кейтеринговых предприятий по обслуживаемому контингенту – 1200 персон (единовременно). Компании «MOLOKO&MED Catering», «Zuma Кейтеринг», «ВладФуршет», «Iz Braserie», «Би-Эс-Би Кейтеринг» имеют опыт организации масштабных мероприятий на более чем 1000 персон. Как правило, такие массовые мероприятия проводят в формате банкета-фуршета. Опыт организации крупных мероприятий говорит о том, что перечисленные компании обладают достаточной материально-технической базой для организации крупных проектов с большим количеством гостей.

6. Важным элементом является место оказания кейтеринговых услуг. Компании «Би-Эс-Би Кейтеринг», «Shef's story» и «Zuma Кейтеринг» предоставляют услуги выездного обслуживания в любой точке Приморского края и в нужное время. «ВладФуршет» только в пределах г. Владивостока.

7. Маркетинговые коммуникации (реклама, официальный сайт, поисковая оптимизация, SMM (маркетинг в социальных сетях)) кейтеринговых компаний отражены в табл. 4.

Таблица 4

Методы продвижения кейтеринговых услуг

Компания	Реклама	Официальный сайт	Поисковая оптимизация	SMM	Аккаунт на платформе Инстаграм	Количество подписчиков, чел.
<i>Би-Эс-Би Кейтеринг</i>	-	+	+	+	@bsbcatering	763
Zuma Кейтеринг	+	+	+	+	@zumavl	61 900
ВладФуршет	-	+	+	+	@chefstory.pro	638
Shef's story	-	+	+	+	@vladfurshet	8574

Примечание: составлено авторами.

Основной платформой продвижения и развития бизнеса сегодня являются социальные сети, особенно платформа Инстаграм. Однако не все компании уделяют достаточно внимания продвижению своего профиля, в связи с этим теряют своих потенциальных клиентов и соответственно прибыль.

Так, в настоящее время на рынке выездного ресторанного обслуживания г. Владивостока наиболее популярными, согласно доле положительных отзывов потребителей (более 70%) и средней оценке в приложениях TripAdvisor и 2ГИС (с рейтингом выше 4,5 баллов), являются следующие компании: «Би-Эс-Би кейтеринг», «Zuma Кейтеринг», «Edwin Group», «Iz Braserie». Эти компании работают в высоком ценовом сегменте, располагают наиболее крупной материально-технической базой, предоставляют широкий спектр услуг событийного кейтеринга, предлагают все возможные формы обслуживания.

Было также проведено анкетирование потребителей услуг кейтеринговых компаний г. Владивостока. Возраст большинства респондентов (70%) составил от 20 до 50 лет. Они посещали различные мероприятия г. Владивостоке и знакомы с услугами кейтеринговых компаний. Но только 47% из них удовлетворены качеством проводимых мероприятий, 44% отмечают завышенные цены, а 37% не могут себе позволить подобную услугу [6].

На основании результатов исследования авторами предложена классификация кейтеринговых услуг (табл. 5).

Таблица 5

Классификация кейтеринговых услуг

Критерий	Вид кейтеринга	Заказчик
Ценовая сегментация	Низкобюджетный	Корпоративный, частный
	Среднебюджетный	
	Высокобюджетный	Корпоративный
Сфера деятельности	Корпоративное питание	Корпоративный
	Пилотное питание	
	Социальный кейтеринг	
	Розничная продажа готовой продукции	Частный
	Мобильный бар	
	Catering box	
	Доставка еды и полуфабрикатов	
	Выездной кейтеринг	Корпоративный, частный
Форма обслуживания	Банкет	Корпоративный, частный
	Фуршет	
	Коктейль	
	Шведский стол	
	Кофе-брейк	
	Барбекю	
Вид компании	Оператор-кейтер	Корпоративный, частный
	Предприятие общественного питания	
	Средство размещения	

Примечание: составлено авторами по [5; 8; 10].

В таблице отражено разделение кейтеринговых услуг в зависимости от следующих критериев: ценовая сегментация, сфера деятельности, форма обслужи-

вания, вид организатора питания, заказчик. Было установлено, что до 2020 года наиболее частыми заказчиками являлись корпоративные клиенты со средне- и высокобюджетной ценовой сегментацией, а наиболее заказываемые формы обслуживания – фуршет, банкет и кофе-брейк. С 2020 года ситуация на рынке резко изменилась, и основными потребителями стали частные лица, а основная услуга – доставка еды и полуфабрикатов.

Далее авторами проведено сегментирование кейтеринговых услуг в зависимости от форм обслуживания, видов мероприятий, времени проведения, сезонности и мощности (табл. 6).

Таблица 6

Сегментирование кейтеринговых услуг

Форма обслуживания	Банкет	Фуршет	Шведский стол	Коктейль	Бизнес-завтрак	Бизнес-ланч	Кофе-брейк	Кейтеринг-бокс
Вид мероприятия								
Презентация		+	+	+	+	+	+	+
Конференция			+			+	+	+
Тренинг			+		+	+	+	+
Корпоративный праздник	+	+		+				+
Пикник			+					+
Юбилей	+	+	+					+
Свадьба	+	+	+	+				+
Детский праздник			+					+
Тематическое мероприятие			+	+				+
Онлайн-мероприятие	+	+		+	+	+	+	+
Время проведения								
Утро			+		+		+	+
Обед	+		+			+	+	+
Вечер	+	+	+	+				+
Сезонность								
Весна	+	+	+		+	+	+	+
Лето	+	+	+	+				+
Осень	+	+	+	+	+	+	+	+
Зима	+	+	+	+	+	+	+	+

Окончание табл. 6

Форма обслуживания	Банкет	Фуршет	Шведский стол	Коктейль	Бизнес-завтрак	Бизнес-ланч	Кофе-брейк	Кейтеринг-бокс
<i>Число обслуживаемых потребителей</i>								
До 50 человек	+		+		+	+	+	+
Более 50 человек		+	+	+			+	+
ИТОГО:	11	11	17	10	8	9	11	19

Примечание: составлено авторами.

Из данных табл. 6 очевидно, что большинство мероприятий, независимо от времени проведения и сезонности, могут проводиться в форме обслуживания «шведский стол», «фуршет», «банкет»; абсолютно все мероприятия – в виде бокс-кейтеринга, где основным ограничением может служить удаленность потребителя, если речь идет об онлайн-мероприятиях.

В заключение необходимо сделать акцент на потенциальном заказчике услуг кейтеринга. Более половины заказчиков (68%) составляют корпоративные клиенты, это объясняется в большей степени довольно высокой ценой на услуги довольно высока, очень низким процентом физических лиц, способных позволить себе данную услугу. Этот вопрос достаточно актуален, поэтому в данном направлении сфера услуг кейтеринга требует развития и доработки.

Таким образом, на передовые позиции выходят следующие направления: индустриальный кейтеринг, пилотное питание, в том числе при организации питания экскурсионных групп, посещающих г. Владивосток и Приморский край, различные виды интерактивного кейтеринга, фуд-сопровождение онлайн-, офлайн- и гибридных мероприятий. Для увеличения доли охвата физических лиц данными услугами следует внедрять сервисы доставки здоровой еды, учитывая сбалансированность рационов и щадящие методы производства. Операторам рынка кейтеринговых услуг необходимо отслеживать последние тенденции в культуре питания, разрабатывать отдельные виды меню (мясные, вегетарианские, тематические и т.д.) для обслуживания различных категорий заказчиков, внедрять анимационные элементы в процессе обслуживания, в том числе онлайн.

Выводы

Проведенные исследования дают основание полагать, что г. Владивосток является перспективной площадкой для развития кейтеринга за счет политики, направленной на развитие внутреннего туризма и планируемых мероприятий. Среди наиболее популярных видов кейтеринга во Владивостоке выделяют: банкет, фуршет, кофе-брейк. Около 70% заказчиков кейтеринговых услуг являются корпоративными клиентами. Кейтеринговые компании стараются реализовывать как можно больше услуг и форм выездного обслуживания. В той или иной сте-

пени все предприятия общественного питания причастны к такому виду услуг, как кейтеринг, поскольку большинство из них предоставляют услуги по доставке готовой еды. В ситуации пандемии коронавирусной инфекции и практически полного сокращения спроса на событийный кейтеринг большинство компаний ограничило свое присутствие на рынке доставкой готовой еды. Научная новизна обеспечена уточненной авторами классификацией кейтеринговых услуг, сегментированием кейтеринговых услуг в зависимости от форм обслуживания, видов мероприятий, времени проведения, сезонности и мощности, а также определением перспективных направлений: развитие индустриального кейтеринга, пилотного и онлайн-кейтеринга с упором на больший охват услугами физических лиц.

1. Алексушин Г.В., Фетисова М.В. Повышение рентабельности предприятия кейтеринга // Устойчивое развитие науки и образования. – 2020. – № 10(49). – С. 15–17.
2. Бабак В.А. Маркетинг и логистика как основные инновационные инструменты управления в кейтеринге // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2015. – № 32. – С. 69–73.
3. Боджгуа А.Ю., Юмукян Э.Р. Кейтеринг – эффективный инструмент дополнительного дохода ресторана // Аллея науки. – 2018. – Т. 2, № 5 (21). – С. 737–740.
4. Горелова Т.П., Королева С.И., Косикова Ю.А. Создание интегрированного бренда на рынке кейтеринга // Вестник Академии. – 2020. – № 1. – С. 24–33.
5. ГОСТ Р 55051-2012. Услуги общественного питания. Общие требования к кейтерингу от 01.07.2013. – Текст: электронный // Все ГОСТы: [сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru> (дата обращения: 02.02.2021).
6. Дмитренко А.С., Шеметова Е.В. Кейтеринг услуг на предприятиях общественного питания города Владивостока // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. – 2020. – Т. 2. – С. 73–78.
7. Иманбердиева Л.А. Автоматизация выездного ресторана // Научные исследования и разработки молодых ученых. – 2016. – № 9-1. – С. 136–139.
8. Крылова Р.В., Захарова И.И., Климина Е.В. Современный кейтеринг: тренды и тенденции развития // Научный электронный журнал Меридиан. – 2020. – № 4(38). – С. 66–68.
9. Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 12.02.2021).
10. Харитонов Ю.А., Климова Т.Б. Современное состояние и тенденции развития кейтеринга в Российской Федерации // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2020. – Т. 6, № 4. – С. 52–61.
11. Шайтура С.В., Тыгер Л.М., Кожаев Ю.П. Продовольственная безопасность и кейтеринг // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2020. – № 9. – С. 103–112.
12. Шевченко И.В., Кизим А.А., Бабак В.А. Региональные аспекты развития кейтеринга на примере Южного федерального округа // Региональная экономика: теория и практика. – 2015. – № 26(401). – С. 51–66.
13. Шеметова Е.В., Ден В.Г. Потенциал предприятий питания г. Владивостока в формировании гастрономического туризма региона // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2019. – Т. 11, № 3. – С. 94–104.

14. Артемьев А.М., Сабитова А.Р. Особенности организации питания во время деловых мероприятий // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2019. – Т. 5, № 1. – С. 3–11.
15. Погодин К. Из-за пандемии меньше других пострадал сегмент индустриального кейтеринга. – Текст: электронный // РБК Библиотека: [сайт]. – URL: <https://marketing.rbc.ru> (дата обращения: 14.02.2021).

Транслитерация

1. Aleksushin G. V., Fetisova M. V. Povyshenie rentabel'nosti predpriyatiya kejteringa // Ustoichivoe razvitiye nauki i obrazovaniya. – 2020. – № 10(49). – S. 15–17.
2. Babak V. A. Marketing i logistika kak osnovnye innovacionnye instrumenty upravleniya v kejteringe // Sovremennye tendencii v ekonomike i upravlenii: novyj vzglyad. – 2015. – № 32. – S. 69–73.
3. Bodzhgua A. Yu., Yumukyan E. R. Kejtering – effektivnyj instrument dopolnitel'no-go dohoda restorana // Alleya nauki. – 2018. – Т. 2, № 5 (21). – S. 737–740.
4. Gorelova T. P., Koroleva S. I., Kosikova Yu. A. Sozdanie integrirovannogo brenda na rynke kejteringa // Vestnik Akademii. – 2020. – № 1. – S. 24–33.
5. GOST R 55051-2012. Uslugi obshchestvennogo pitaniya. Obshchie trebovaniya k kejteringu ot 01.07.2013. – Tekst: elektronnyj // Vse GOSTy: [sajt]. – URL: <http://docs.cntd.ru> (data obrashcheniya: 02.02.2021).
6. Dmitrenko A. S., Shemetova E. V. Kejtering uslug na predpriyatiyah obshchestvennogo pitaniya goroda Vladivostoka // Nauchno-tehnicheskoe i ekonomicheskoe sotrudnichestvo stran ATR v XXI veke. – 2020. – Т. 2. – S. 73–78.
7. Imanberdieva L. A. Avtomatizaciya vyezdnogo restorana // Nauchnye issledovaniya i razrabotki molodyh uchenyh. – 2016. – № 9-1. – S. 136–139.
8. Krylova R. V., Zaharova I. I., Klimina E. V. Sovremennyy kejtering: trendy i tendencii razvitiya // Nauchnyj elektronnyj zhurnal Meridian. – 2020. – № 4(38). – S. 66–68.
9. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki: [sajt]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (data obrashcheniya: 12.02.2021).
10. Haritonova Yu. A., Klimova T. B. Sovremennoe sostoyanie i tendencii razvitiya kejteringa v Rossijskoj Federacii // Nauchnyj rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa. – 2020. – Т. 6, № 4. – S. 52–61.
11. Shajtura S. V., Tyger L. M., Kozhaev Yu. P. Prodovol'stvennaya bezopasnost' i kejtering // Vestnik Kurskoj gosudarstvennoj sel'skohozyajstvennoj akademii. – 2020. – № 9. – S. 103–112.
12. Shevchenko I. V., Kizim A. A., Babak V. A. Regional'nye aspekty razvitiya kejteringa na primere Yuzhnogo federal'nogo okruga // Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika. – 2015. – № 26(401). – S. 51–66.
13. Shemetova E. V., Den V. G. Potencial predpriyatij pitaniya g. Vladivostoka v formirovanii gastronomicheskogo turizma regiona // Territoriya novyh vozmozhnostej. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa. – 2019. – Т. 11, № 3. – S. 94–104.
14. Artem'ev A. M., Sabitova A. R. Osobennosti organizacii pitaniya vo vremya delovyh meropriyatij // Nauchnyj rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa. – 2019. – Т. 5, № 1. – S. 3–11.
15. Pogodin K. Iz-za pandemii men'she drugih postradal segment industrial'nogo kejteringa. – Tekst: elektronnyj // RBK Biblioteka: [sajt]. – URL: <https://marketing.rbc.ru> (data obrashcheniya: 14.02.2021).

© Е. В. Шеметова, 2021

© Т. М. Бойцова, 2021

© А. С. Дмитренко, 2021

Для цитирования: Шеметова Е. В., Бойцова Т. М., Дмитренко А. С. Современное состояние и потенциал кейтеринговых услуг в г. Владивостоке // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2021. – Т. 13, № 1. – С. 31–44.

For citation: Shemetova E. V., Boitsova T. M., Dmitrenko A. S. The current state and potential of catering services in Vladivostok, *The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service*, 2021, Vol. 13, № 1, pp. 31–44.

DOI <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2021-1/031-044>

Дата поступления: 26.02.2021