

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PROBLEMS OF EFFICIENCY AND QUALITY IN SERVICE ACTIVITIES

Обзор
Review

УДК 642.4

DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-4-0-6

Харитонов Ю.А.¹
Климова Т. Б.²

Современное состояние и тенденции развития кейтеринга
в Российской Федерации

^{1,2}ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет» (НИУ «БелГУ»),
ул. Победы, 85, Белгород 308015, Россия

¹e-mail: 1014136@bsu.edu.ru

²e-mail: tklimova@bsu.edu.ru

*Статья поступила 14 ноября 2020 г.; принята 09 декабря 2020 г.;
опубликована 31 декабря 2020 г.*

Аннотация. Урбанизация городского населения способствовала появлению кейтеринга на российском рынке услуг общественного питания. Положительный опыт его внедрения в зарубежных странах, потребность в расширении масштабов деятельности предприятий общественного питания, стремление привнести разнообразие в ассортимент предоставляемых услуг и ряд других факторов стали причинами внедрения кейтеринга на предприятиях общественного питания. В статье рассмотрены сущность кейтеринга, его виды, проанализировано состояние рынка кейтеринговых услуг в России. Учитывая, что в структуре рынка кейтеринга преобладает масс-кейтеринг и большинство компаний на российском рынке кейтеринга в допандемийный период занимались событийным обслуживанием клиентов, в 2020 году произошло сокращение спроса именно на данный вид кейтеринга и смещение акцентов рынка в сторону доставки готовой еды. Отметим, что риски для рынка кейтеринговых услуг сохраняются как минимум до конца 2020 года на фоне роста количества заболевших во время второй волны пандемии. Несмотря на пандемию COVID-19 рынок кейтеринговых услуг в 2020 году дополнился новыми тенденциями и, по мнению экспертов, еще далек от насыщения, что дает возможность открывать новые предприятия по всей России.

Ключевые слова: общественное питание; кейтеринг; виды кейтеринга; COVID-19; событийный кейтеринг; корпоративный клиент

Для цитирования: Харитонов Ю.А., Климова Т. Б. Современное состояние и тенденции развития кейтеринга в Российской Федерации // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 6, № 4, 2020, с. 52-61, DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-4-0-6

UDC 642.4

Julia A. Kharitonova¹
Tatyana B. Klimova²

**Current state and trends of catering development
in the Russian Federation**

^{1,2}Belgorod State National Research University,
85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russia

¹e-mail: 1014136@bsu.edu.ru

²e-mail: tklimova@bsu.edu.ru

Abstract. Urbanization of the urban population has contributed to the emergence of catering in the Russian market of public catering services. The positive experience of its implementation in foreign countries, the need to expand the scope of activities of public catering enterprises, the desire to bring diversity to the range of services provided, and a number of other factors have become the reasons for the introduction of catering in public catering enterprises. The article considers the essence of catering, its types, and analyzes the state of the catering services market in Russia. Given that the structure of the catering market is dominated by mass catering and most companies in the Russian catering market were engaged in event-based customer service during the pre-pandemic period, in 2020 there was a reduction in demand for this type of catering and a shift in the market focus towards ready-made food delivery. It should be noted that risks for the catering services market remain at least until the end of 2020 against the background of an increase in the number of cases during the second wave of the pandemic. Despite the COVID-19 pandemic, the catering services market in 2020 has been supplemented with new trends and, according to experts, is still far from saturation, which makes it possible to open new businesses throughout Russia.

Key words: public catering; catering; types of catering; COVID-19; event catering; corporate client

For citation: Kharitonova J. A., Klimova T. B. (2020) Current state and trends of catering development in the Russian Federation. *Research Result. Business and Service Technologies*, 6(4), 52-61, DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-4-0-6

Введение. Урбанизация городского населения способствовала появлению новой услуги в сфере общественного питания. Речь идет о кейтеринге, который уже стал достаточно популярным как среди владельцев ресторанов, так и среди потребителей и, по мнению экспертов, имеет высокий потенциал для дальнейшего развития.

Данный вид ресторанного бизнеса был завезен французской компанией на российский рынок в 1986 году. Пик популярности кейтеринговых услуг пришёлся

на 2000-е годы, когда услуга начала распространяться не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и в остальных регионах Российской Федерации. основополагающими причинами внедрения кейтеринга на предприятиях общественного питания стали:

– стремление привнести разнообразие в ассортимент услуг путем создания уникальной и конкурентной услуги;

– расширение масштабов деятельности предприятия и увеличение круга потребителей;

– положительный опыт внедрения кейтеринга в зарубежных странах.

Целью исследования является изучение тенденций развития кейтеринга на российском рынке.

Материалы и методы исследования. Методология проведения исследования определялась проблематикой, цель которой заключается в исследовании публикационных источников, изучении тенденций кейтеринговых услуг в России, видов кейтеринга, его особенностей на российском рынке, оценке влияния пандемии COVID-19 на рыночные тенденции, а также выявлении основных факторов дальнейшего развития кейтеринга.

Основными источниками для написания данной статьи послужили статистические данные и итоги исследований информационных агентств «РосБизнесКонсалтинг», CateringConsulting, данные исследований NeoAnalytics. В статье использованы концептуальные положения системного подхода, а также методы логического анализа и синтеза, методы сравнительного анализа, графической интерпретации данных.

Результаты исследования и их обсуждение. Первоначально кейтеринг ассоциировался с узким направлением в сфере общественного питания, а именно, с корпоративным питанием и ресторанным обслуживанием мероприятий (Погодин, 2012).

Согласно действующему ГОСТу Р 55051-2012 «Общие требования к кейтерингу», понятие «кейтеринг» подразумевает под собой «деятельность организаций

общественного питания, которая направлена на оказание услуг частным и корпоративным лицам по месту, прописанному в договоре, и продажу собственной продукции согласно нормативной документации РФ, с привлечением соответствующих исполнителей и служб».

Пашнина О. рассматривает кейтеринг как «мобильное оказание услуг питания и досуга, которое подразумевает организацию выездных мероприятий, оперативную доставку продуктов питания и необходимого инвентаря для их организации».

Некоторые исследователи делают акцент на то, что кейтеринг является современным способом обслуживания клиентов и осуществляется путём предоставления продуктов питания в готовом виде с возможностью максимально эффективного удовлетворения потребностей в качественном досуге и питании (Вишневецкая, 2018; Васькова, 2020; Вишневецкая, 2019; Дашкова, 2018).

Чаще других в понятии «кейтеринг» используется словосочетание «выездное обслуживание», которое, на наш взгляд, более конкретно отражает суть данного термина.

Кейтеринг считается сложным многоуровневым процессом, который включает в себя современные технологии обслуживания клиентов и определенные организационные процессы. На рисунке 1 представлен цикл организационных процессов, который характерен для кейтеринга.

Современный кейтеринг состоит из следующих взаимосвязанных элементов: презентация блюд; оформление и сервировка стола; выдерживание фирменного стиля мероприятия.



Рис. 1. Организационные процессы кейтеринга
Fig. 1. Organizational processes of catering

На данный момент выделяют 5 основных видов кейтеринга, к которым относятся:

– кейтеринг в помещении или *on-premise catering* (организация мероприятий предприятием на своей территории, в данном случае в качестве помещения выступают залы ресторанов, *event-компаний*, также возможна аренда помещений, т.е. компания, которая предоставляет кейтеринговые услуги, обязывается найти помещение, подходящее под требования заказчика);

– кейтеринг вне помещения или *off-premise catering* (кейтеринг на свежем воздухе, любой открытой зоне, блюда готовят на предприятии и далее транспортируют готовые блюда к месту проведения мероприятия);

– контрактный кейтеринг (место предоставления услуг устанавливается заказчиком, как правило, в данном виде включается множество мест, которые на основании контракта, должны быть обслужены кейтеринговой компанией или компанией, которая предоставляет данного вида услуги);

– социальный кейтеринг (услуги питания для проведения общественных мероприятий);

– розничный кейтеринг (Долматова, 2018; Карякина, 2017; Крылова, 2020).

Разнообразие видов кейтеринга позволяет сделать вывод о том, что кейтеринг уже не просто дополнительная услуга ресторана, а отдельный целостный сектор общественного питания, который может приносить высокий уровень доходов. В таблице представлены преимущества и недостатки кейтеринговых услуг.

Отметим, что при грамотном рациональном использовании оборудования и инвентаря возможно избежать больших затрат на проведение мероприятия и указанные недостатки превратить в определенные преимущества.

Структура рынка кейтеринга по видам предусматривает развитие трёх наиболее ярких направлений и включает:

– масс-кейтеринг (обслуживание крупных мероприятий и больших групп людей (не менее 30 человек);

– кейтеринг для небольшой группы людей (до 30 человек);

vip-кейтеринг (предусматривает использование самых современных технологий кейтеринга, в том числе высокий уровень обслуживания, «высокая» кухня, высококвалифицированный персонал (Потолохина, 2019).

Таблица

Преимущества и недостатки кейтеринга

Table

Advantages and disadvantages of catering

Преимущества	Недостатки
Особый индивидуальный подход ко всем категориям клиентов. Нет ограничений в выборе места проведения любого мероприятия. Быстрое приготовление блюд и оперативная доставка к месту проведения мероприятия. Высокая квалификация персонала. Выбор способов и методов обслуживания.	Издержки на организацию выездного мероприятия больше, чем издержки на мероприятие стационарного характера. Необходимость компаний в дополнительном месте (складе) для хранения оборудования, инвентаря, посуды, элементов для украшения.

На рисунке 2 представлена структура рынка кейтеринга.



Рис. 2. Структура рынка кейтеринга по видам, %
Fig. 2. The structure of the catering market by types, %

Стоит отметить, что масс-кейтеринг занимал лидирующие позиции (до недавнего времени), так как современный кейтеринг в основном ориентировался на массовые мероприятия, как наиболее востребованные.

Учитывая, что в структуре рынка кейтеринга преобладает именно масс-кейтеринг, большинство компаний на российском рынке кейтеринга занимаются событийным обслуживанием клиентов. Согласно результатам исследований, наиболее частыми услугами при этом являются корпоративные мероприятия для сотрудников или клиентов компании, а также частные мероприятия, например, организация выездного ресторанного обслуживания

для свадеб, праздников, торжеств, юбилеев и т. д.

Также, по данным исследований, 34% опрошенных кейтеринговых компаний работают на рынке доставки готовой еды. Причем, учитывая фактор пандемии COVID-19, количество подобных услуг в 2020 году по сравнению с прошлыми периодами увеличилось как минимум в полтора раза. Кроме того, еще 22% опрошенных экспертов заявили, что их компании заняты в сфере корпоративного питания. На рисунке 3 изображены результаты исследования по видам бизнеса, на который ориентируются современные кейтеринговые компании.

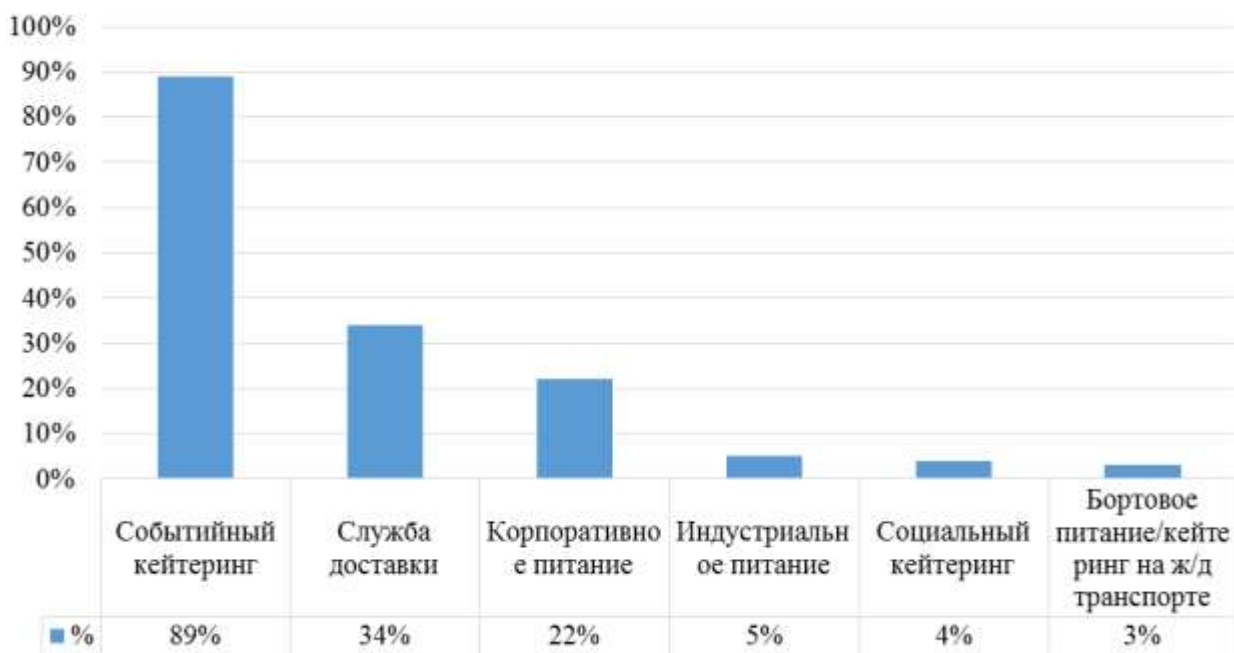


Рис. 3. Результаты исследования «Основные профили бизнеса, 2020 г.»
 (респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа)
Fig. 3. Results of the research «Main Business Profiles, 2020»
 (respondents could choose several answers)

Остальные сегменты суммарно занимают не более 10-12% от общего объема рынка. Таким образом, главным выводом можно считать крайне высокую уязвимость российского кейтеринга к любым запретам проведения массовых мероприятий, поскольку участники рынка сосредоточены, прежде всего, на обслуживании больших групп людей.

Отметим, что ежегодно на рынке кейтеринга появляется не менее 15 новых игроков. По данным РБК, рост российского рынка кейтеринга составлял в среднем 15-20%, что несколько выше средних показателей в мире (показатель роста рынка кейтеринга в мире составляет в среднем 13%). В общей сложности исследователи оценивают потенциальный общий доход от российского рынка кейтеринга в 10 млрд долларов.

Основной проблемой национального рынка кейтеринга является неравномерное распределение предприятий общественного питания, которые предоставляют кейтеринговые услуги. Так, 80% предприятий

кейтеринга сосредоточены в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

Рынок кейтеринга представлен 700 предприятиями общественного питания, из которых 350 находится непосредственно в г. Москве. Если сравнивать с США по количеству предприятий, то в Российской Федерации их меньше в 12 раз, что может свидетельствовать о невысоком насыщении национального рынка, даже в столице нашей страны.

Наиболее яркими представителями, предоставляющими кейтеринговые услуги, в г. Москве являются «Concord-Catering», «100 затей», «Banquet Hall», «Moscow food catering», «Delos Catering», «Delamo», в г. Санкт-Петербурге – «Gurmade кейтеринг», «Северо-западная кейтеринговая компания», «Сирион», «Кейтеринг СПб» (Потолохина, 2019; Троицкая, 2017; Щетилина, 2020).

По данным исследовательской компании Catering Consulting, в 50 лучших компаний кейтеринга Российской Федера-

ции входит только одно предприятие, и что парадоксально, это предприятие находится не в пределах Москвы и Санкт-Петербурга, а во Владивостоке («Academy Catering»). В качестве критериев для рейтинга CateringConsulting были выбраны: уровень обслуживания, степень посещения сайта компании, отзывы и перечень основных и дополнительных услуг.

На основании исследования можно сделать вывод, что на данный момент кейтеринг имеет недостаточно высокий уровень обслуживания клиентов, также стоит отметить, что нет единых стандартов обслуживания клиентов в Российской Феде-

рации, которые приобретают кейтеринговые услуги. При этом отметим, что практически все ведущие кейтеринговые компании являются либо работающими по франшизе представителями иностранных компаний, либо владельцем является иностранный представитель.

В ходе исследования, проведенного NeoAnalytics «Российский рынок кейтеринга: итоги 2019 г., прогноз до 2022 г.», были определены запросы клиентов в поисковых системах. Данные маркетингового исследования представлены на рисунке 4.

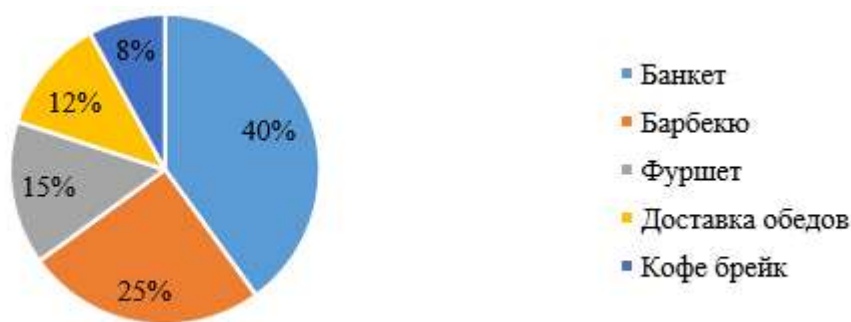


Рис. 4. Запросы клиентов в поисковых системах, %
Fig. 4. Customer queries in search engines, %

Так, банкеты составили значительную часть запросов клиентов. Чаще всего клиенты в поисковиках задают свадебные и деловые банкеты. Барбекю, как правило, ориентированы на небольшие группы лиц и 25% запросов приходилось именно на них. Кофе-брейки популярны на конференциях, семинарах и форумах, они составили 8% от всех запросов кейтеринговых услуг.

В основном, кейтеринговые компании ориентируются на средний ценовой сегмент, только 10% предприятий ориентируются на высокий ценовой сегмент.

На рынке кейтеринга существует также премиальный сегмент, который представлен 5 компаниями, находящимися в Москве. К данным компаниям относятся:

- «BOSCO Банкет»;
- «Новиков Кейтеринг»;

- «Конкорд»;
- «La Marée»;
- «Dellos Catering».

Если же говорить о заказчиках услуг, то на долю корпоративных заказчиков приходится 80% и лишь 20% – это частные заказчики. Среди корпоративных заказчиков в основном представлены предприятия различных отраслей и сфер деятельности, государственные структуры, а также event-агентства. С учетом целевой аудитории строится большинство рекламных кампаний. Стоит отметить такую особенность рынка кейтеринга: как правило, региональные предприятия ориентированы на государственных заказчиков, в то время как г. Москва и г. Санкт-Петербург на event-агентства (Щербина, 2017; Якименко, 2018).

Нельзя не сказать о влиянии пандемии коронавируса (COVID-19) на развитие рынка кейтеринга. По итогам 2019 года выручка российских компаний, работающих на рынке кейтеринга, увеличилась на 18%. Однако во время пандемии COVID-19 ситуация перевернулась не в лучшую сторону. Рынок кейтеринга оказался в числе наиболее пострадавших сегментов. За период с начала эпидемии выручка кейтеринговых компаний сократилась практически на две трети или на 63%, что превышает пиковое падение всего рынка общественного питания, которое было отмечено во II квартале 2020 года и составило чуть менее 50%.

Главной причиной низких показателей стало обвальное сокращение спроса на событийный кейтеринг. В условиях отмены массовых мероприятий и опасений граждан за свое здоровье количество подобных заказов сократилось практически до нуля. При этом риски для рынка сохраняются как минимум до конца 2020 года на фоне роста количества заболевших во время второй волны пандемии COVID-19.

Несмотря на пандемию COVID-19 рынок кейтеринговых услуг дополнялся новыми тенденциями и, по мнению экспертов, в 2020 году такими тенденциями стали:

- популяризация мероприятий с безглютеновыми, вегетарианскими и веганскими блюдами;
- максимальное смешение блюд из разных культур (всё чаще используют микс блюд азиатской и европейской кухонь);
- переход на экологически чистые продукты, заключение договоров с местными фермерами;
- переход мероприятий с алкогольными напитками от сильно к слабоалкогольным коктейлям;
- ответственное потребление (отказ клиентов от пластика и иных видов элементов, которые могут сильно повлиять на экологию планеты).

Заключение. Основными факторами дальнейшего развития рынка кейтеринга можно считать:

- рост деловой активности среди населения страны;
- постепенное ускорение темпов жизни;
- изменение мировоззрения населения страны;
- переход на западный тип потребительского поведения;
- неравномерное распределение предприятий кейтеринга по территории Российской Федерации;
- неразвитость премиального и экономического сегментов рынка кейтеринга.
- ненасыщенность рынка услуг кейтеринга и низкий уровень конкуренции в данном сегменте, что даёт возможность открывать новые предприятия по всей России.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interests to declare.

Литература

Васькова Ю. Д. Кейтеринг как тип питания в туризме // Актуальные вопросы современной науки. Материалы III международной научно-практической конференции. Отв. ред. Зарайский А. А. Издательство: ООО «Центр профессионального менеджмента «Академия Бизнеса» (Саратов). 2020. С. 85-87.

Вишневская Е.В., Климова Т.Б., Семченко И.В., Болтенко Ю.А. Актуальные направления развития индустрии общественного питания региона (на примере Белгородской области) // Сервис в России и за рубежом. 2018. Т. 12. № 3 (81). С. 134-136.

Дашкова Е. В. Кейтеринг как перспективное направление в деятельности предприятий общественного питания. Актуальные вопросы науки и практики. Сборник научных трудов по материалам XXIV Международной научно-практической конференции. Издательство: ООО «Научно-исследовательский центр

экономических и социальных процессов» в Южном Федеральном округе (Анапа). 2020. С. 19-24.

Долматова И. А. Кейтеринг как перспективная технология обслуживания // Стратегия развития индустрии туризма и гостеприимства. Материалы VII Международной Интернет-конференции. Издательство: Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева (Орел). 2018. С. 447-451.

Изменения рынка кейтеринга в 2020 году. URL: <https://cateringconsulting.ru/67088.pdf> (дата обращения: 06.01.2020).

Карякина Л. А. Новые формы ресторанного бизнеса: кейтеринг // Научные исследования социально-экономического развития общества. Материалы Международной научно-практической конференции. Редколлегия: Б.Ф. Кевбрин (отв. ред.) [и др.]. Издательство: Принт-Издат. 2017. С. 187-190.

Крылова Р. В. Современный кейтеринг: тренды и тенденции // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 4 (38). С. 66-68.

Лучшие кейтеринговые компании страны. URL: <https://www.iq-rent.ru/kejteringovyekompanii-strany-po-versii-cateringconsulting/> (дата обращения: 30.10.2020).

Погодин К. Ресторан выездного обслуживания / СПб.: Питер. 2012. – 210 с.

Потолохина Е. А. Кейтеринг, что следует знать о его организации // Актуальные проблемы развития сервиса и туризма. Сборник статей вузовской научно-практической конференции. Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «СЕКВОЙЯ» (Ставрополь). 2019. С. 138-140.

Потолохина Е. Кейтеринг, как способ повышения прибыли предприятий // Инновационные аспекты развития сервиса и туризма. Сборник статей вузовской научно-практической конференции. Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «СЕКВОЙЯ» (Ставрополь). 2019. С. 102-105.

Рейтинг кейтеринговых компаний. URL: <http://www.cateringnow.ru/company/rating/> (дата обращения: 30.10.2020).

Рынок кейтеринга в цифрах. URL: <https://cateringconsulting.ru/publications/rynok-keyteringa-v-tsifrah> (дата обращения: 29.10.2020).

Троицкая С. П. Особенности современной структуры кейтеринга // Управление в условиях глобальных мировых трансформа-

ций: экономика, политика, право. Сборник научных трудов. Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал» (Симферополь). 2017. С. 362-364.

Щербина П. П. Развитие кейтеринга // Академическая публицистика. 2017. №12. С. 296-300.

Щетилина И. П. Особенности развития рынка кейтеринга в России // Экономика и предпринимательство. 2020. № 9 (122). С. 1066-1077.

Якименко Т.П., Гокжаева Р. А. Кейтеринг – современный вид услуги общественного питания // Фундаментальная наука и технологии – перспективные разработки. Материалы XV международной научно-практической конференции. 2018. С. 96-98.

COVID-19: влияние пандемии на рынок кейтеринга. URL: <https://cateringconsulting.ru/67088-vliianie-pandemii-covid-19-na-rynok-keiteringa-v-rossii.pdf> (дата обращения: 02.01.2020).

Vishnevskaya E.V., Klimova T.B., Koroleva I.S., Slinkova O.K., Yasenok S.N. The infrastructure of public catering in the context of tourist city space development // Humanities and Social Sciences Reviews. 2019. Т. 7. № 5. С. 975-981.

References

Vaskova, J. D. (2020), "Catering as a type of food in tourism", *Topical issues of modern science*, materials of the III International scientific and practical conference, ed. Zaraisky, A. A., Publishing House: LLC «Center for Professional Management "Academy of Business"», Saratov, pp. 85-87.

Vishnevskaya, E. V., Klimova, T. B., Semchenko, I. V. and Boltenko, J. A. (2018), "Important directions of development of the region's public catering industry (on the example of the Belgorod region)", *Service in Russia and abroad*, pp. 134-136.

Dashkova, E. V. (2020), "Catering as a promising direction in the activities of public catering enterprises", collection of scientific papers based on the materials of the XXIV International scientific and practical conference, Publishing House: LLC "Research Center for Economic and Social Processes" in the Southern Federal District, Anapa, pp. 19-24.

Dolmatova, I. A. (2018), "Catering as a promising service technology", *Strategy for the*

development of the tourism and hospitality industry, materials of the VII International Internet conference, Publishing House: Turgenov Oryol State University (Orel), pp. 447-451.

Changes in the catering market in 2020, [Online], available at: <https://cateringconsulting.ru/67088.pdf> (Accessed 06 January 2020).

Karyakina, L. A. (2017), "New forms of restaurant business: catering", *Scientific research of socio-economic development of society*, materials of the International scientific and practical conference, Editorial Board B. F. Kevbrin (ed.) [and others], Publishing House: Print Publishing, pp. 187-190.

Krylova, R. V. (2020), "Modern catering: trends and tendencies", *scientific electronic journal Meridian*, pp. 66-68.

The best catering companies in the country, [Online], available at: <https://www.iq-rent.ru/kejteringovoye-kompanii-strany-po-versii-cateringconsulting/> (Accessed 30 October 2020).

Pogodin, K. (2012), *Catering restaurant*, St. Petersburg, Peter, 210 p.

Potolokhina, E. (2019), "Catering as a way to increase the profit of the enterprises", *Innovative aspects of the development of service and tourism*, collection of articles of the University scientific and practical conference, Publishing House: SEQUOIA Limited Liability Company, Stavropol, pp. 102-105.

Potolokhina, E. A. (2019), "Catering or what you need to know in his organization", *Current problems of development of service and tourism*, collection of articles of the University scientific and practical conference, Publishing House: SEQUOIA Limited Liability Company, Stavropol, pp. 138-140.

Rating of catering companies, [Online], available at: <http://www.cateringnow.ru/company/rating/> (Accessed 30 October 2020).

The catering market in figures, [Online], available at: <https://cateringconsulting.ru/publications/rynok-keyteringa-v-tsifrah> (Accessed 29 October 2020).

Troitskaya, S. P. (2017), "Features of the modern structure of catering", *Management in the conditions of global world transformations: Economics, politics, law*, collection of proceedings, Publishing House: Limited Liability Company "Publishing House Printing House "Arial", Simferopol, pp. 362-364.

Shcherbina, P. P. (2017), "Development of catering", *Academic journalism*, 12, p. 296-300.

Shchetelina, I. P. (2020), "Specific features of development of the market of catering in Russia", *Economics and entrepreneurship*, 9 (122), p.1066-1077.

Yakimenko, T. P. and Gokzhaeva, R. A. (2018), "Catering – a modern type of public catering services", *Fundamental science and technology-promising developments*. Proceedings of the XV International scientific and practical conference, pp. 96-98.

COVID-19: the impact of the pandemic on the catering market, [Online], available at: <https://cateringconsulting.ru/67088-vliianie-pandemii-covid-19-na-rynok-keiteringa-v-rossii.pdf> (Accessed 02 January 2020).

Vishnevskaya, E.V., Klimova, T.B., Koroleva, I.S., Slinkova, O.K. and Yasenok, S.N. (2019), "The infrastructure of public catering in the context of tourist city space development", *Humanities and Social Sciences Reviews*, 5, pp. 975-981.

Данные об авторах

Климова Татьяна Брониславовна, кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой международного туризма и гостиничного бизнеса
Харитоновна Юлия Алексеевна, менеджер ООО «Ситис Гурман»

Information about the authors

Klimova T. Bronislavovna, PhD in Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Tourism and Social and Cultural Service

Kharitonova J. Alekseevna, manager, Citys Gourmen LLC