

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ
DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-1-0-1

Оригинальная статья
Original article

Артемьев А. М.¹
Сабитова А. Р.²

Особенности организации питания
во время деловых мероприятий

Казахский Национальный Университет им. аль-Фараби, пр. аль-Фараби, 71,
Алматы 050040, республика Казахстан

¹ e-mail: alexandr.artemyev@kaznu.kz

² e-mail: aliya_omarova_95@mail.ru

*Статья поступила 21 февраля 2019 г.; принята 06 марта 2019 г.;
опубликована 31 марта 2019 г.*

Аннотация. Деловой туризм – это давно сформировавшийся рынок, который неоднократно брались исследовать в своих научных работах ученые и практики. Отдельная роль при организации деловых мероприятий отводится питанию, что подчеркивает важность и актуальность проведенных исследований в данной работе. Питание во время деловых мероприятий придаёт стабильность в окружающей среде, создавая, таким образом, профессиональную и приятную атмосферу для вовлеченных людей. При этом необходимо, чтобы питание соответствовало теме и цели встречи, что далеко не всегда встречается в современной практике. Целью проведенного исследования является выявление особенностей организации питания во время деловых мероприятий. Проблемой данного исследования является определение роли питания при организации деловых мероприятий, чёткое разграничение основных типов деловых мероприятий и изучение факторов, влияющих на выбор того или иного типа питания при организации деловых мероприятий. Исследование основывается на общенаучных методах познания: обобщение и систематизация теоретических данных; сравнении, анализе литературы по существующей практике бизнес-туризма, результатах проведенного анкетирования. Полученные результаты исследования смогут найти своё применение у местных предпринимателей, позиционирующихся на кэтеринг-обслуживании сегмента делового туризма, а также у непосредственных организаторов деловых мероприятий.

Ключевые слова: деловой туризм; MICE-туризм; услуги кейтеринга; бизнес-завтрак; гала-ужин; конференция; бизнес-ланч; деловая встреча

Для цитирования: Артемьев А. М., Сабитова А.Р. Особенности организации питания во время деловых мероприятий // Научный результат. Технологии

бизнеса и сервиса. – Т. 5, № 1, 2019, С. 3-10, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-1-0-1

UDC 3388.48

Alexander M. Artemyev¹
Aliya R. Sabitova²

Characteristics of catering for business events

Kazakh National University named after al-Farabi,
71 Al-Farabi Ave., Almaty 050040, Republic of Kazakhstan

¹ e-mail: alexandr.artemyev@kaznu.kz

² e-mail: aliya_omarova_95@mail.ru

Abstract. Business tourism is a well-established market that was investigated repeatedly by scholars and practitioners in their research works. A separate role in arranging business events is given to food service, which emphasizes the importance and relevance of the research conducted in this work. Catering for business events gives stability to the environment, thus creating a professional and pleasant atmosphere for the people involved. At the same time, it is necessary that food corresponds to the theme and purpose of the meeting, which is not always found in modern practice. The purpose of the study is to identify the characteristics of catering for business events. The problem of this study is to determine the role of food in the organization of business events, a clear distinction between the main types of business events and the study of factors influencing the choice of a particular type of food in the organization of business events. The research is based on general scientific methods of cognition: generalization and systematization of theoretical data; comparison, analysis of the literature on the existing practice of business tourism, and the results of the survey. The results of the study can be used by local entrepreneurs who are positioned in the catering service of the business tourism segment, as well as directly with business event organizers.

Keywords: business tourism; MICE tourism; catering services; business breakfast; gala dinner; conference; business lunch; business meeting

For citation: Artemyev, A. M., Sabitova A. R. (2019), Characteristics of catering for business events, Research Result. Business and Service Technologies, 5(1):3-10, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-1-0-1

Введение. Согласно А. Маслоу, физиологические потребности являются наиболее сильными и неотложными, их неудовлетворение приводит к разрушению всего организма (Анатомо-физиологические потребности человека, 2019). Среди основных физиологических нужд можно выделить потребность в еде. Поэтому так важно уделять ей особое внимание. Про-

цесс приёма пищи включает в себя не только собственно блюда, но и то, как они подаются, в какое время и в каком количестве. Факторов, влияющих на ассортимент, способ приготовления, форму организации приема пищи и т.д., в целях рационального питания достаточно много. При этом соответствие типа питания рангу и виду мероприятия не менее важно, чем dress-code

участников данного мероприятия. Как неправильно и неуместно будет угощать приглашённых на день рождения в вечернее время (время ужина) закусками (снеками), так неверно в качестве завтрака предлагать туристам в пешем походе тяжёлую жирную пищу.

Особенные требования предъявляются и к организации питания во время деловых мероприятий, поскольку, хоть и косвенно, но она существенно влияет на успех того или иного делового мероприятия (будь то организация кофе-брейков, обедов или гала-ужинов для участников). Возможность дополнительного общения в неформальной обстановке во время приема пищи позволяет во многих случаях установить контакты с потенциальными партнёрами, решить или предварительно обсудить текущие проблемы.

Авторы рассматривают этот вопрос на примере делового туризма как одного из наиболее динамично развивающихся секторов туристской деятельности. При этом решается ряд задач, связанных с учетом особенностей различных видов деловых мероприятий, выявлением факторов, влияющих на выбор типа питания, меню, формы организации и др. В частности, необходимо:

- 1) определить роль питания при проведении деловых мероприятий;
- 2) выявить отличительные характеристики деловых мероприятий;
- 3) рассмотреть возможные типы питания на деловом мероприятии;
- 4) определить факторы, влияющие на выбор конкретного типа питания деловых туристов.

Все обозначенные выше задачи вытекают из поставленной изначально **цели исследования** – выявление особенностей организации питания во время деловых мероприятий.

Деловой туризм включает в себя организацию деловых поездок (corporate travel), а также проведение корпоративных мероприятий и встреч (MICE-Tourism) (Александрова, 2002: 376). MICE-

индустрия в обычном понимании включает в себя организацию встреч, поощрительных мероприятий, конференций, конгрессов, выставок и других видов деятельности, связанных с деловыми событиями. При этом каждое из мероприятий подразумевает предоставление питания участникам (организаторам и приглашённым).

Любое мероприятие с точки зрения организаторов можно рассматривать как проявление гостеприимства (Deynichenko et al., 2015). Видимо, здесь и следует искать подходы к грамотной организации приема и питания гостей. Идеология гостеприимства восходит к библейским временам, когда люди давали приют путникам, делились хлебом и кровом с незнакомыми людьми (The Role of Food ..., 2019). И сейчас, в том числе и в нашем случае, прием пищи – это не только насущная потребность в утолении голода, это, своего рода, ритуал, позволяющий получить полезную информацию, наладить связи, объединить людей. Расходы на питание во время деловых мероприятий являются одной из существенных и необходимых статей затрат на их организацию.

Помимо коммуникативной функции, питание во время мероприятий выполняет также стимулирующую и поощрительную функции. Хозяева (организаторы) семинаров, конференций, приглашая большое количество участников (гостей), обычно презентуют свой новый продукт (услугу) с целью поддержки его распространения или приобретения приглашенными гостями. Поэтому, помимо хорошей и информативной презентационной части, проявление законов гостеприимства и угощение присутствующих являются важными элементами любого делового мероприятия. Если все гости (участники) уходят довольными, значит мероприятие прошло успешно и следует ожидать, что все вложенные в продукт (услугу) затраты будут оправданы.

Материалы и методы. При проведении исследований осуществлялся анализ

литературы по существующей практике бизнес-туризма с использованием методов обобщения, сравнения и систематизации теоретических данных. Кроме того, авторами данной работы было проведено анкетирование sales-менеджеров отелей города Алматы разных категорий. Целью проведённого анкетирования было выявление наиболее востребованных типов питания на деловых мероприятиях.

Охваченная аудитория: два 5-звездных отеля, четыре 4-звездных отеля и

четыре 3-звездных отеля в городе Алматы, пользующихся устойчивой популярностью. Даты проведения анкетирования: 20- 22 февраля 2019 года.

Тема проведённого анкетирования: «Наиболее востребованный тип питания при проведении деловых мероприятий». Предложенные респондентам вопросы и варианты ответов на них представлены в таблице.

Таблица

Анкета (составлено авторами)

Table

A questionnaire (developed by authors)

Вопросы	Варианты ответов
1. Укажите наиболее загруженный деловыми мероприятиями сезон в вашем отеле:	А) Зима Б) Весна В) Лето Г) Осень
2. Какой тип питания во время делового мероприятия заказывался большее количество раз за предыдущий период?	А) Бизнес-завтрак Б) Кофе-брейк В) Бизнес-ланч (фуршетная линия / порционный) Г) Ужин / Гала ужин
3. Какой тип питания обычно заказывают при большом количестве людей?	А) Бизнес-завтрак Б) Кофе-брейк В) Бизнес-ланч (фуршетная линия / порционный) Г) Ужин / Гала ужин
4. При прохождении мероприятия с 10 утра до 4 часов дня обычно предпочитают заказывать?	А) 2 кофе-брейка Б) Бизнес-ланч В) 1 кофе-брейк и 1 бизнес-ланч
5. Какой тип питания наиболее выгоден для организатора делового мероприятия (хозяина мероприятия)?	А) Бизнес-завтрак Б) Кофе-брейк В) Бизнес-ланч (фуршетная линия / порционный) Г) Ужин / Гала ужин

Результаты исследования и их об-суждение. По результатам анкетирования были выявлены основные типы питания,

пользующиеся наибольшей популярностью во время деловых мероприятий.

Результаты проведённого анкетирования отражены на рис. 1, 2 и 3.

Респонденты: sales-менеджеры 5* отелей

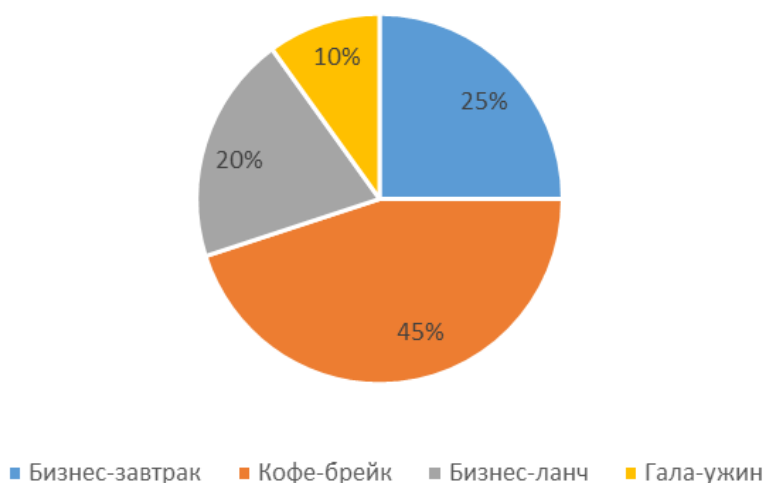


Рис. 1. Соотношение наиболее востребованных типов питания при проведении мероприятий делового формата в 5 отелях Алматы (составлено авторами)*

Fig. 1. Correlation of the most popular types of food at business events in 5 hotels of Almaty city (developed by authors)*

Респонденты: sales-менеджеры 4* отелей

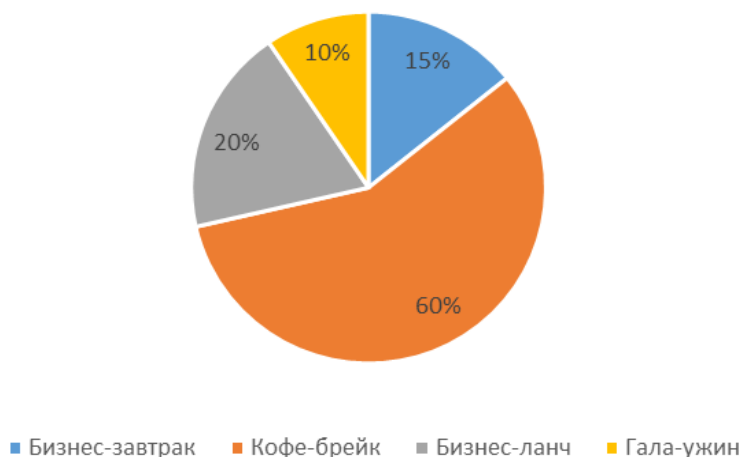


Рис. 2. Соотношение наиболее востребованных типов питания при проведении мероприятий делового формата в 4 отелях Алматы (составлено авторами)*

Fig. 2. The most popular types of food at business events in 4 hotels of Almaty city (developed by authors)*

Респонденты: sales-менеджеры 3* отелей

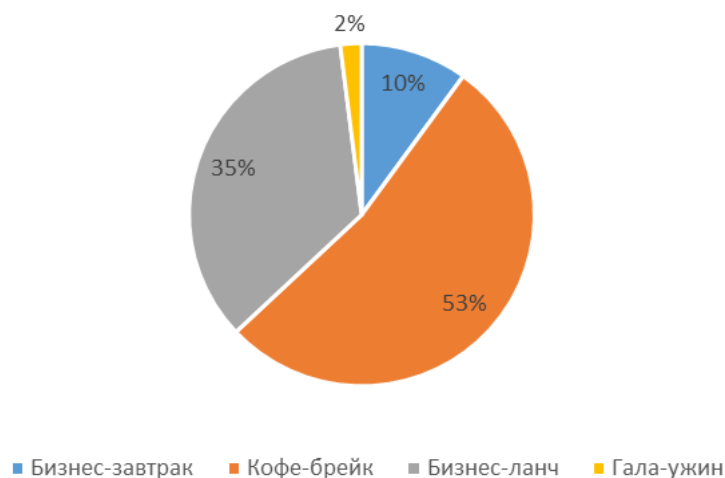


Рис. 3. Соотношение наиболее востребованных типов питания при проведении мероприятий делового формата в 3* отелях Алматы (составлено авторами)

Fig. 3. The most popular types of food at business events in 3* hotels of Almaty city (developed by authors)

Как показало исследование, наиболее востребованным типом питания во всех рассматриваемых категориях отелей являются кофе-брейки. Кофе-брейк – это короткий перерыв в течение рабочего дня, во время которого люди обычно выпивают чашку кофе или чая (Word definition, 2019).

Бизнес-завтраки пользуются популярностью (25% респондентов) в 5* отелях и почти не востребованы (10% респондентов) в 3* отелях. Бизнес-завтрак – это неформальная встреча во время специально организованного завтрака или обеда, организуемая для знакомства участников конгрессных мероприятий между собой (Word definition, 2019).

Бизнес-ланч как тип питания оказался наиболее востребованным в 3* отелях (35% респондентов) и менее – в 4* и 5* отелях (20% респондентов). Бизнес-ланч – это обед (обычно в ресторане), во время которого обсуждаются важные деловые моменты (Word definition 2019).

Отели категории 4* отметили как наиболее выгодный с точки зрения заказчика бизнес-завтрак. То есть, средняя сто-

имость завтрака в 4* отелях меньше стоимости остальных типов питания. Примечательно то, что гала-ужины не были выбраны представителями ни одного из принявших участие в исследовании отелей, ни как самый востребованный при многочисленном составе приглашённых, ни как самый выгодный для заказчика тип питания.

Дополнительно в ходе исследования было установлено, что востребованность того или иного типа питания при организации деловых мероприятий зависит от следующих факторов:

- 1) времени проведения мероприятия;
- 2) длительности мероприятия;
- 3) количества приглашённых участников.

Время проведения мероприятия (дневное, обеденное или вечернее) напрямую влияет на тип питания, который будет предложен приглашённым участникам. При встречах в утреннее время обычно накрывают бизнес-завтраки. В обеденное время предлагаются ланчи, в вечернее время организуются ужины или гала-ужины (Bradley, 2016: 144).

Деловые мероприятия в зависимости от типа могут быть также разной продолжительности (Ваннесте, 2016: 174). При длительности деловых мероприятий до 3 часов присутствующим обычно предлагается 1 кофе-брейк. Если мероприятие запланировано на полный день, как правило, накрывается утренний кофе-брейк, обед и послеобеденные кофе-брейки. Во время воркшопов, которые организуются чаще всего в вечернее время, накрывается ужин в виде фуршетной линии. Порционная или фуршетная подача меню зависит от количества приглашённых участников мероприятия.

Шведский стол обычно организуется на больших деловых мероприятиях, с широкой аудиторией – более 50 человек. Этот вариант хорош тем, что не требует большого количества обслуживающего персонала и предоставляет большой выбор блюд на любой вкус. Стандартно шведский стол включает: 12 видов салата, 1 вид супа, рыбные, мясные, овощные блюда и нарезки, 2 вида гарнира, 4 варианта десерта.

Следует учитывать, что предпочтения иностранных деловых туристов отличаются от предпочтений местного населения. Иностранные гости предпочитают комплексные обеды с банкетным обслуживанием и последовательной подачей фиксированных блюд (Focus on Catering Book, 2009: 64).

Преимущество фуршетов заключается в предоставлении возможности приглашённым гостям передвигаться и охватывать большее количество людей для совместной беседы. Фуршеты проще в обслуживании, так как не требуют такого штата официантов, как гала-ужин с банкетной рассадкой. Но и расход продуктов на фуршете больше, чем на гала-ужине с фиксированным меню из 6 блюд.

Самыми распространёнными ошибками при организации деловых банкетов и фуршетов являются:

1) неправильный расчет количества еды и объема подаваемых порций. Резуль-

тат – голодные гости (или наоборот – много несъеденных блюд);

2) непродуманная рассадка – на гала-ужине за столом рядом оказываются конкуренты, недруги, которые по собственной воле никогда бы не сели за стол рядом;

3) игнорирование индивидуальных предпочтений аудитории – меню для мясоедов не смогут оценить вегетарианцы или постящиеся и наоборот (Деловой банкет..., 2019).

При заказе меню для планируемого делового мероприятия организаторы сталкиваются с рядом правил:

1) между рестораном/отелем/кейтеринговой компанией и клиентом подписывается договор, содержащий детальные условия, касающиеся предоставления питания гостям;

2) заключительное меню должно быть полностью обговорено и одобрено как минимум за неделю до даты события, итоговый результат будет отображаться в приложении к договору;

3) в случае отмены мероприятия/сокращения количества приглашённых участников необходимо заблаговременно предупредить поставщиков услуг, в случае несвоевременного предупреждения налагаются штрафы, прописанные в договоре (Погодин, Баянова, 2018: 126).

Следует также обратить внимание на то, что отели, как правило, не разрешают ввоз чужого питания на свою территорию. Это связано с высокой степенью риска отравления людей при работе с непроверенными поставщиками. Чтобы избежать распространения плохой репутации об отеле, топ-менеджеры запрещают ввоз на его территорию питания, приготовленного вне отеля (Гуккаев, 2004: 153).

Заключение. В ходе исследования было установлено, что организация питания при осуществлении деловых мероприятий играет значительную роль в обеспечении их конечной эффективности, выполняя коммуникативную, стимулирующую и поощрительную функции.

Результатами исследования можно считать выявление основных факторов, влияющих на выбор того или иного типа питания: времени проведения мероприятия, длительность планируемого мероприятия и количество приглашённых участников.

Тем не менее, проведённое анкетирование показало, что на востребованность того или иного типа питания, помимо выявленных факторов, влияет категоричность отеля. Согласно полученным результатам анкетирования мы видим, что если кофе-брейки пользуются высокой популярностью вне зависимости от категории отеля, то по другим видам организации питания имеют место существенные различия в приоритетах в зависимости от категории отеля.

В заключение отметим так же, что еда – это не просто еда, это – возможность установить связь. Не зря бытует поговорка «Натощак и песня не поётся». Сытые и довольные люди гораздо быстрее идут на контакт и более благоприятно воспринимают новую информацию, а это отражается на увеличении эффективности проведения мероприятия.

Информация о конфликте интересов: автор(ы) не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: author(s) have no conflict of interests to declare.

Список литературы

Александрова А. Ю. Международный туризм. М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.

Анатомо-физиологические потребности человека. URL: <http://www.kak-bog.ru/fiziologicheskie-potrebnosti-cheloveka> (дата обращения 15.02.2019).

Гуккаев В. Б. Реализация услуг предприятиями общественного питания. Бухучет и налоги в торговле и общепите, 2004. – 153 с.

Деловой банкет, фуршет или как накормить участников конференции. URL: <https://eventmarket.ru/delovoy-banquet-furshet-ili-kak-nakormit-uchastnikov-konferentsii/> (дата обращения 17.02.2019).

Погодин К. С., Баянова Л. Е. Кейтеринг. Мировой опыт: Эксмо, 2018. – 126 с.

Bradley, A. (2016), *Cooking for Profit Catering and Food Service Management*, Forgotten Books, 326 p.

Deynichenko, G. V., Kolesnichenko, T. A., Dyatchenko K. A. (2015), Outsourcing as a tool of modern development of supply at industrial enterprises, Сетевой научный журнал Научный результат. Серия Технологии бизнеса и сервиса. Т.1, № 4 (6).

Focus on Catering Book (2009), ELI Publishing, 64 p.

The Role of Food and Beverage in Meetings and Events. URL: <https://www.socialtables.com/blog/catering/role-food-and-beverage> (дата обращения: 02.02.2019).

Vanneste, M. (2016), *Business Event Architecture*, London, Ridero, pp. 173-175.

Word definition. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/coffee-break> (дата обращения 01.02.2019).

Word definition. URL: <https://www.thefreedictionary.com/business+lunch> (дата обращения 01.02.2019).

Word definition. URL: https://normative_reference_dictionary.academic.u/ (дата обращения 01.02.2019).

References

Aleksandrova, A. U. (2002), *Mezhdunarodnyi turizm* [International tourism], Aspekt, Moscow, Russia.

Anatomical and physiological human needs (Online), available at: <http://www.kak-bog.ru/fiziologicheskie-potrebnosti-cheloveka> (Accessed 15 February 2019).

Bradley, A. (2016), *Cooking for Profit, Catering and Food Service Management*, Forgotten Books.

Business banquet, buffet or how to feed the conference participants (Online), available at: <https://eventmarket.ru/delovoy-banquet-furshet-ili-kak-nakormit-uchastnikov-konferentsii/> (Accessed 17 February 2019).

Deynichenko, G. V., Kolesnichenko, T. A., Dyatchenko K. A. (2015), Outsourcing as a tool of modern development of supply at industrial enterprises, *Scientific Result. Technologies of business and service*, V. 1, no (6).

Focus on Catering Book (2009), ELI Publishing.

Gukkayev, V. B. (2004), *Realizaciya uslug predpriyatiyami obshchestvennogo pitaniya* [The implementation of catering services], Buchuchet I nalogi v torgovle, Moscow, Russia.

Pogodin, K. S. and Bayanova, L. I. (2018), *Keitering. Mirovoi opyt* [Catering. World practice], Eksmo.

The Role of Food and Beverage in Meetings and Events (Online), available at: <https://www.socialtables.com/blog/catering/role-food-and-beverage> (accessed 02 February 2019).

Vanneste, M. Business Event Architecture (2016), Ridero, London.

Word definition (Online), available at: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/coffee-break> (Accessed 01 February 2019).

Word definition (Online), available at: <https://www.thefreedictionary.com/business+lunch> (Accessed 01 February 2019).

Word definition (Online), available at: <https://normative-reference-dictionary.academic.ru/> (Accessed 01 February 2019).

ДААННЫЕ ОБ АВТОРАХ:

Артемьев Александр Михайлович, зав. кафедрой рекреационной географии и туризма, кандидат технических наук

Сабитова Алия Рахимкызы, магистрант 2 курса кафедры рекреационной географии и туризма

Alexander M. Artemyev, Head of the Department of Recreational Geography and Tourism, PhD

Aliya R. Sabitova, 2nd-year Master's Degree Student, Department of Recreational Geography and Tourism.