

Алиева Ж.Н., Фархатұлы М.

**Кейтеринг
Алматы қаласындағы
тамақтану индустриясының
жаңа бағыты ретінде**

Қазіргі уақытта тамақтандыру индустриясында өсіп жатқан бәсекелестік көптеген азық-түлік мекемелерінің трансформациясына алып келді. Осыған орай, клиенттерге қызмет көрсетудің жаңа формалары пайда болуда. Осы қызмет көрсету түрінің бірі кейтеринг болып табылады. Мақалада кейтеринг Алматы қаласы тамақтандыру индустриясының жаңа бағыты ретінде қарастырылады. Сонымен қатар кейтеринг түсінігі, түрлері және оның даму мүмкіндігі көрсетіледі. Зерттеу негізінде Алматы қаласы нарығында кейтеринг қызмет көрсетуден жетекші мекемелердің анализі жүргізілді.

Түйін сөздер: кейтеринг, тамақтандыру индустриясы, бәсекелестік, банкеттік зал, фуршет.

Aliyeva Zh.N., Farhatuly M.

**Catering as a new direction of
food industry in Almaty city**

Nowadays, the increasing competition in the food industry has led to the transformation of many food establishments. According to, there are more and more new forms of customer service. One of these forms is catering. The article catering regarded as a new trend of food industry of Almaty. Disclosed concepts, types of catering, as well as the possibility of its development. On the basis of research analyzed the leading institution of catering service in the market of Almaty.

Key words: catering, food industry, competition, banquet hall, buffet.

Алиева Ж.Н., Фархатұлы М.

**Кейтеринг как новое
направление индустрии
питания города Алматы**

В настоящее время возрастающая конкуренция в индустрии питания привела к трансформации многих пищевых заведений. В связи с этим возникают все более новые формы обслуживания клиентов. Одной из таких форм является кейтеринг. В статье кейтеринг рассматривается как новое направление индустрии питания города Алматы. Раскрываются понятия, виды кейтеринга, а также возможности его развития. На основе исследования проведен анализ лидирующих заведений по кейтеринг-обслуживанию на рынке города Алматы.

Ключевые слова: кейтеринг, индустрия питания, конкуренция, банкетный зал, фуршет.

**КЕЙТЕРИНГ АЛМАТЫ
ҚАЛАСЫНДАҒЫ
ТАМАҚТАНУ
ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ
ЖАҢА БАҒЫТЫ
РЕТІНДЕ**

Кіріспе

Кейтеринг-индустрияның әлемдік нарығы ХХ ғасырдың басында АҚШ-та қарқынды дами бастады. Бұл идея бір мезгілде Еуропа және АҚШ-тың ірі өндірістік мекемелерінің қызметкерлері мен бизнес-орталықтардың кеңсе жұмысшыларын тамақтандырумен қамтамасыз ету құралы ретінде өрістей түсті. Бұл тамақтандыру түрі жұмыс күнін эффективті ұйымдастыру үшін қолданды.

Кейтерингті ең алғаш ойлап тапқан әйгілі француздық метрдотель Франсуа Ватель. Ол өз кезегінде Людовик XIV құрметіне арналған, Конде ханзадамен ұйымдастырылған қабылдауға тікелей жауапты болған. Людовик XIV патшаның кезінде тамақтану түсінігінде үлкен өзгерістер орын алды. Содан кейін ұлы француз тағамдарының және аспаздық стилінің негізі қаланды. Жаңа стиль тек тәрелке ішіндегісімен ғана ерекшеленбеді. Сонымен қатар, сервировка, ыдыс-аяқ орналасуы, тағамдарды ұсыну ретімен ерекшеленді. Бұл аспаздық стиль талғампаздықтың белгісіне айналды [1].

Кейтеринг уақыт өте келе атақты бола бастады. Жеке меншіктер – үй жанындағы көкке шығу, сондай-ақ корпоративтіктер – кофе-брейктер, фуршеттер, кеңседегі банкеттер жиі қолданыста болды.

Кейтеринг қазіргі таңда әлем бойынша жетекші орын алады, бизнестің жаңа түрі, рестораторлардың айтуынша сыртқа шығып тамақтандыру орындары күнен күнге көбейіп келе жатқанын айқындайды.

Кейтеринг – «азық-түлікпен қамдау» – клиенттің қалауы бойынша кез келген орында сыртқа шығып мейрамханалық қызмет көрсету. Мұндай қызмет көрсету ерекшелігі – клиенттің мейрамхана баруы емес, керісінше мейрамхананың өзі клиентке барады.

Зерттеу барысы. Жаңа бизнес бастамасы үшін кейтеринг нарығы тиімді болып келеді: алғашқы инвестицияны аз қажет етеді, кеңсе немесе ұйым орталығында асхана ашу үшін 70 мың доллар қажет. Салған салымның өзін-өзі ақтауы 1-1,5 жыл. Дайын түскі астарды жеткізу тіпті алғашқы инвестиция мөлшерінің аз болуын қамтамасыз етеді. Кейтеринг зерттеушілерінің

айтуынша кейбір алғашқы бастаушылар тамақ дайындап, жеткізуді өз пәтерлерінен бастаған.

Қазіргі кездің өзінде кейтерингтің әлемдік деңгейде ғаламтор желісінде 150-мыңға жуық сайттары жұмыс жасайды. Осы сайттар кейтеринг жұмыстарының жүруінің басты жарнамасы болып табылады. Мейрамханалар саны жылдан жылға күн санап өсуде, оларға келетін клиенттердің саныда көп, себебі тиімді баға, жұмыстағы адамдардың уақытын үнемдеуге септігін тигізеді. Бірақ бұл сала Алматы қаласында, Батыс елдеріндегідей жоғары дәрежеде дамымаған, дегенменде тамақтану мекемелерінің дамуын қарастыруда [2].

Тамақтану индустриясында күрделі процестер болып жатыр, оның ішінде кейтеринг үлкен серпіліске ие. Бұл өз кезегінде Алматы қаласындағы кейтерингке әсер етуде.

Алматы қаласының нарығы кейтерингтің негізгі екі сегментін бөліп көрсетеді:

- сыртқа шығу арқылы қызмет көрсету;
- стационарлы қызмет көрсету, компания және ұйым қызметкерлерін күнделікті тамақтандыру.

Мейрамханада сыртқы қызмет көрсетудің ең тиімді жолы рентабельділік болып табылады, ол 25-30% жетеді. «Алматы кейтеринг» компаниясының менеджері Гүлнар Абдулайқызының айтуынша мейрамханадағы орташа есеп бағасы бір адамға шаққанда 30-65 долларын құрайды екен, ал корпоративті нарықта 7-9 доллар. Бірақ корпоративті тамақтану күніне сонда 4-6 мың адам.

Алматы қаласында сыртқа шығып тамақтандыру жоғарғы көрсеткішті көрсетеді. Оларға: кеңсе жұмысшылары, мемлекеттік мекемелер, аурухана, әскери бөлімшелер т.б жатады. Мамандардың айтуы бойынша, кейтеринг бірнеше түрде болады:

- дайын түскі асты жеткізу;
- тапсырушы алаңында тамақтандыру мекемелерін басқару;
- сыртқа шығып қызмет көрсету;
- банкеттер мен фуршеттерді ұйымдастыру.

Айтылған айырмашылықтарына қарамастан, бұл нарықтың сегменттері арасында ортақ нәрсе көп, сондықтан кейтерингтік фирмалардың көбісі барлығымен бірдей немесе тек бір бағытта ғана жұмыс істейді. Мысалы, банкет пен фуршеттерді, корпоративті мейрамдарды ұйымдастыру мейрамханаларға 25 мың долларға дейін пайда әкеле алады, бірақ бұл жерде үлкен бәсекелестік бар [3].

Кейтеринг бизнесінің басқа бағыты – фирма, мекеме немесе білім орындарының қызметкер-

лерін күнделікті тамақтандырумен қамтамасыз ету. Бұл бизнес айына шамамен 18 мың доллар пайда әкеле алады. Бұл нарық сегментінде жұмыс істейтін компаниялар тапсырушы компаниялар офисінде кафе ашады немесе ол жерге дайын ыстық тамақты жеткізіп береді. Мамандардың айтуы бойынша, корпоративті тамақтандыру нарығы одан да әлеуетті, өйткені қазіргі кезде көптеген фирмалар өздерінің қызметкерлерін жұмыс уақыты кезінде дайын ыстық тамақпен қамтамасыз етуді жөн көріп отыр. Толық тамақтандыруды ұйымдастыру бүгінгі күні жалдамалы жұмысшылар әлеуметтік саласының міндетті бөлігі ретінде қарастырылады.

«Алматы кейтеринг» компаниясының менеджері Гүлнар Абдулайқызының сараптамасына жүгінсек бизнес орталықтардағы түскі астың орташа бағасы 7-9 доллар, жеке компанияларда 4-6 доллар, алайда түскі асты 3 доллар етіп беретін компаниялар да бар. Бірақ мамандардың ескертуі бойынша, 3 долларға сапалы түскі асты қамтамасыз ету мүмкін емес. Ондай бағаны тек азық-түлікте үнемдеген кезде ғана алуға болады. Шынында да, сапалы шикізатты ол ақшаға алу мүмкін емес. Ерекшелік ретінде тек 1000 адамға қызмет көрсететін ірі тамақтандыру мекемелері бола алады. Олардың масштабы әрдайым мен ауыспалы болатын шығындарды басуға мүмкіндік береді [4].

Кейтерингтік компаниялардың бір ерекшелігі – олардың мобильді және иілгіш болуы. Өйткені жаңадан келгендердің басым бөлігі үшін дамуы кезінде кедергі болатын логистика болып табылады. Кейтерингтік компаниялар іс шараларды кіші отбасы кешін де, мың адамға арналған кештерді де ұйымдастыруы тиіс. Жетістікке жету үшін кейтерингтік компаниялар тұтынушылар тапсырысының өзгерістеріне тез әрекет етуі керек. Мысалы, соңғы кезде су тамақ түрлерін қолдайтын адамдар саны көбейді. Оларға кейтеринг операторлары диеталық тамақтар тізімін жасайды. Одан басқа, тұтынушыларды жоғалтпау үшін, тәжірибиелі провайдерлер «кейтерингтік шаршаумен» соғысуы тиіс. Ол мәзірдегі тамақтар көп уақыт бойы өзгермегенде пайда болады. Тұтынушы басқа жеткізіп берушіге кетіп қалмау үшін кейтеринг компаниялары циклдік мәзірді қолдануы қажет. Ол белгілі бір уақыт өткеннен кейін қайталанып тұрады. Сонымен қатар, кейтеринг агенттіктері көрсетілетін қызмет түрлерін кеңейту керек [5].

Алматы қаласының кейтерингтік қызметін тұтынушылардың негізгі бөлігін корпоративті клиенттер құрайды, олардың үлесі 70%, ал жеке клиенттердің үлесі 30% құрайды.

Алматы қаласы тамақтандыру индустриясында кейтеринг бойынша қызмет көрсететін мекемелердің үздік бестік тобы суретте көрсетілген.

Алматы қалалық кейтеринг нарығында қазіргі кезде көшбасшы «Алматы кейтеринг» компаниясы, стационарлы тамақтандыру бойынша 5 мың адамды қамтамасыз ететін компания болып табылады. Екінші позицияны «Velvet» компаниясы иеленеді, мұнда күніне 3,5 мың адам тамақтанады. Сонымен қатар Алматы қаласының кейтеринг нарығының үздік 5-тігіне: «Долина роз», «Уют», «Той дәмі» кіреді. Олар 1,5 мың немесе 3 мың адамға қызмет көрсетеді.

Қорытынды

Жоғарыда аталып өткен негізгі шешімдері ретінде:

– әлемдік және алматылық нарықта қазіргі кезде кейтеринг саласы өсуі байқалады;

– әлемде кейтеринг өсуі 13% қамтиды, ал Алматы қаласының нарығында кейтеринг саласы жылына 15-20% өсу үстінде.

Кейтеринг өсу бағыты бойынша АҚШ – 97%, Ресей – 30%, ал Қазақстанда – 20% құрайды. Қазақстан нарығы ішінде Алматы қаласындағы кейтеринг оң бағытта қалыптасуда. Оның негізгі дәлелі ұйымдастырушы мен тұтынушы бар және бәсекелестік күн санап өсіп келеді.

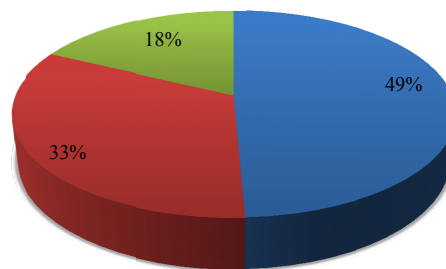
Кейтерингтің артықшылықтары:

– Ерекше икемділігі. Сіз мерекелік шараны кез-келген жерде өткізе аласыз: банкеттік залда, теплоходтың жоғарғы палубасында, теннис және тікұшақ алаңдарында, театр фойесінде т.б.;

– Жинақталған қызметтер. Сіздің талғамыңыз бен қаржылық мүмкіндігіңізге байланысты жекелеген мәзір, ерекше мерекелік бағдарлама, әсем интерьер ұсынылады.

Жоғарыда айтылғандарды қорытындылап, кейтеринг нарығы тамақтандыру индустриясында үлкен мүмкіншіліктеріне ие. Кейтеринг қызметтерінің нарығы бизнестің өте перспективті бағыты болып табылатынына айқын көз жеткізуге болады. Алматы қаласындағы әр түрлі мемлекеттердегі кейтеринг қызметтерінің жылдық өсімін салыстырғанда, мамандар кейтерингтік қызмет көрсетушілердің жаңа операторларының кіруін ескереді және әрі қарай қызмет көрсету жоғарылайтынын болжамдайды.

■ Алматы кейтеринг ■ Velvet ■ Долина роз, Уют, Той дәмі.



Сурет – Алматы қаласы нарығында кейтеринг бойынша қызмет көрсету жағынан көш бастап тұрған мекемелер [6]

Әдебиеттер

- 1 История кейтеринга. <http://cateringspb.ru/home/istoriya-keyteringa/>
- 2 Васильев И. Выездной ресторан – наиболее прибыльный вид кейтеринга. – М.: Ресторанные ведомости, 2010. – 25 с.
- 3 Нугамерова Г.Э. Кейтеринг в ресторанном бизнесе: динамика и тенденция развития. <http://www.rae.ru/forum2012/184/132>
- 4 Эрдош Д. Кейтеринг. Как успешно вести выездной ресторанный бизнес. – М.: Альпина Бизнес Бокс, 2010. – 47 с.
- 5 Григорьева А. Кейтеринговые факторы // Ресторанные ведомости, 2008. – 17 с.
- 6 Кейтеринг в Алматы. <http://www.kps.kz/almaty/uslugi/keytering>

References

- 1 Istorija kejteringa. <http://cateringspb.ru/home/istoriya-keyteringa/>
- 2 Vasil'ev I. Vyezdnoj restoran – naibolee pribyl'nyj vid kejteringa. – М.: Restorannye vedomosti, 2010. – 25 s.
- 3 Nugamerova G.E. Kejtering v restorannom biznese: dinamika i tendencija razvitija. <http://www.rae.ru/forum2012/184/132>
- 4 Jerdosh D. Kejtering. Kak uspesjno vesti vyezdnoj restorannyj biznes. – М.: Al'pina Biznes Boks, 2010. – 47 s.
- 5 Grigor'eva A. Kejteringovye faktory // Restorannye vedomosti, 2008. – 17 s.
- 6 Kejtering v Almaty. <http://www.kps.kz/almaty/uslugi/keytering>