

Класифікація кейтерингових послуг

Основні вимоги щодо роботи суб'єктів господарської діяльності, що здійснюють діяльність на території України у сфері ресторанного господарства, закріплено в Правилах роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства № 219, розроблених відповідно до Законів України «Про захист прав споживачів» і «Про безпечність та якість харчових продуктів». Оскільки в ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація», кейтеринг віднесено до підприємств ресторанного господарства, Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства № 219 поширюються і на діяльність підприємств кейтерингу. Зокрема, до основних вимог, наведених в правилах і які безпосередньо мають виконуватися підприємствами кейтерингу, чи ресторанами, які надають послуги кейтерингу, відносять:

- + розрахунки за продукцію й надані послуги в закладах ресторанного господарства здійснюються за готівку та/або в безготівковій формі із застосуванням реєстраторів розрахункових операцій або зареєстрованих у встановленому порядку розрахункових книжок;
- + при прийманні попереднього замовлення на обслуговування суб'єкти господарської діяльності зобов'язані гарантувати виконання його замовлення в узгоджені із замовником строки;
- + усі працівники, зайняті в ресторанному господарстві, повинні мати особові медичні книжки, професійну спеціальну освіту та повинні бути забезпечені на робочих місцях технологічними картами;
- + на торговельно-технологічне обладнання, інвентар і посуд суб'єкт господарської діяльності повинен мати сертифікат відповідності;
- + при виготовленні продукції повинні дотримуватися технологічні режими виробництва продукції, визначених нормативною документацією (збірниками рецептур страв, кулінарних, борошняних кондитерських і булочних виробів, затвердженими в установленому порядку, державними стандартами, технічними умовами, а також Санітарними правилами);
- + забороняється встановлювати мінімум вартості замовлення й пропонувати споживачу обов'язковий асортимент продукції, а також виготовляти продукцію з продовольчої сировини, наданої замовником.

За ознакою «місце надання кейтерингових послуг» підприємства кейтерингу розподіляються залежно від наявності приміщень для організації кейтерингового обслуговування та побажань замовників кейтерингових послуг.

Кейтеринг у приміщеннях характеризується тим, що підприємець або група підприємців орендує або володіє приміщенням з банкетним залом і кухнею, де є усе необхідне устаткування для проведення різних заходів. Кейтеринг у приміщеннях є конкурентом традиційному банкетному обслуговуванню в ресторанах, де ця послуга є однією з основних поряд з послугою харчування. Водночас, значні накладні витрати зумовлюють досить високі ціни на цей вид кейтерингу, однак наявність приміщень для зберігання продуктів та інвентарю є його перевагою порівняно з іншими видами.

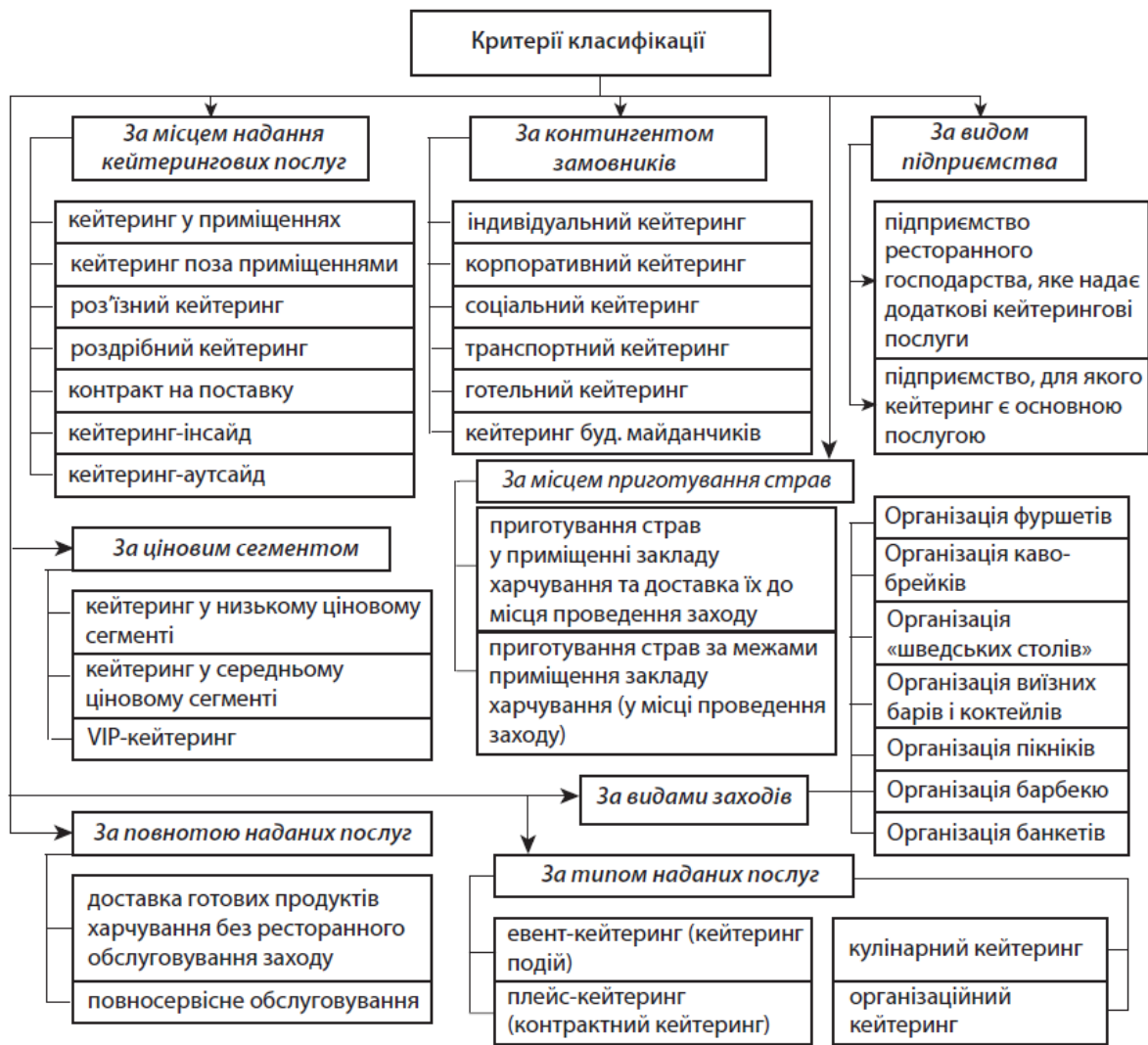
Кейтеринг поза приміщеннями характеризується тим, що обслуговування споживачів проводиться в місці, яке обирає замовник. Готова продукція готується або на місці проведення заходу, або у виробничих приміщеннях підприємства кейтерингу та доставляється власними або орендованими засобами до місця проведення заходу.

У разі роз'їзного кейтерингу використовуються пересувні, мобільні пункти харчування, де доводять до кондиції напівфабрикати високого ступеня готовності, і готова продукція відразу реалізується споживачам - замовникам кейтерингових послуг.

Роздрібний кейтеринг - це торгівля продуктами харчування (бутербродами, борошняними кондитерськими виробами, упакованими в целофанову плівку), а також прохолодними напоями під час проведення спортивних змагань, фестивалів, карнавалів тощо. Також до цього виду кейтерингу доцільно відносити гастрономічні відділи універмагів, універсамів, кулінарії або відділів із продажу й відпускання готових страв додому.

Контракт на поставку - вид кейтерингу, який полягає в оформленні угоди між постачальником і споживачем кейтерингових послуг (директором підприємства, школи тощо), як правило, оформлюється на певний термін. Існує кілька напрямків цього обслуговування: готування обідів в офісі клієнта, доставка напівфабрикатів з подальшим доведенням страв до готовності й подавання, доставка готових обідів в одноразовому посуді.

Кейтеринг-інсайд - організація банкетів і фуршетів у приміщенні постачальника кейтерингових послуг або замовника, а кейтеринг-аутсайд - це обслуговування заходів



Класифікація кейтерингу

Класифікаційна ознака «повнота наданих послуг» теж має значний вплив на облік та ціноутворення підприємства кейтерингу. За цією ознакою виділяють

два види кейтерингового обслуговування: доставка готових продуктів харчування (вид виїзного обслуговування, при якому підприємство кейтерингу бере на себе зобов'язання у виробництві та доставці страв, але не бере участі в обслуговуванні безпосередньо на місці) та повносервісне (вид виїзного обслуговування, при якому кейтерингова компанія повністю бере на себе зобов'язання з організації та обслуговування замовлення). У першому випадку кейтеринговій

компанії на балансі достатньо мати лише транспортний засіб, необхідний інвентар для приготування і зберігання страв і доставки їх до місця вказаного замовником. У разі повносервісного обслуговування спектр послуг, які надаються кейтеринговою компанією, значно ширший, зокрема: оформлення бенкету (скатертини, квіти, музика тощо), обслуговування кваліфікованим персоналом (офіціанти, флористи, музиканти тощо), організація процесу приготування їжі в місці проведення заходу (інвентар для приготування, зберігання, охолодження страв та напоїв тощо). Облік у разі повносервісного обслуговування повинен надавати інформацію управлінському персоналу про ефективність надання кожної з послуг, її впливу на вартість кейтерингового обслуговування, що дозволить виявити неефективні послуги, які вимагають реорганізації або передачі на аутсорсинг.

Ознака «контингент замовників» розмежує споживачів кейтерингових послуг. Індивідуальний кейтеринг вважається найпростішим, оскільки розглядається як початковий етап у бізнесі тих, хто хоче присвятити себе кейтерингу. Зазвичай це обслуговування різноманітних сімейних свят, є відносно недорогим і не потребує значних капіталовкладень.

Корпоративний кейтеринг - це обслуговування ділових зустрічей, презентацій, конференцій, семінарів, корпоративних вечірок тощо. Соціальний кейтеринг - послуги з організації харчування некомерційних організацій (притулків, лікарень, харчування військових і робітників інших некомерційних структур). Згідно із законами України оператори харчування можуть співпрацювати із соціальними закладами тільки у випадку перемоги на тендері, який організує профільне міністерство (чи служба) або департамент Міністерства охорони здоров'я. При цьому основним критерієм є ціна продуктів.

Транспортний кейтеринг - організація харчування на авіаційному, залізничному, морському, автомобільному транспорті, при організації регулярних перевезень співробітників компаній і споживачів транспортних послуг. Готельний кейтеринг - організація харчування мешканців готелів. Кейтеринг будівельних майданчиків – організація харчування будівельників, доставка продукції безпосередньо на об'єкти будівництва.

Підприємство кейтерингу одночасно може співпрацювати з різними групами споживачів, тому для визначення найпривабливішої групи в обліку доцільно відкривати аналітичні рахунки для формування інформації про витрати та фінансові результати за контингентом замовників. Також важливе значення класифікація кейтерингу за контингентом замовників має при створенні та сегментації клієнтської бази підприємства для виявлення перспективних клієнтів і скорочення часу на ухвалення замовлення у постійних клієнтів компанії, а також оперативного реагування на зміну кон'юнктури ринку. Клієнтську базу підприємства доцільно вести у вигляді електронного банку даних клієнтів, з відкриванням аналітичної картки на кожного клієнта, наприклад з інформацією про: контингент замовника, ПІБ, адресу, телефон, смакові переваги, частоту замовлень тощо.

Класифікаційна ознака «вид підприємства» має прямий вплив на організацію обліку послуг кейтерингу. Зокрема, якщо послуги кейтерингу надаються підприємством ресторанного господарства та є для нього додатковими, то необхідно в обліковій політиці розкрити елементи, які стосуються безпосередньо обліку кейтерингових послуг (методи оцінки вибуття запасів, методи нарахування амортизації основних засобів, які використовуються в кейтеринговому обслуговуванні, робочий план рахунків та ін.). Це дозволить раціоналізувати процес формування інформаційних ресурсів для управління підприємством ресторанного господарства, зосередити увагу на видах послуг, які приносять найбільший прибуток в системі бухгалтерського обліку.

Розподіл кейтерингу за такими ознаками класифікації, а саме: типом наданих послуг, видом заходу та місцем приготування страв залежить від матеріально-технічної бази підприємства (наявності виробничих приміщень, відповідного інвентарю, транспортних засобів та ін.), наявності відповідної кваліфікації та навичок у робітників які обслуговують різні заходи (для обслуговування фуршетів, «шведських столів», коктейлів тощо), можливості залучати (або створювати власні) студії декораторів, флористів, аніматорів.