

ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ НА ОРГАНІЗАЦІЮ НОВОРІЧНИХ СВЯТ У РЕСТОРАНИ

У статті акцентовано, що організація новорічних свят має свої особливості. Більшість замовників послуг використовують для цього ресторани, кафе. Адміністратори таких закладів можуть влаштувати для гостей новорічну вечірку у святково прикрашеній залі або ж організувати виїзд на територію замовника (кейтеринг). З кожним роком проведення такого заходу стає більш затратним. Особливостям планування та організації проведення новорічного свята присвячено цю статтю.

Ключові слова: планування, витрати, результати діяльності, ресторанний бізнес.

I. Вступ

У сучасних умовах розвитку підприємства створюють не тільки умови для ефективної виробничої діяльності, а й запроваджують корпоративну культуру сумісного відпочинку. Все більше фірм організують для своїх працівників корпоративні вечірки до різних свят. Найбільшим попитом щодо планування та організації користується замовлення на проведення Нового року. Підходи до планування розміру витрат на такі заходи в діяльності підприємства залежать від компетентності адміністратора ресторанного закладу та керівництва компанії.

У багатьох компаніях корпоративні свята влаштовують з визначеною метою: підбити підсумки діяльності за рік та зміцнити трудовий колектив на майбутнє. Керівництво кожної компанії прагне за допомогою таких заходів об'єднати колектив та зрозуміти настрій підлеглих щодо питань управління і розвитку на майбутнє. Колективні зусилля, дають змогу не тільки зміцнити бізнес середовища, а й зменшити загрози зовнішнього середовища, зробивши його непробивним ззовні. Організація та проведення таких колективних заходів вимагають дотримання встановлених правил. Вибір місця та програми проведення новорічних свят, загальна вартість витрат можуть вплинути на подальшу діяльність суб'єкта господарювання. Індустрія управління такими заходами в Україні ще залишається на етапі становлення, а наукові дослідження в цій сфері потребують поглиблення та адаптації до умов розвитку українського ринку.

II. Постановка завдання

Метою проведення цього наукового дослідження є розгляд можливих інновацій event-менеджменту в соціокультурному просторі ресторанного бізнесу України. Основними завданнями є аналіз сучасних тенденцій event-менеджменту в ресторанному біз-

несі України; розкриття ролі організації заходів у соціокультурному ресторанному просторі та характеристика рекомендованих до впровадження послуг, які приваблюють відвідувачів.

III. Результати

Організація свята для трудового колективу може бути різною – за тематикою, програмою, кількістю заходів тощо. Але створити атмосферу незабутніх вражень може сучасна індустрія розваг, в якій є високоякісна музична та світлова апаратура, сценічні конструкції, лазерні шоу, феєрверки. При цьому самі компанії-замовники щороку хочуть розмаїтості, справжнього незабутнього свята. Вартість корпоративного заходу залежить від асортименту продукції, терміну проведення та ціни послуг. Також витрати залежать від низки умов, у тому числі від типу та класу ресторанного господарства, місця розміщення тощо. Асортимент (перелік) власних страв, кулінарних, борошняних кондитерських, булочних виробів та напоїв власного виробництва, вихід і ціну однієї порції зазначають у спеціальному меню, яке визначено як новорічне. Крім цього, ресторани продає покупні товари – алкогольні та безалкогольні напої. Для залучення нових клієнтів працівники громадського харчування прагнуть дати можливість уже не тільки смачно поласувати улюбленими стравами, а й поринути в незабутню атмосферу відпочинку та затишку, створювати яку допомагають елементи дизайнерського інтер'єру: тропічні рослини, екзотичні квіти, живі фонтани, акваріуми з рибками та різною дивовижною живністю тощо. Витрати власників ресторанного бізнесу на створення таких декоративних елементів (наприклад, для ресторанів класу "люкс" це мають бути вишукані декоративні елементи, виготовлені на індивідуальне замовлення, що створюють єдність стилю, а також декоративні свічники, світильники, бра, а для ресторанів класу "вищий" – оригінальні декоративні

елементи високої художньої якості) впливають на цінову політику цих закладів.

Протягом останніх п'яти років бюджети компаній на корпоративні заходи значно зросли. Так, за \$3 000–5 000 можна організувати новорічне свято у звичайному ресторані. Але середня вартість програми святкових розваг для компанії зі штатом 300–350 ос. може дорівнювати \$35 000–6 000. Максимальний бюджет витрат на такі заходи може бути в 10–15 разів більшим.

Щоб платити такі суми за організацію святкових розваг, потрібні вагомі причини. Назвемо головні з них: на корпоративному святі зміцнюються внутрішні зв'язки всередині компанії, адже компанія – це єдиний моноліт з різними горизонтальними та вертикальними зв'язками, які впливають на успішне ведення бізнесу загалом. Так, внаслідок розширення компанії може збільшуватися кількість співробітників, які працюють на регіональних підприємствах і живуть автономно від головного офісу. Тому мета будь-якого корпоративного заходу – позиціонувати компанію й, зрозуміло, персонал у ній, як єдине ціле. Для компанії важливо, щоб атмосфера проведення свята спонукала працівників на більш якісний підхід до організації власної виробничої діяльності та покращення її результатів.

Отже, новорічні свята можна віднести до корпоративних заходів, які виражені не тільки в організації споживання продуктів харчування, а й проведенні в неформальній атмосфері спілкування з партнерами по бізнесу, друзями, колегами. У форматі ділових зустрічей та переговорів, які відбуваються в робочий час у робочій атмосфері, просто немає можливості побудувати або підтримувати звичайні товариські стосунки. Це можливо організувати під час новорічного свята.

Від керівництва підприємства потрібно лише всю організацію такого масштабного заходу, як корпоративне свято, перекласти на професіоналів. Для цього треба лише вчасно оплатити рахунок, узгодити всі правила проведення, а потім правильно відобразити витрати у податковому та бухгалтерському обліку. Витрати на такі корпоративні свята покриваються за рахунок прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства.

Фінансові служби повинні проконтролювати всі витрати, пов'язані з проведенням корпоративних новорічних свят, підтвердити їх первинними документами, зокрема:

- на оренду й оформлення зали (в тому числі придбання призів);
- на готування страв до святкового столу;
- на ресторанне обслуговування зали;
- на організацію розважальної програми тощо.

Крім цього, програмою свята може бути передбачене роздавання подарунків усім присутнім або у вигляді заохочення певним особам, а також розіграш призів під час проведення конкурсів. Це будуть додаткові витрати на придбання покупних товарів невиробничого характеру. Правильність оформлення списання цих товарів залежить від професіонального досвіду працівників бухгалтерії. На практиці вся організація святкового вечора керівництвом компанії покладена на суб'єкта ресторанного бізнесу, а для бухгалтерії достатньо акта виконаних послуг.

Тому саме від працівників ресторанного бізнесу компанія-замовник очікує якісних послуг та незабутніх вражень. При цьому самі суб'єкти ресторанного бізнесу повинні дотримуватися нормативних правил організації такого заходу, які наведені в Правилах, затверджених наказом Мінекономіки та європейської інтеграції від 24.07.2002 р. № 219. Але останнім часом набув популярності такий вид надання послуг ресторанного бізнесу, як кейтеринг.

Кейтеринг (від англ. catering; cater – поставляти провізію) – це сектор сфери громадського харчування, пов'язаний з наданням послуг у віддалених точках. Він включає надання послуг з організації харчування співробітників компаній і приватних осіб у приміщенні та на виїзді, а також обслуговування громадських заходів і роздрібний продаж готової кулінарної продукції.

На практиці під кейтерингом розуміють не тільки приготування їжі та доставку, а й обслуговування, сервірування, оформлення столу і зали тощо. Незважаючи на те, що кейтеринг набув поширення, окремо про нього не згадується в українській нормативній базі, що регулює діяльність підприємств громадського харчування. Але на практиці більшість українських замовників послуг використовують саме кейтеринг.

Зокрема, при виготовленні продукції власного виробництва треба дотримуватися технологічних режимів виробництва (сумісність продуктів, їх взаємозамінюваність, режим холодної та теплової обробки сировини тощо), визначених нормативною документацією (збірниками рецептур страв, кулінарних, борошняних кондитерських і булочних виробів, держстандартами, техумовами, а також Санітарними правилами). Щоб виконати всі умови правил організації банкету, треба це робити у приміщенні ресторану, а при необхідності можна подавати в іншому місці (за бажанням замовника).

Вимоги до переліку збірників рецептур наведено в додатку 1 до Методичних рекомендацій, затверджених наказом Мінекономіки та з питань європейської інтеграції від 17.06.2003 р. № 157, і в них немає особли-

востей щодо приготування страв в інших місцях (це навіть заборонено).

Українськими нормативними документами чітко визначено, що при використанні збірників рецептур страв і кулінарних виробів ресторани мають право робити такі процедури:

- замінювати (виключати) в рецептурах відсутні види продовольчої сировини і харчових продуктів (крім основних складових страви) або додатково включати їх у необхідних кількостях, не погіршуючи смакових властивостей страв (виробів). При цьому не допустимі порушення Санітарних правил, технологічного режиму виробництва продукції, погіршення споживчих властивостей та якості страв (виробів). Зміни до рецептур в обов'язковому порядку вносяться до технологічних і калькуляційних карт;
- з урахуванням попиту споживачів змінювати норми відпуску страв (виробів), у тому числі соусів і гарнірів, там, де це дозволяє технологія приготування.

Працівники кухні на робочих місцях повинні бути забезпечені технологічними картами, в яких зазначаються норми закладки продовольчої сировини на страви та технології їх приготування. Виконання всіх умов приготування власної продукції впливає на вартість. Особливістю ціноутворення в ресторанах є те, що до розрахунку ціни готових виробів та страв включають лише сировинну (матеріальну) складову за нормами сировини зі збірників рецептур з урахуванням нарахованої на неї торговельної націнки. Саме сума націнки повинна покрити накладні витрати закладу ресторанного бізнесу і забезпечити прибуток. Норматив щодо торговельної націнки державою не регулюється. Адміністрація ресторанів для того, щоб якісно організувати процес виробництва та правильно визначити собівартість власної продукції, використовує всі заходи щодо її зниження, тому на підприємствах ресторанного господарства повинна виконуватися логістична схема постачання сировини. Тобто для якісного отримання сировини повинен формуватися список потенційних постачальників, який постійно оновлюється та доповнюється. Цей перелік постачальників аналізується адміністрацією ресторану на підставі визначених спеціальних критеріїв. Так, часто при виборі постачальників не обмежуються ціною і якістю продукції, а й забезпечують систему надійності постачання в суворо визначені строки.

До інших критеріїв, які теж беруть до уваги при виборі постачальника сировини, можна зарахувати такі:

- віддаленість постачальника від споживача;
- терміни виконання замовлень;
- організацію управління якістю у постачальника;

- фінансове становище постачальника, його кредитоспроможність та ін.

Для регулювання ринку цін на власну продукцію та послуги кожне підприємство ресторанного бізнесу забезпечує підвищення своєї конкурентоспроможності шляхом покращення ефективності руху товарної продукції. Адміністрація цих закладів самостійно продумує технологічний процес випуску продукції і так організовує виробничі підрозділи, щоб зменшувати час на переміщення матеріальних та виробничих ресурсів, тобто змінює склад його виробничих підрозділів (ділянок, відділень, цехів), форми їх побудови, розміщення, зв'язків, які змінюються в часі і просторі. Запровадження нових видів реалізації послуг дає можливість розширити позиції на ринку.

Кейтеринг – це такий самий банкет (з усіма вимогами до нього і правилами документального оформлення), як і звичайний. Тільки процес приготування їжі та всі інші стадії підготовки і проведення банкету (прикрашення зали, сервірування столів, обслуговування гостей) розділені в просторі і часі. Готують на виробництві, в ресторані, а подають приготоване в тому місці, де скаже замовник.

З такими завданнями можуть впоратися не всі заклади ресторанного бізнесу. Є, наприклад, невеликі за обсягом виробництва ресторани, але вони мають національні особливості організації свят (наприклад, кінний театр) і тому користуються широким попитом у споживачів. Це впливає на кількість замовлень: такі заклади мають більше замовлень, ніж ресторани класу "люкс". Але вартість виконаного замовлення в цих закладах буде різною.

За традицією, в більшості випадків заклади ресторанного господарства приймають попередні замовлення на проведення новорічного святкового застілля. При прийнятті останніх необхідно дати замовникові можливість ознайомитися з меню, преїскурантами алкогольних і безалкогольних напоїв, додаткових послуг. Так, в новорічному меню вказується перелік фірмових страв, кулінарних, борошняних кондитерських, булочних виробів і напоїв власного виробництва, вихід і ціна однієї порції. Крім цього, у преїскуранті наводиться перелік та вартість алкогольних і безалкогольних напоїв, пива, тютюнових, кондитерських виробів та інших цупованих товарів, маса, об'єм і ціна за одиницю продукту. Кількість відвідувачів впливає на загальну суму витрат для проведення святкового заходу. Крім цього, як було сказано раніше, ресторани можуть надавати клієнтам різні додаткові послуги, перелік і вартість яких указуються в преїскуранті на послуги.

При оформленні попереднього замовлення на обслуговування банкету ресторани зобов'язані гарантувати його виконання в узгоджені із замовником строки. Якщо замовник відмовиться від обслуговування в день проведення заходу, він зобов'язаний викупити замовлену продукцію, яка не може бути продана іншим споживачам. Тобто організація новорічних свят має декілька етапів підготовки та проведення. Вартість кожного етапу складається з витрат матеріалів, сировини, покупних товарів.

IV. Висновки

Отже, у цьому дослідженні визначено, що організація ресторанного бізнесу сьогодні змінюється. Тому з найбільш поширеного способу організації новорічного свята, тобто його проведення у приміщенні громадського харчування чи в іншому розважальному закладі (нічний клуб, ресторан, кафе тощо), може бути змінено на організацію кейтерингу.

В організації кейтерингу ми маємо справу із симбіозом таких послуг:

- приготування рестораном страв за попереднім замовленням;
- доставка страв замовникові;
- послуги щодо прикрашання зали, сервірування столів, обслуговування гостей тощо на території замовника.

При цьому варто заздалегідь продумати програму корпоративного свята, зробити попереднє замовлення в підприємстві ресторанного бізнесу, тому що підприємства, що виконують такі замовлення, досить обмежені у виборі. Як правило, такі заклади пропонують всі послуги "в одному пакеті". Замовник повинен зважено підходити до планування та організації такого заходу, визначити достатній обсяг коштів на його проведення. При виборі виконавця треба вивчити ринок таких послуг та рекомендації відвідувачів закладів ресторанного бізнесу в місті. Можливе узгодження із замовником

виконання особливого стилю прикрашання зали (в певному кольорі, тематиці тощо). При цьому треба узгодити процедуру списання та передачі атрибутів, які використані для прикрашання зали, тому що вони надалі можуть не використовуватися в діяльності ресторану. Тобто після банкету вони можуть бути передані замовникові або списані на витрати щодо організації корпоративного свята. Тому треба спланувати, проаналізувати, оцінити всі витрати такої організації корпоративного свята, застосовуючи при цьому сучасні підходи до формування негосподарських витрат, які вплинуть на отримання прибутку від діяльності компанії за рік.

Список використаної літератури

1. Выханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент. Москва, 2006. 620 с.
2. Денисенко А. Ю. Event-менеджмент та event-маркетинг. *Комерційний директор*. 2006. URL: <http://www.eventum-premo.ru/event-management-and-event-marketing>.
3. Завгородня О. Є. Додаткові послуги та інновації в соціокультурному просторі ресторанного бізнесу. *Культура України*. 2016. Вип. 52. С. 129–139.
4. Інформаційний портал івент-індустрії. URL: <http://event.ru/instruments/instrument-dlya-avtomatizatsii-osveshheniya-sobyitiy-v-sotssetyah/>.
5. Карпюк О. А., Сингаєвська А. О. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. *Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі*: матер. дев'ятої міжнар. наук.-практ. конф. / за ред. І. В. Саух. Житомир, 2016 С. 39–42.
6. Шаповалов Н. Н., Пивоваров В. И., Крымская Б. А., Платонов В. М. Организация работы предприятий общественного питания: учеб. пособие для ВУЗов. Москва, 2008. 272 с.

Стаття надійшла до редакції 01.12.2017.

Ливошко Т. В. Планирование расходов на организацию новогодних праздников в ресторане

В статье акцентировано, что организация новогодних праздников имеет свои особенности. Большинство заказчиков услуг используют для этого рестораны, кафе. Администраторы этих заведений могут устроить для гостей новогоднюю вечеринку в празднично украшенном зале или организовать выезд на территорию заказчика (кейтеринг). С каждым годом проведение такого мероприятия становится более затратным. Особенности планирования и организации проведения новогоднего праздника посвящена эта статья.

Ключевые слова: планирование, расходы, результаты деятельности, ресторанный бизнес.

Livoshko T. Planning of Charges on Organization of New-Year Holidays in Restaurant

The article reveals the peculiarities of the company's planning of expenses for the organization of New Year's holidays. New Year holidays have a special place in traditional celebrations.

Every year, the cost of organizing holiday events is increasing. In the system of planning of expenses of enterprises of Ukraine there are various expenses, among which a special place is occupied by representative expenses. The collective celebration of the holiday encourages employees to take a more qualitative approach to organizing their own production activities and improve the results

of the enterprise as a whole. In theoretical studies on the formation of the cost of production, not enough attention is paid to other costs.

Modern methods of business organization influence changes in the development of restaurant economy in Ukraine, creation of new conditions for its implementation. Thus, the use of catering allows you to expand the possibilities of catering services. The impact of these new customer service mechanisms requires further scientific study. The urgency of this topic is the dynamic development of the restaurant market in Ukraine, which is conditioned by increased competition between food establishments, the emergence of new forms of organization of events with the use of innovative approaches in the restaurant industry enterprises. The study data reveals the peculiarities of the planning of expenses for the organization of New Year holidays and devotes considerable attention to new directions of development of this sphere.

Key words: *planning, expenses, results of activity, restaurant business.*