



СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
SIBERIAN FEDERAL UNIVERSITY

**Г. А. Губаненко, М. В. Крылова**

# УПРАВЛЕНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

**УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ**



**ИНСТИТУТ ТОРГОВЛИ И СФЕРЫ УСЛУГ**

УДК 640.4(07)  
ББК 65.431-32я73  
Г930

*Рецензенты:*

*Л. А. Маюрникова*, доктор технических наук, профессор, зав. кафедрой «Технология и организация общественного питания» ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»;

*Н. А. Величко*, доктор технических наук, профессор, зав. кафедрой «Технология консервирования и пищевая биотехнология» ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет»

**Губаненко, Г. А.**

Г930      Управление закупочной деятельностью предприятия общественного питания : учеб. пособие / Г. А. Губаненко, М. В. Крылова. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2020. – 192 с.  
ISBN 978-5-7638-4304-0

Рассмотрены вопросы организации и совершенствования закупочной деятельности предприятия общественного питания в соответствии с современными требованиями. Описаны процессы поиска, оценки и выбора поставщиков пищевой продукции, контроля качества закупаемой продукции в рамках проведения верификации, а также рассмотрены правовые аспекты закупок.

Предназначено для студентов, обучающихся по направлению подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания».

Электронный вариант издания см.:  
<http://catalog.sfu-kras.ru>

УДК 640.4(07)  
ББК 65.431-32я73

ISBN 978-5-7638-4304-0

© Сибирский федеральный университет, 2020

## Оглавление

|   |     |
|---|-----|
| <b>Предисловие</b> .....  | 4   |
| <b>Глава 1. Управление закупочной деятельностью на предприятии общественного питания</b> .....  | 5   |
| <b>Глава 2. Поиск, оценка и выбор поставщиков пищевой продукции для предприятия общественного питания</b> .....   | 25  |
| 2.1. Критерии и методы оценки поставщиков пищевой продукции...  | 25  |
| 2.2. Поиск, оценка и выбор поставщиков пищевой продукции для предприятия общественного питания .....  | 61  |
| <b>Глава 3. Порядок проведения верификации закупленной пищевой продукции</b> .....  | 94  |
| 3.1. Порядок проведения верификации закупленной пищевой продукции на предприятии общественного питания .....  | 94  |
| 3.2. Проведение входного контроля по количеству и качеству пищевой продукции на предприятии общественного питания.....                                    | 102 |
| 3.3. Порядок проведения оценки органолептических показателей пищевой продукции .....  | 119 |
| <b>Глава 4. Правовые аспекты закупки пищевой продукции на предприятии питания</b> .....   | 137 |
| 4.1. Порядок заключения, содержание договора поставки пищевой продукции .....   | 138 |
| 4.2. Контроль исполнения, изменения, расторжения договора поставки. Порядок предъявления претензии поставщику за несоответствующую пищевую продукцию..... | 145 |
| <b>Заключение</b> .....   | 160 |
| <b>Библиографический список</b> .....   | 162 |
| <b>Приложения</b> .....   | 167 |

## Глава 1

# Управление закупочной деятельностью на предприятии общественного питания

*Правильные подходы и продуманное использование соответствующих процессов позволяют любой компании, где бы она ни находилась, извлечь выгоду.*

**Масааки Имаи**

Понятие «закупочная деятельность» представлено в трудах отечественных и зарубежных ученых: В.М. Позняковского, Б.А. Аникина, Р.Н. Нагапетьянца, Д. Уотерса и др. Так, например, Д. Уотерс закупочную деятельность понимает как специфический организационно-экономический механизм предприятия, которое инициирует и контролирует материальный поток в цепи поставок в целях обеспечения стабильности, сбалансированности и бесперебойности работы хозяйствующих субъектов.

Б.А. Аникин и Т.А. Родкина определяют закупочную деятельность как процесс формирования материальных и взаимосвязанных потоков, направленных на обеспечение деятельности предприятий необходимыми материальными ресурсами, услугами, средствами и предметами труда, которые трансформируются в готовую продукцию. В.М. Позняковский считает, что закупки – это процесс приобретения сырья, материалов, оборудования, услуг в соответствии с установленными требованиями.

Таким образом, можно выделить основные признаки закупочной деятельности: процесс, т.е. система последовательно выполняемых

действий; цель процесса – получение продукции, работ, услуг от других хозяйствующих субъектов; планируемая деятельность, которая регулируется нормативно-правовыми и локальными актами.

На основе систематизации признаков под закупочной деятельностью будем понимать планируемый процесс, цель которого – приобретение продукции, работ, услуг определенного качества и количества в заданное время по оптимальной цене.

Следовательно, процесс закупочной деятельности предприятия питания включает:

- процедуру выявления потребности в продукции, работе или услуге;
- поиск и выбор поставщиков;
- заключение и исполнение договоров поставки продукции;
- получение продукции, работ, услуг определенного качества в необходимом количестве в требуемое время и по оптимальной цене.

Предприятия питания в ходе своей деятельности осуществляют закупку следующих ресурсов:

1. Основные фонды производственного и непроизводственного назначения: производственно-технологическое оборудование, оборудование для хранения и транспортировки, мебель, компьютеры, контрольно-кассовые аппараты.

2. Материальные ресурсы производственного назначения: пищевая продукция, включающая продовольственное сырье, пищевые продукты, полуфабрикаты; вода; электроэнергия для производственных нужд; инвентарь; промышленная тара и упаковка и т. п.

3. Материальные ресурсы непроизводственного назначения: канцелярские товары, расходные материалы для принтеров и факсов, услуги непроизводственного назначения (охрана, дератизация и дезинсекция) и т. п.

4. Готовая продукция и товары для перепродажи: алкогольная и слабоалкогольная продукция, соки, воды и т. п.

Основное внимание на предприятиях питания уделяется приобретению у поставщиков материальных ресурсов производственного назначения, поскольку от их входного качества зависит качество и безопасность выпускаемой пищевой продукции.

Взаимодействие с поставщиками продукции осуществляется с учетом интересов как организации в целом (службы закупки, финансового отдела), так и непосредственных потребителей самого предприятия (производственных цехов).

С точки зрения эффективного управления предприятием общественного питания существенно, чтобы:

- поставки выполнялись своевременно и равномерно согласно графику поставок;
- цена закупки была экономически выгодна;
- качество и безопасность закупаемого продовольственного сырья должно соответствовать всем нормативным требованиям и договорным обязательствам, так как его ненадлежащее качество отрицательно отражается на готовой продукции, что может обусловить возникновение рекламаций со стороны потребителей.

Для деятельности производственных цехов предприятия питания с целью обеспечения качества и безопасности выпускаемой продукции важны следующие моменты:

- поставки запланированного объема сырья должны быть выполнены своевременно, особенно это касается особо скоропортящегося, скоропортящегося продовольственного сырья и пищевых продуктов;
- поставляемая пищевая продукция должна соответствовать требованиям технических регламентов Таможенного союза, государственным и межгосударственным стандартам, техническим условиям, спецификациям, договорам поставки, заявкам и т. п.

При закупке продукции необходимо ориентироваться на информацию о структуре и объеме покупательского спроса и приемлемых для потребителя ценах. Закупочная деятельность основывается на результатах маркетингового анализа реализуемого ассортиментного перечня продукции и ее объема.

Таким образом, основными задачами закупочной деятельности предприятия питания являются:

- определение потребности в пищевой продукции, услугах;
- формирование заявленных требований к качеству и безопасности;
- выбор поставщиков, отвечающих заявленным требованиям;
- определение сроков, частоты и объема поставок;
- контроль поставок по срокам поступления партий, ассортименту и качеству продукции.

Внедрение процессного управления в индустрии питания особенно актуально в современных условиях в отношении процесса закупок. Конкуренция на рынке услуг предприятий питания 3–5 лет назад была ниже или почти отсутствовала, рентабельность деятельности была выше, потребитель был еще не очень взыскательным. Поэтому вопрос о снижении затрат, в том числе за счет процесса закупочной

деятельности, особенно важен. В настоящее время в создании ценности продукта, услуги предприятия индустрии питания процесс закупок составляет существенную долю – от 35 до 75 %. В этой связи рациональная организация закупочной деятельности может способствовать увеличению прибыли за счет снижения затрат.

Можно сформулировать основные цели и задачи процесса закупочной деятельности предприятия:

Цель закупочной деятельности предприятия питания – обеспечение необходимыми продуктами, отвечающими всем требованиям качества и безопасности, в определенном количестве, в установленный срок, от надежного поставщика, способного удовлетворять заявленным требованиям предприятия, с необходимым обслуживанием и по оптимальной цене.

#### *Задачи закупочной деятельности предприятия питания*

1. Обеспечить непрерывное поступление сырья, пищевых продуктов, ингредиентов, упаковочных материалов и услуг, используемых предприятием общественного питания. Нехватка сырья, пищевых продуктов на производстве вызывает неудовлетворенность потребителей, потери товарооборота, непредвиденные расходы на закупку пищевой продукции и неспособность выполнить заказ или поставку продукции, обещанную клиентам.

2. Свести инвестиции и потери при закупке к минимуму. Одним из способов обеспечения непрерывного материального потока на предприятии питания является создание максимальных размеров запасов необходимого сырья, пищевых продуктов. Однако, во-первых, это влечет за собой значительные вложения финансовых ресурсов, которые могли бы быть задействованы для реализации других целей; во-вторых, стоимость затрат на хранение запасов может составлять существенные суммы.

3. Соблюдать стандарты качества на закупаемое сырье, пищевые продукты, ингредиенты, упаковочные материалы. Чтобы производить продукцию или услугу, удовлетворяющие требованиям потребителя, необходимо отслеживать уровень качества каждого закупаемого пищевого продукта, иначе конечный продукт или услуга не будут соответствовать ожиданиям или издержки производства будут значительно выше приемлемых издержек.

4. Налаживать и развивать взаимовыгодные отношения с поставщиками. Успех деятельности службы закупок (снабжения) зависит от навыков сотрудников в нахождении поставщика требуемой

продукции или услуги, в оценке и анализе возможностей поставщика и в выборе наиболее оптимального поставщика. Предприятие питания может получить необходимую продукцию в нужные сроки, по оптимальным ценам, при условии, если отдел закупок найдет поставщика, способного выполнять заявленные требования предприятия и ответственного за свои обязательства. При регулярных поставках целесообразно развивать взаимовыгодные отношения с поставщиком, предоставляя ему возможность увеличивать объемы поставок взамен на скидки и бонусы.

5. Стандартизировать закупаемую продукцию. Закупать необходимую продукцию по установленным требованиям качества, зафиксированным в регламентах или других локальных документах предприятия. Если служба закупок может купить один продукт, удовлетворяющий требованиям к двум продуктам, закупленным ранее, то эффективность закупки возрастает за счет более низких цен (количественных скидок), уменьшения затрат на обучение персонала.

6. Закупать по минимальным рыночным ценам. Затраты на закупку продукции составляют большую часть финансовых ресурсов предприятия общественного питания. Кроме того, эффект «рычагов прибыли» на большинстве предприятий может быть очень существенным. Тем не менее специалистам службы закупок не следует ориентироваться только на цену закупаемых продуктов (как единственного фактора при выборе поставщика), поскольку требования к качеству закупаемых продуктов, срокам поставки, сервисному обслуживанию и т. п. также имеют огромное значение для деятельности всего предприятия.

7. Поддерживать конкурентоспособное положение предприятия питания. Предприятие может являться конкурентоспособным, только если обеспечит управление своими затратами таким образом, чтобы оставаться рентабельным. Затраты на закупку – это самая значительная статья расходов предприятий общественного питания наряду с расходами на оплату труда и отчислениями на социальные нужды. При этом необходимы постоянные инновации, заключающиеся в разработке новых видов продукции, услуг и технологий производства и обслуживания, чтобы успевать за изменениями в технологиях производства и новыми требованиями рынка. Отдел закупок может поставлять для проектирования новых видов выпускаемой продукции актуальную информацию о появлении на рынке новых продуктов, ингредиентов. Служба закупок несет ответственность за обеспечение непрерывного потока сырья, необходимого для производства продукции и предоставления услуг с целью удовлетворения требований потребителей.



8. Построить гармоничные производственные отношения на предприятии. Эффективные закупки должны быть обеспечены усилиями специалистов не только одной службы закупок. Для успешного выполнения закупочной деятельности необходимо взаимодействие с другими причастными специалистами и отделами. Например, производственные цеха должны своевременно обеспечить информацией о потребностях в пищевых продуктах, упаковочных материалах, для того чтобы служба закупок могла найти подходящих поставщиков и заключить договор поставки на выгодных условиях. Производственные цеха должны учитывать возможные выгоды от использования заменителей каких-либо пищевых продуктов, предлагаемых различными поставщиками. Работа службы закупок может быть тесно связана с работой специалистов службы контроля качества при процедуре оценки поставщика, определении инспекционных процедур для закупаемой продукции, доведении до поставщика информации о плохом качестве закупленной продукции и необходимости ее замены. Бухгалтерия должна обеспечить своевременную оплату поставленной продукции согласно договору для сохранения доверительных долгосрочных отношений с поставщиками. В случае возникновения проблем на какой-либо стадии работы с закупленной продукцией, связанных с недостатком информации о продукции или ее характеристиках, свойствах, служба закупки несет ответственность за устранение этих проблем.

9. Минимизировать административно-управленческие расходы на выполнение закупок. Деятельность службы закупок включает такие затраты, как заработная плата работников, оплата услуг связи, складские расходы, командировочные расходы, затраты на покупку оргтехники и др. Руководитель службы закупок должен стремиться к оптимизации таких затрат, для чего необходимо регулярно проводить анализ эффективности деятельности подразделения. Работа предприятия в целом должна быть непрерывно нацелена на возможное усовершенствование методов закупки, процедур и технологий. Например, устранение ненужных шагов в обработке закупочной документации, использование более совершенного программного обеспечения, делающего хранение и использование необходимой закупочной информации более эффективными, регламентация процесса закупочной деятельности.

10. Обеспечить полноту информации по закупкам. Для обеспечения поставки качественной и безопасной продукции необходимо составление как можно более точной и полной спецификации к договору поставки, которая может быть единственной информацией, гарантирующей, что заказчик получит продукцию, отвечающую его требованиям. Требуется

выявлять и устранять причины любых возможностей неточного указания в закупочных документах заявленных требований.

В общественном питании на качество выпускаемой продукции в первую очередь оказывает влияние качество закупаемого продовольственного сырья, пищевых продуктов, упаковочных материалов и т. д. Глубина, с которой осуществляется мониторинг деятельности поставщиков, зависит от поставляемых ими пищевых продуктов и услуг. Поскольку в общественном питании используемое продовольственное сырье, пищевые продукты обеспечивают качество выпускаемой продукции, требуется тщательно организовывать и контролировать работу с поставщиками.

Проведение закупок является важной составляющей деятельности предприятия питания, позволяет сформировать ассортимент востребованной рынком продукции общественного питания, а также создать предпосылки для получения прибыли.

Закупочную деятельность можно рассматривать в двух аспектах: тактическом (оперативном) и стратегическом. Закупки предприятия питания в оперативном аспекте представлены ежедневными операциями, связанными с повторяющимися закупками пищевых продуктов и готовой продукции. Стратегический аспект закупок связан с процессами управления закупками и взаимодействия с поставщиками, связей с другими подразделениями предприятия, внедрением новых закупочных методов, в том числе методов оценки поставщиков.

Процесс закупочной деятельности можно условно разделить на три подпроцесса, которые наглядно представлены на рис. 1.1.

Для закупки продовольственного сырья и пищевых продуктов, отвечающих требованиям качества, безопасности и минимальных затрат на приобретение, необходимо обладать информацией о поставщиках и их товарном ассортименте.

Процесс закупочной деятельности, как правило, обеспечивают специалисты отдела закупок (отдела снабжения), которые совмещают выполнение нескольких аспектов: маркетингового, коммерческого, логистического, что наглядно представлено на рис. 1.2 [18].

#### *Усовершенствование процесса закупочной деятельности*

Высшее руководство организации должно гарантировать, что эффективность и результативность процесса закупок определены и установлены для управления закупаемыми сырьем, пищевыми продуктами, чтобы закупленная продукция удовлетворяла потребностям организации и требованиям заинтересованных сторон (рис. 1.3).

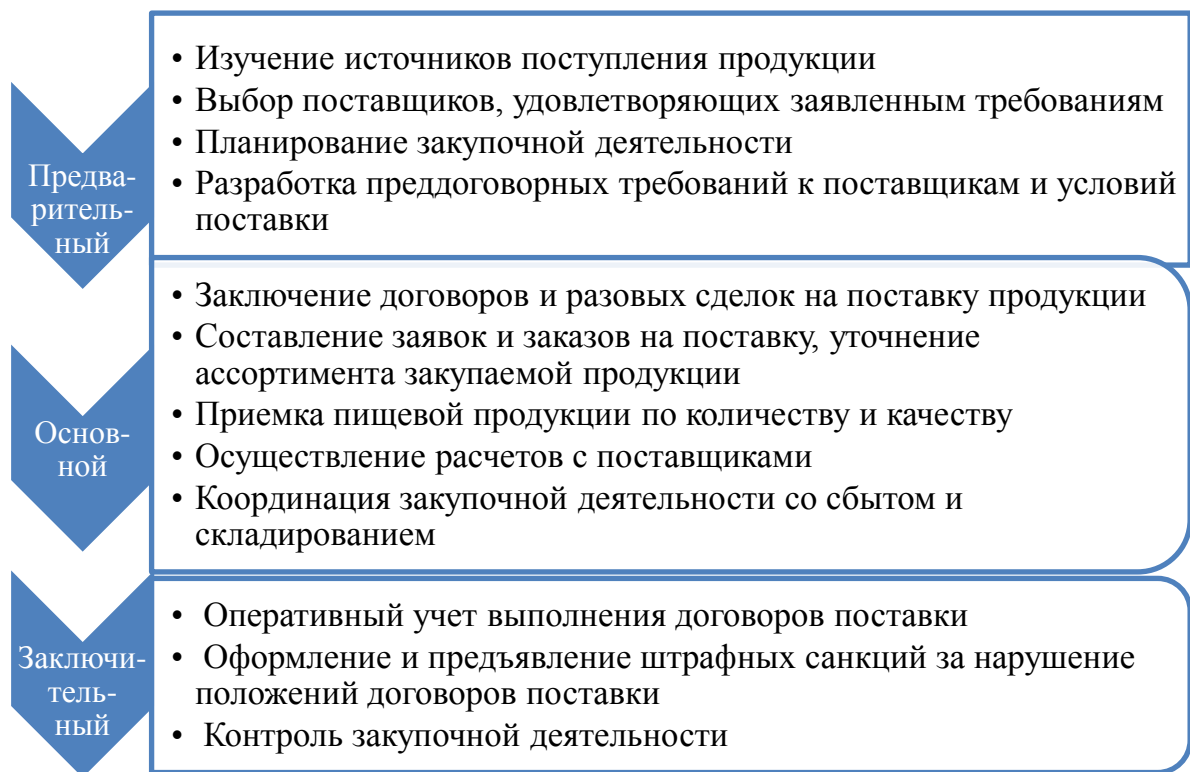


Рис. 1.1. Процесс закупочной деятельности на предприятии питания

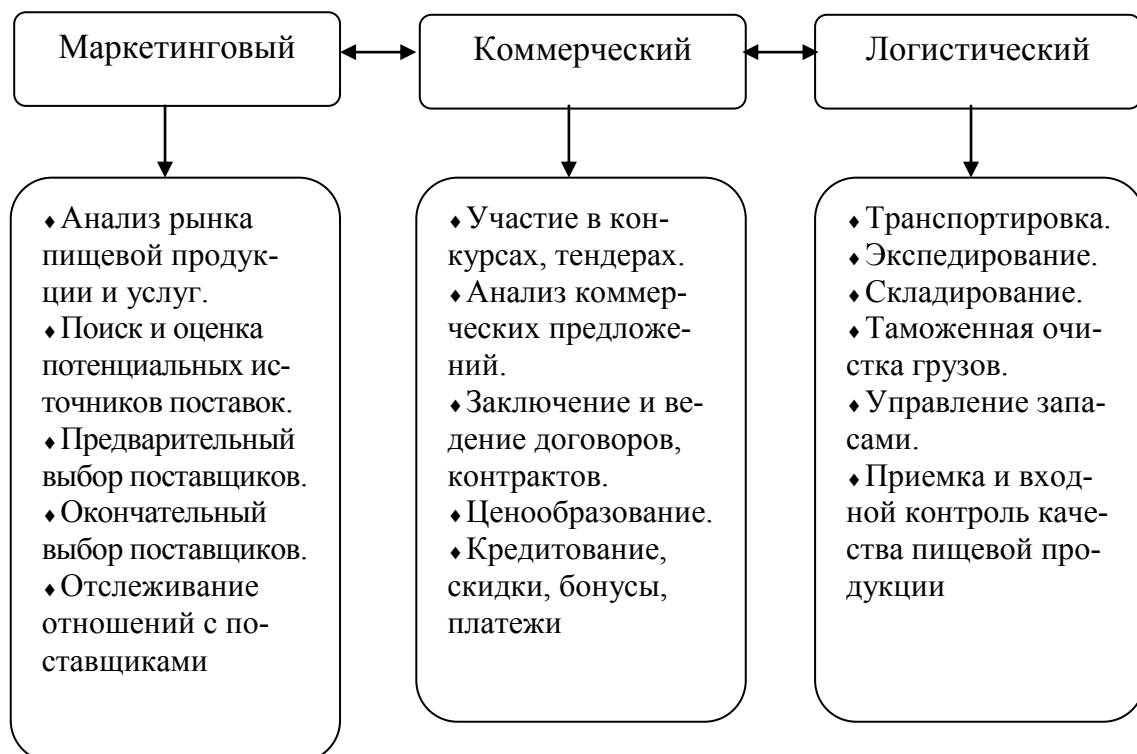


Рис. 1.2. Содержание аспектов закупочной деятельности предприятия питания

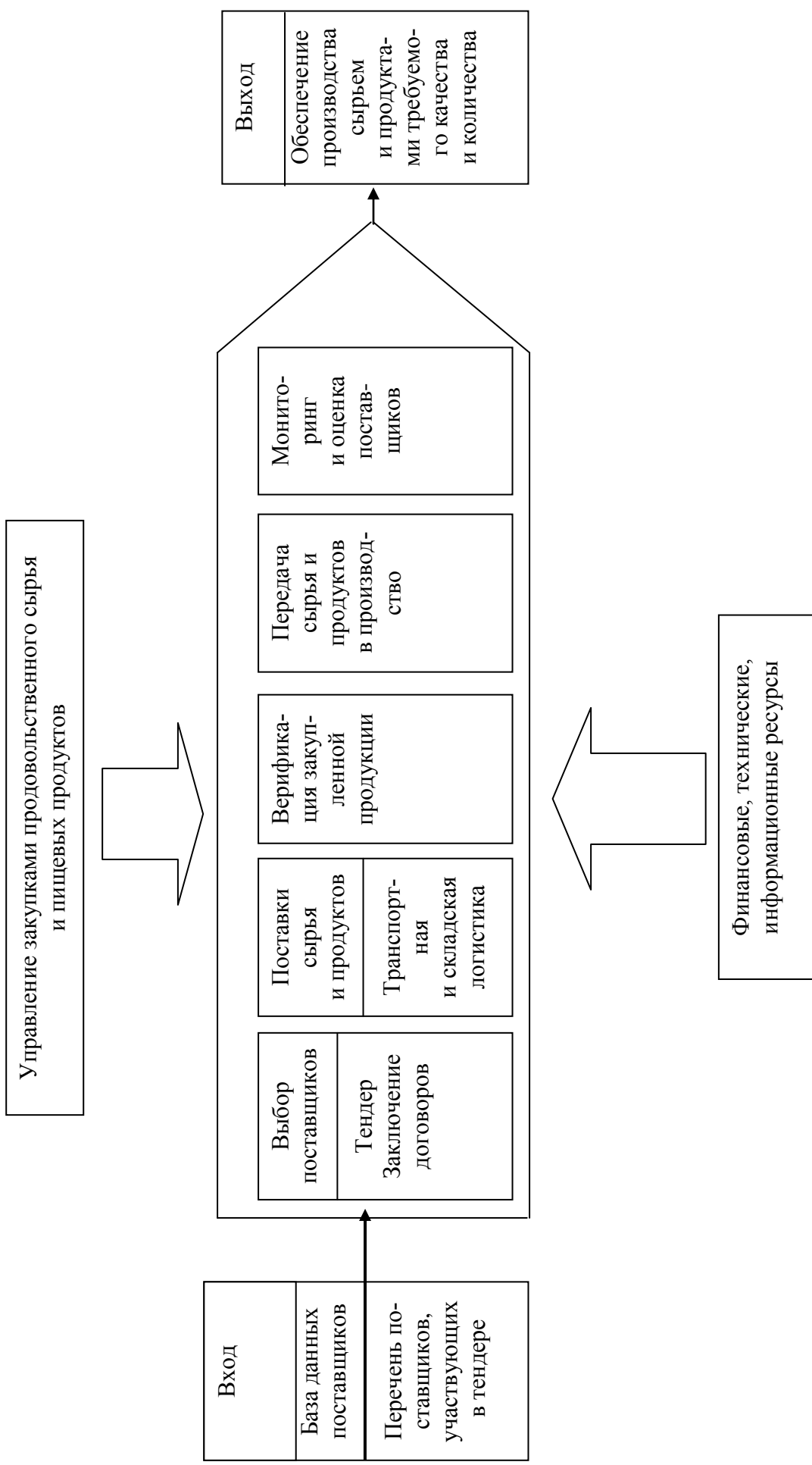


Рис. 1.3. Бизнес-процесс управления закупками пищевой продукцией на предприятии общественного питания

Для обеспечения требуемого уровня эффективности и результативности закупок предприятие должно гарантировать, что при управлении закупками выполняются следующие действия:

- своевременная, эффективная, полная и точная идентификация потребностей и спецификаций закупаемых сырья, пищевых продуктов, ингредиентов, упаковочных материалов и т. д.;
- оценка стоимости закупленной продукции с учетом уровня ее качества, цены и поставки;
- определение предприятием критериев подтверждения качества и безопасности при проверке закупленной продукции;
- установление процедуры выбора, анализа и оценки поставщика;
- контроль заключения и исполнения договора поставки;
- гарантийная замена для несоответствующей продукции;
- идентификация и прослеживаемость закупленной продукции;
- управление закупленной продукцией, имеющей отклонения от требований;
- определение возможностей развития поставщика;
- документальное оформление процесса закупки;
- уменьшение рисков, связанных с закупленной продукцией.

Для оценки эффективности процесса закупок на предприятии питания можно использовать показатели четырех основных групп:

1. **Поставки:** поставки выполнены в срок, по согласованному графику, в установленной комплектации, в необходимом количестве, в рациональной упаковке, сопровождаются комплектом документов, уровень сервиса удовлетворяет заказчика.

2. **Качество:** поставляемая продукция надлежащего качества, соответствующая заявленным требованиям. Показателями качества могут выступать термическое состояние продукта, массовая доля жира, сахара и т. д.

3. **Запасы:** осуществляется нормирование запасов для покрытия скачков потребности, сбоя в поставках, а также для экономии расходов на транспортировку, сглаживания роста цен, сезонности, экономии на объемах. При этом предприятие стремится к росту оборачиваемости запасов, по возможности осуществляется резервирование запасов на складе поставщика.

4. **Экономия затрат:** экономия на себестоимости закупаемой продукции, как на явных издержках, так и скрытых: стоимость владения, процесса обработки заказа, выбора поставщика; время поставки, выполнения заказа поставщиком, частота поставок, норма упаковки, стоимость операций по проверке качества, обмену и возврату продукции и др.

При управлении процессом закупки необходимо постоянное измерение параметров, так как от них будет зависеть оптимизация процесса и целеполагание, которое будет периодически меняться в зависимости от поставленных задач.

Для управления процессом закупки организация должна установить результативные и эффективные процессы, чтобы идентифицировать потенциальные организации для закупаемой продукции, материалов, развивать существующих поставщиков или партнеров и оценивать их способность снабжать предприятие требуемой продукцией, чтобы гарантировать результативность и эффективность процесса закупки.

Повышение внимания руководства предприятия к закупочной деятельности обусловлено следующими причинами:

1) конкурентное поле не позволяет значительно увеличивать объемы продаж и заставляет в борьбе за потребителя снижать цены, что побуждает обратить внимание на затраты. Основную долю в затратах предприятия (до 85 % от оборота) занимают затраты на закупку. Каждый процент этих затрат – потенциальная прибыль;

2) конкуренция идет не только по цене, но и по скорости производства и поставок, поэтому половину эффекта в компаниях обеспечивает скорость закупки;

3) потребитель требует качества по низкой цене. Качество производства в первую очередь зависит от качества поставляемого сырья, комплектующих и оборудования. В торговых компаниях качество закупаемой продукции и последующее стимулирование поставщиков повышать качество зависит от байеров;

4) необходимо смещение фокуса с закупочных цен на совокупную стоимость владения или коэффициент окупаемости инвестиций (ROI). Любая закупка требует расчета совокупной стоимости владения. Можно закупить самые дешевые лампочки и сообщить об экономии затрат. Однако лампочки быстро перегорят и первичная экономия перекроется дополнительными затратами на замену и новую закупку. Недорогое оборудование, как правило, требует частой профилактики, имеет дорогие расходные материалы, низкую производительность и потребляет много энергии. К самому дешевому принтеру прилагаются самые дорогие картриджи.

Закупки из категории «расходы» должны перейти в категорию «инвестиции». Расходы – это неизбежные траты, а инвестиции – это вклад в будущее. Необходимо ориентироваться на долгосрочную перспективу, стратегию;

5) ключевой областью деятельности должно стать управление поставщиками. Необходимо организовать работу по изменению содержания типовых договоров, провести сегментацию поставщиков, оценку деятельности, для выбора того самого поставщика, который обеспечит качество, цены, скорость, а также снизит совокупную стоимость владения, уменьшит издержки по процессам и обеспечит инновации.

Мало выбрать поставщика и следить, чтобы он выполнял свои обязанности по договору. Необходимо добиваться повышения эффективности его деятельности, т. е. методично повышать планку по качеству, ценам, срокам, совокупной стоимости владения и улучшениям.

Управление закупочной деятельностью – это управление рисками, управление цепями поставок, взаимоотношениями со стратегическими поставщиками, а также развитие поставщиков, инновации, стратегическое планирование и виртуальная коллаборация.

Интеграция с внутренним заказчиком – обязательное условие трансформации закупок. Взаимодействие с основными видами деятельности предприятия может способствовать инновациям, сокращению совокупной стоимости владения. По мнению экспертов, грамотный выбор поставщика и коммерческие переговоры лишь на 20–30 % обеспечивают эффект экономии, 20 % отведено управлению поставщиками, остальное же достигается за счет управления спросом и изменения спецификации. Все чаще создаются межфункциональные команды по развитию, возглавляемые закупщиками.

Системная автоматизация и цифровизация повышают эффективность и создают возможности в тех областях, которые не могут быть автоматизированы. При этом необходимо исключить дублирование операций в разных программах.

Таким образом, на любом предприятии есть ресурс экономии в закупках.

Для рационального управления закупки по виду необходимо разделить на типовые (повторные) или новые (модифицированные), так как от этого зависит ход закупочного процесса.

Возможно развитие четырех закупочных ситуаций:

1. Типовая закупка – повторяющееся приобретение пищевой продукции, для которой регламентированы и отработаны процедуры размещения и обработки заказов.

2. Закупка, сопровождающаяся процедурными проблемами, – не относится к типовой закупке, когда требуется, чтобы сотрудники предприятия питания изучили, как необходимо использовать приобретаемое пищевое сырье или оборудование.

3. Закупка, сопровождающаяся проблемами в использовании пищевой продукции, – модифицированная закупка пищевого сырья с целью замены ранее используемых пищевых продуктов, для чего необходима предварительная проработка при приготовлении кулинарного изделия.

4. Закупка, требующая межфункциональной координации между подразделениями предприятия питания, – нетиповая закупка пищевой продукции, использование которой может повлиять на деятельность нескольких структурных единиц, из-за чего при принятии решений может быть задействовано большее количество сотрудников.

Если закупка является типовой, то делается повторный заказ у поставщика, который удовлетворяет предприятие питания как по качеству пищевой продукции, так и по цене и другим критериям.

В случае новой закупки осуществляется поиск и отбор новых поставщиков, что будет подробно рассмотрено в следующей главе.

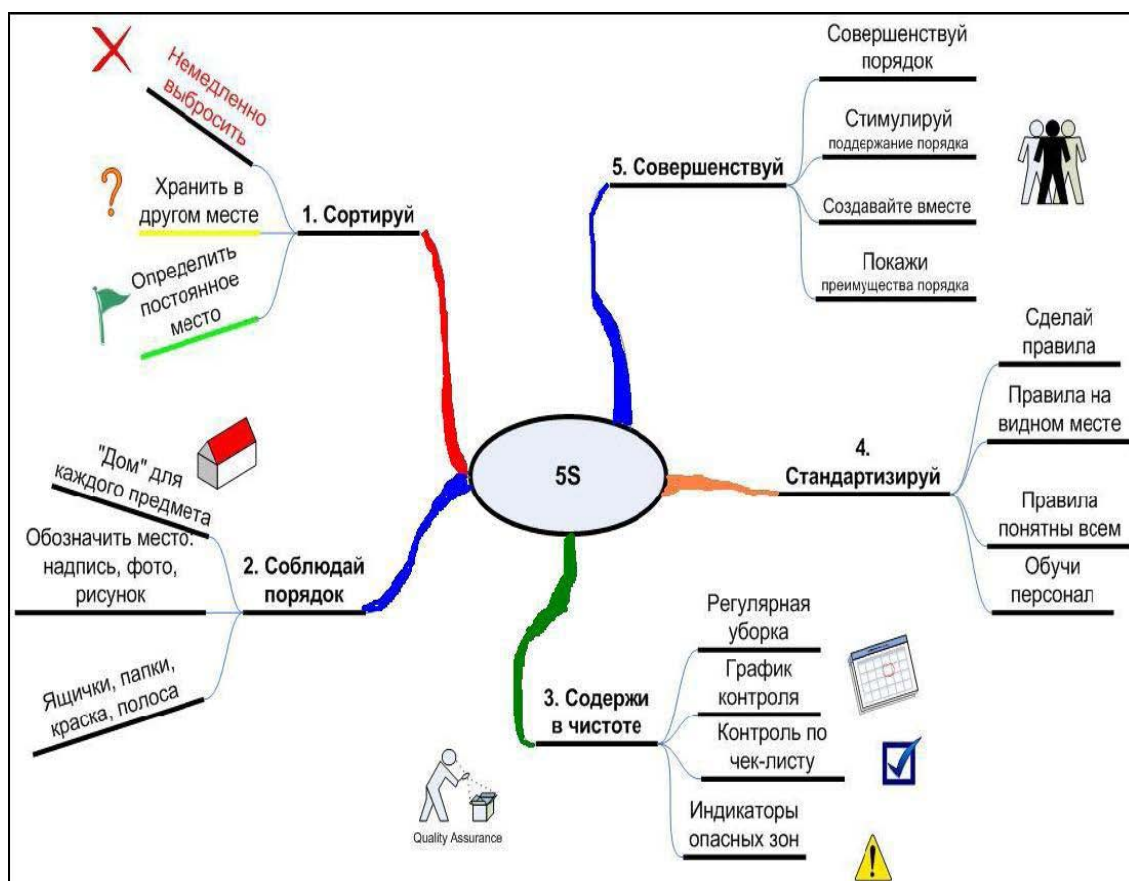


Рис. 1.4. Метод 5S

Одна из основных статей затрат организации – это запасы сырья и материалов для производства. Стоимость запасов сырья может пре-



вышать от 25 до 45 % оборота в год. Поэтому вопрос снижения материальных затрат в закупках – это важная задача, которую необходимо решать. Существует множество методов прогнозирования и планирования, разработаны компьютерные программы планирования ресурсов и их использования на предприятии. Одним из первоочередных способов решения указанной проблемы является наведение порядка на складе входящей продукции, что позволит увидеть движение материальных потоков через предприятие от поставщиков до потребителя. При наведении порядка в складской группе можно использовать метод 5S: сортируйте, соблюдайте порядок, содержите в чистоте, стандартизируйте процедуры поддержания порядка, совершенствуйте (рис. 1.4).

Для управления закупочной деятельностью в части безопасности закупаемой продукции предприятия общественного питания должны руководствоваться принципами ХАССП для обеспечения безопасности реализуемой продукции и услуг. Многие предприятия питания осуществляют процесс снабжения по собственным разработанным стандартам на основе международных требований качества, направленных на улучшение закупочной деятельности.

*Нормативные документы, регламентирующие качество и безопасность закупаемой продукции предприятием общественного питания*

Управление эффективностью процесса закупки на предприятии общественного питания основывается на действующей документации в сфере пищевой индустрии, которая регламентирует требования качества и безопасности пищевой продукции (Технические регламенты Таможенного союза (ТР ТС), федеральные законы (ФЗ), межгосударственные стандарты (ГОСТ Р), отраслевые стандарты (ОСТ), технические условия (ТУ) и др. Общие вопросы и механизм их реализации обычно непосредственно находят отражение в отдельных законах.

**ФЗ «О защите прав потребителей»** регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, продавцами при продаже продукции (оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение продукции (услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, получение информации о продукциях (услугах) и об их изготовителях, исполнителях (продавцах).

В данном законе вводятся понятия «потребитель», «изготовитель», «недостаток товара (услуги)», «безопасность товара (услуги)» и др. Закон содержит статьи, касающиеся следующих вопросов:

качество продукции (услуги); права и обязанности изготовителя (продавца); права потребителя на безопасность продукции (услуги); права потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о продукции (услугах); информация об изготовителе (исполнителе, продавце); информация о продукции (работах, услугах) и др.

В 1997 году постановлением Правительства РФ № 1036 в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей» утверждены **Правила оказания услуг общественного питания**, которые регулируют отношения между потребителями и исполнителями в сфере оказания услуг общественного питания, а также обеспечивают права потребителей на получение услуг надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья, информации об услугах и исполнителях услуг, определяют порядок реализации этих прав.

**ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»** направлен на обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия населения как одного из основных условий реализации конституционных прав граждан на охрану здоровья и благоприятную окружающую среду.

Содержатся статьи, касающиеся следующих вопросов: права и обязанности граждан, индивидуальных предпринимателей и юридических лиц в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения; санитарно-эпидемиологические требования обеспечения безопасности среды обитания для здоровья человека; санитарно-противоэпидемические мероприятия; государственное регулирование в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения; организация федерального государственного санитарно-эпидемиологического надзора; ответственность за нарушение санитарного законодательства.

**ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»** регулирует отношения в области обеспечения качества пищевых продуктов и их безопасности для здоровья человека. Приводятся статьи, касающиеся следующих вопросов: полномочия РФ в области обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов; государственное регулирование в области обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов; общие требования к обеспечению качества и безопасности пищевых продуктов; ответственность за нарушение данного ФЗ.

Требования к качеству и безопасности закупаемой продукции предприятиями общественного питания регламентируют технические регламенты Таможенного союза, межгосударственные стандарты, отраслевые стандарты, технические условия и другие нормативные доку-

менты (табл. 1.1). С 2013 года технические регламенты Таможенного союза определяют требования безопасности к пищевой продукции.

Таблица 1.1

**Нормативные документы, регламентирующие качество и безопасность закупаемой продукции предприятием общественного питания**

| Вид документа              | Наименование документа  |
|----------------------------|---|
| Технические регламенты     | О безопасности пищевой продукции  |
|                            | О безопасности молока и молочной продукции  |
|                            | О безопасности мяса и мясной продукции  |
|                            | Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств   |
|                            | О безопасности упаковки   |
|                            | На соковую продукцию из фруктов и овощей  |
|                            | На масложировую продукцию   |
|                            | Пищевая продукция в части ее маркировки<br>О безопасности рыбы и рыбной продукции   |
| Санитарные правила и нормы | СанПиН 2.3.6.1079-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья»   |
|                            | СанПиН 2.3.2.1324-03 «Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов»   |
| Государственные стандарты  | ГОСТ 30390-2013 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия»   |
|                            | ГОСТ Р 56016-2014 «Оценка соответствия. Порядок обязательного подтверждения соответствия продукции требованиям технического регламента Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» |
|                            | ГОСТ Р ИСО 22005-2009 «Прослеживаемость в цепочке кормов и пищевых продуктов. Общие принципы и основные требования к проектированию и внедрению системы»                                    |
|                            | ГОСТ 24297-2013 «Верификация закупленной продукции. Организация проведения и методы контроля»   |
|                            | ГОСТ Р 54762-2011/ISO/TS 22002-1:2009 «Программы предварительных требований по безопасности пищевой продукции. Часть 1. Производство пищевой продукции»                                     |
|                            | ГОСТ Р 56746-2015/ISO/TS 22002-1:2013 «Программы предварительных требований по безопасности пищевой продукции. Часть 2. Общественное питание»   |
|                            | ГОСТ Р 56906-2016 «Бережливое производство. Организация рабочего пространства (5S)»   |