

КЛАСИФІКАЦІЯ КЕЙТЕРИНГОВИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЇХ ОБЛІКУ

© 2014 НЕСТЕРЕНКО О. О., КОРОБКІНА І. С.

УДК 330.123.6

Нестеренко О. О., Коробкіна І. С. Класифікація кейтерингових послуг для організації їх обліку

У статті досліджено виникнення та розвиток послуг кейтерингу в Україні. Розглядаються питання нормативно-правового регулювання діяльності підприємств, які надають послуги кейтерингу. Визначено, що багато питань, що мають важливе значення для подальшого розвитку кейтерингу, залишаються поза правовим полем законодавства України та потребують негайного вирішення. На основі аналізу визначення дефініції «кейтеринг» у нормативно-правових документах і науковій літературі у статті наведено теоретичне обґрунтування її економічної сутності. Розроблено систематизовану класифікацію кейтерингу за ознаками: місце надання кейтерингових послуг; контингент замовників; вид підприємства; ціновий сегмент; місце приготування страв; вид заходів; тип наданих послуг; повнота наданих послуг. У розробленій класифікації приділено увагу економічним характеристикам послуг кейтерингу, які мають першочергове значення для формування інформаційної системи їх обліку. Перспективами подальших досліджень є обґрунтування елементів облікової політики підприємств, які надають послуги кейтерингу, дослідження питань документування послуг кейтерингу, що сприятиме організації їх обліку та подальшому розвитку.

Ключові слова: кейтеринг, класифікація, підприємства ресторанного господарства, бухгалтерський облік

Рис.: 1. **Бібл.:** 15.

Нестеренко Оксана Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра бухгалтерського обліку та аудиту, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Клочківська, 333, Харків, 61051, Україна)

E-mail: akseniya_nest@mail.ru

Коробкіна Ірина Сергіївна – старший викладач, кафедра бухгалтерського обліку та аудиту, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Клочківська, 333, Харків, 61051, Україна)

УДК 330.123.6

UDC 330.123.6

Нестеренко О. А., Коробкіна І. С. Классификация кейтеринговых услуг для организации их учета

В статье исследовано возникновение и развитие услуг кейтеринга в Украине. Рассматриваются вопросы нормативно-правового регулирования деятельности предприятий, которые предоставляют услуги кейтеринга. Определено, что много вопросов, имеющих важное значение для последующего развития кейтеринга, остаются вне правового поля законодательства Украины и нуждаются в немедленном решении. На основе анализа определения дефиниции «кейтеринг» в нормативно-правовых документах и научной литературе в статье приведено теоретическое обоснование её экономической сущности. Разработана систематизированная классификация кейтеринга по признакам: место предоставления кейтеринговых услуг; контингент заказчиков; вид предприятия; ценовой сегмент; место приготовления еды; вид мероприятий; тип предоставленных услуг; полнота предоставленных услуг. В разработанной классификации уделено внимание экономическим характеристикам услуг кейтеринга, которые имеют первоочередное значение для формирования информационной системы их учета. Перспективами последующих исследований является обоснование элементов учетной политики предприятий, предоставляющих услуги кейтеринга, исследование вопросов документирования услуг кейтеринга, что будет способствовать организации их учета и последующему развитию.

Ключевые слова: кейтеринг, классификация, предприятия ресторанного хозяйства, бухгалтерский учет.

Рис.: 1. **Библ.:** 15.

Нестеренко Оксана Александровна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета и аудита, Харьковский государственный университет питания и торговли (ул. Клочковская, 333, Харьков, 61051, Украина)

E-mail: akseniya_nest@mail.ru

Коробкіна Ірина Сергіївна – старший преподаватель, кафедра бухгалтерского учета и аудита, Харьковский государственный университет питания и торговли (ул. Клочковская, 333, Харьков, 61051, Украина)

Nesterenko Oksana O., Korobkina Iryna S. Classification of Catering Services for Organisation of Their Accounting

The article studies appearance and development of catering services in Ukraine. It considers issues of regulatory and legal regulation of activity of enterprises that provide catering services. It shows that many issues that are important for further development of catering stay outside the legal framework of the Ukrainian legislation and require immediate solution. Based on the analysis of definition of the “catering” notion in regulatory and legal documents and scientific literature, the article gives theoretical justification of its economic essence. The article develops a systemised classification of catering by the following features: place of providing catering services, contingent of customers, type of the enterprise, price segment, place of food preparation, type of measures, type of provided services and fullness of provided services. The article pays attention in the classification to economic characteristics of catering services, which are of primary importance for formation of the information system of their accounting. Prospects of further studies are justification of elements of accounting policy of enterprises that provide catering services and study of issues of documenting catering services that would facilitate organisation of their accounting and further development.

Key words: catering, classification, enterprises of restaurant business, business accounting.

Pic.: 1. **Bibl.:** 15.

Nesterenko Oksana O. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Accounting and Auditing, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (vul. Klochkivska, 333, Kharkiv, 61051, Ukraine)

E-mail: akseniya_nest@mail.ru

Korobkina Iryna S. – Senior Lecturer, Department of Accounting and Auditing, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (vul. Klochkivska, 333, Kharkiv, 61051, Ukraine)

Мережа підприємств ресторанного господарства м. Харкова станом на 01.01.2012 р. налічує 2585 підприємств з кількістю 119550 посадочних місць, забезпечення населення місцями в підприємствах ресторанного господарства становить 137,8% [1]. Таким чином, для галузі ресторанного господарства м. Харкова притаманний високий рівень конкуренції.

Постійне прагнення працювати з максимальною економічною віддачею викликає необхідність удосконалювати методи управління бізнесом на підприємствах ресторанного господарства, пропонувати споживачам додаткові послуги, зокрема послуги культурно- і спортивно-розважального характеру та кейтерингу.

Кейтеринг відноситься до одного з напрямів виробничо-торговельної діяльності підприємств і полягає у виїзному (поза місцем розташування закладу) ресторанному обслуговуванні споживачів, а також наданні послуг обслуговування виїзного заходу та реалізації готової продукції, товарів споживачам. Сьогодні близько 80 підприємств Харкова надають послуги кейтерингу. Водночас недостатньо розробленими залишаються проблеми класифікації послуг кейтерингу, знання якої є важливою умовою ефективного управління процесом створення і надання зазначених послуг, організації системи їх облікового відображення, що, безумовно, позначається на якості інформаційного забезпечення управління кейтерингом і зумовлює актуальність проведеного дослідження.

Проблеми економіки та управління в ресторанному господарстві знайшли своє відображення в працях Н. В. Новодворської, Н. О. П'ятницької, Н. І. Морозової, В. В. Смірної, особливостям обліку в підприємствах ресторанного господарства присвячені дослідження В. В. Деркалюк, А. М. Котенко, А. В. Нападовської, А. П. Наріжного, В. П. Русалеева, А. Ю. Солошенко, Т. Г. Степанової, О. В. Чумак, автори В. І. Карсекін, А. А. Мазаракі, Г. Т. П'ятницька присвятили свої дослідження особливостям аналізу, організації та управління підприємств ресторанного господарства.

Слово «кейтеринг», як додаткова послуга чи окремий вид діяльності, увійшло в ужиток працівників сфери ресторанного господарства України порівняно недавно, що пояснює недостатній розгляд його загальноекономічної сутності, недостатню опрацьованість нормативно-правового забезпечення, відсутність класифікації кейтерингу з метою розробки обліково-аналітичного забезпечення для управління даним видом послуг.

Метою статті є теоретичне обґрунтування економічної сутності кейтерингу, дослідження нормативно-правового регулювання діяльності підприємств, які надають послуги кейтерингу, розробка класифікації кейтерингових послуг з метою виявлення особливостей відображення їх в обліку.

Термін «кейтеринг» (*catering*) (у перекладі з англійської означає «громадське харчування»), утворилося від англійського слова «cater», яке означає «обслуговування клієнта», «поставка провізії», «прагнення принести задоволення» [2]. Засновником кейтерингу вважають Жан Франсуа Вателя, який організовував бенкети і розваги ще при дворі Людовіка XIV [3].

На Заході послуги у сфері кейтерингу існують понад сотню років, проте в Україні кейтеринг – порівняно молода галузь бізнесу, їй не більше 10 років. Перша кейтерингова компанія «Обід-доставка» з'явилася в Україні лише в 1995 р., пізніше була перейменована в «Український смак». Водночас обсяг ринку кейтерингу в нашій державі стабільно збільшується, темпи зростання досягають до 20% на рік. Експерти відзначають розвиток кейтерингу в світі на рівні близько 13% щорік, а обсяг світового ринку оцінюють в 70 млрд доларів США [4].

Сьогодні український кейтеринг представлений як приватними підприємствами, що доставляють обіди декільком клієнтам, так і відомими ресторанами і представництвами великих міжнародних компаній. Першим зарубіжним підприємством, яке з'явилося на вітчизняному ринку кейтерингу, стала німецька компанія «Дуссман-Україна», що вийшла на ринок в 1999 р. До найбільш відомих закла-

дів, які надають послуги кейтерингу в Україні, на сучасному етапі є: «Два гусаки», «Засіки», «Гетьман-фуршет», «Київ-Кейтеринг», Royal Catering Service та інші. Практично всі великі кейтерингові компанії мають власні базові кухні, а також складські та підсобні приміщення, в яких працюють кухарі та інший обслуговуючий персонал сфери громадського харчування.

Загальновідомим є те, що цивілізований розвиток будь-якої сфери бізнесу неможливий без дієвого економіко-правового забезпечення. Проте багато питань, що мають важливе значення для подальшого розвитку кейтерингу, залишаються поза правовим полем законодавства України. Зокрема, у нормативно-правових документах, які регулюють діяльність в сфері ресторанного господарства, не наведено визначення кейтерингу, не закріплені основні вимоги до підприємств ресторанного господарства, які надають послуги виїзного ресторанного обслуговування. Зазначені прогалини потребують швидкого вирішення та закріплення на законодавчому рівні термінів і понять, пов'язаних з кейтерингом.

Поняття «кейтеринг» згадується лише в ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація». У стандарті кейтеринг включено до групи 4.4 «Постачання їжі, приготованої централізовано, для споживання в інших місцях», яка охоплює такі види підприємств ресторанного господарства: 4.4.1 фабрику-заготівельню, 4.4.2 фабрику-кухню, 4.4.3 домову кухню, 4.4.4 ресторан за спеціальними замовленнями (*catering*). У стандарті «ресторан за спеціальними замовленнями (*catering*)» трактується як заклад ресторанного господарства, призначений готувати і постачати готову їжу та організовувати обслуговування споживачів в інших місцях за спеціальними замовленнями [8]. Також у стандарті зазначено, що такі заклади можуть обслуговувати бенкети, фірмові прийоми, ділові зустрічі, весілля та інші свята у залах, офісах, на природі, під тентами тощо. Таким чином, у стандарті кейтеринг визначено як окремий вид підприємства ресторанного господарства, а не як додаткову послугу закладу.

На думку Т. Сушальської, кейтеринг – це виїзне ресторанне обслуговування, яке включає в себе вміння не лише смачно приготувати, красиво оформити, але й ефективно подати страви та напої в будь-який час та в будь-якому місці, на яке вкаже клієнт [6, с. 47]. За словами президента Асоціації ресторанного бізнесу Ісаї Фельдмана: «Кейтеринг – це ресторанне обслуговування заходів на природі або в приміщеннях, які не є ресторанами» [7, с. 236 – 242]. Автор Р. А. Браймер зазначає, що кейтеринг – це обслуговування, найчастіше за межами приміщень підприємства харчування [8, с. 200]. Таким чином, в економічній літературі акцентується увага на тому, що кейтеринг належить до послуг, які надаються підприємствами ресторанного господарства. Проте і в стандарті, і в економічній літературі основною ознакою кейтерингу є те, що обслуговування проводиться поза межами закладу ресторанного господарства, у місцях, обраних замовниками кейтерингових послуг.

Проаналізувавши наведені визначення, під кейтерингом пропонуємо розуміти самостійний вид підприємницької діяльності чи додаткову послугу закладу ресторанного господарства, яка полягає в наданні сервісу з організації харчування, виїзного обслуговування заходів різного призначення, роздрібного продажу готових страв і напоїв, у місцях, обраних замовниками.

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 [5], 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 [5]:

- ✦ 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.

Основою побудови системи бухгалтерського обліку будь-якого процесу господарської діяльності є класифікація. Облік покладається на класифікацію як на необхідну частину аналізу [10, с. 68]. Виходячи з економічної сутності активів і пасивів, зобов'язань і власності, статей доходів і витрат, облік розподіляє масу необроблених даних на різні категорії, що дозволяє полегшити подальше угруповання даних і встановити взаємозв'язки між ними. За допомогою класифікації створюється основа для асоціацій, сполучень, розподілу та структуризації даних, що використовуються обліковим персоналом для визначення результатів діяльності будь-яких підприємств. Принципи класифікації слід тлумачити в широкому сенсі, не обмежувати бухгалтерів установленими класифікаціями облікової інформації, а навпаки, стати базисом емпіричного дослідження, що сприятиме вдосконаленню аналізу облікових даних та їх інтерпретації. Саме класифікації ма-

ють бути покладені в основу розробки процедур обліку нових і специфічних операцій сучасних підприємств ресторанного господарства.

На думку Н. О. П'ятницької, кейтерингове обслуговування можна класифікувати за такими ознаками: контингент замовників; місце проведення заходу; повнота циклу або характер наданих послуг [11]. Автор В. В. Архіпов наводить види кейтерингу без виділення класифікаційних груп, зокрема: у приміщенні; поза рестораном; соціальний; виїзний (за договором на постачання продукції); роздрібний продаж готової кулінарної продукції, VIP-кейтеринг [12]. З. Т. Ратова та А. В. Попеляр доповнюють види кейтерингу позиціями: контракт на постачання (доставка в офіс) і кейтеринг напоїв і коктейлів (виїзний бар) [13].

Аналіз літературних джерел дозволив розробити власну класифікацію кейтерингу, в якій приділено увагу економічним характеристикам, які і мають першочергове значення для формування інформаційної системи їх обліку (рис. 1).

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 [14, с. 265]. 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 [13]. 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 на природі (пікніки, барбекю тощо).

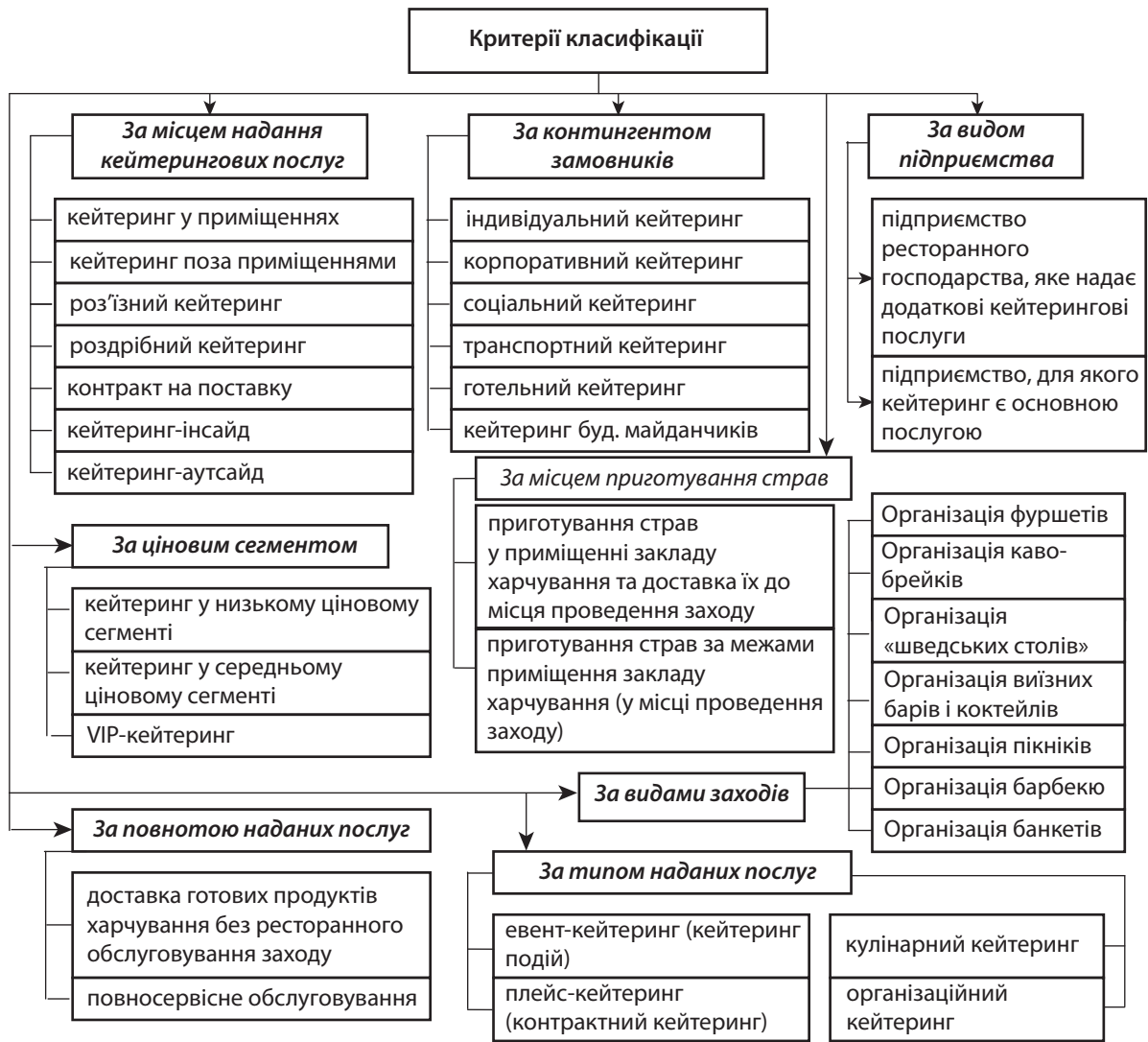


Рис. 1. Класифікація кейтерингу

Для бухгалтерського обліку ознака «місце надання кейтерингових послуг» має значення при розподілі транспортно-заготівельних витрат (ТЗВ). Якщо підприємство надає послуги кейтерингу поза місцем розміщення закладу, ТЗВ складають значну частку в сукупних витратах кейтерингового обслуговування. В обліковій політиці підприємства кейтерингу необхідно визначити порядок обліку ТЗВ: на тому ж субрахунку, що і рух сировини і товарів (прямий спосіб обліку ТЗВ) або загальною сумою на окремому субрахунку «Транспортно-заготівельні витрати» (з розподілом за середнім відсотком в кінці місяця). При обліку ТЗВ на окремому субрахунку їх розподіл є не таким точним, бо сума ТЗВ розподіляється виходячи лише з вартісних характеристик сировини і товарів, що вибули за місяць. У деяких випадках цей метод має великий вплив на розмір фінансових результатів діяльності підприємства кейтерингу в конкретному звітному періоді. На наш погляд, операції по доставці готової продукції є обов'язковою складовою кейтерингу, а тому транспортні витрати повинні включатися в собівартість наданих послуг шляхом їх розподілу між конкретними замовленнями. Базою розподілу таких витрат може виступати або вартість продукції і товарів, переданих замовникам при наданні послуг кейтерингу, або ж кілометри пробігу транспортних засобів до місця проведення заходу.

Першим, найголовнішим і найпоширенішим елементом позиціонування підприємства кейтерингу на ринку є ціна, яким зазвичай користуються фірми-новачки. За ціновим сегментом виділяють: кейтеринг у низькому ціновому сегменті – зазвичай це доставка обідів в офіси, обслуговування заходів з незначною кількістю гостей, доставка готової продукції замовнику без організації обслуговування офіціантами за невисокими цінами; кейтеринг в середньому ціновому сегменті – найбільш розповсюджений на ринку, при цьому у цю групу можуть потрапити як компанії, ціни яких «розташовані» ближче до преміального сегмента (високий середній сегмент), і ті, які «розташувалися» ближче до економічного сегмента (низький середній сегмент); VIP-кейтеринг передбачає виїзне ресторанне обслуговування із залученням висококваліфікованих кухарів, офіціантів, барменів, зазвичай за високими цінами.

Правильна організація обліку та ціноутворення в підприємствах кейтерингу багато в чому залежить від дотримання порядку формування цін на сировину і продукти, що надходять, та цін реалізації готової продукції та покупних товарів. Визначення ціни продажу на кожну страву чи інший вид продукції, у т. ч. гастрономію, на підприємствах кейтерингу повинно здійснюватися за допомогою калькуляції, що оформлюється в калькуляційних картках на кожну страву.

Підставою для складання калькуляційних карток є Збірник рецептур і План-меню. Ціна на продукцію формується на підставі прямих витрат, які включають тільки вартість сировини, а інші елементи витрат і прибуток відображаються в ціні опосередковано, через торгіву надбавку (націнку) [15, с. 267]. Розмір торгової націнки визначається з урахуванням витрат і попиту на продукцію, а також потенціалом кейтерингової компанії, наявністю достатнього капіталу, кваліфікованих кадрів, організацією діяльності, кількості гостей (чим більше гостей, тим дешевше обслуговування з розрахунку на одного гостя), складності меню, програми, сценарію програми свята та переліку додаткових послуг.

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 заходу). У першому випадку кейтерингові компанії на баланс 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 відкриттям 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.

ВИСНОВКИ

Таким чином, кейтеринг як самостійний вид бізнесу обслуговування з'явився на ринку послуг закладів ресторанного господарства України не так давно, але з кожним роком стрімко розвивається і вдосконалюється. Діюча нормативно-законодавча база не розкриває повною мірою специфіки кейтерингу на сучасному етапі розвитку ринкових відносин, тому стає очевидною необхідність розробки нових підходів до визначення, класифікації кейтерингу з метою впорядкування інформації про цей новий вид послуг в системі бухгалтерського обліку. Розроблена в дослідженні класифікація кейтерингу має бути покладеною в основу розробки методики формування інформаційних ресурсів управління підприємствами, які надають послуги кейтерингу в системі бухгалтерського обліку, що дозволить уникнути перекручування обліково-інформаційних ресурсів, підвищити ймовірність досягнення поставлених цілей і забезпечити функціонування та розвиток підприємства кейтерингу в майбутньому. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Департамент підприємництва та споживчого ринку Харківської міської ради. Громадське харчування. [Електрон-

ний ресурс] – Режим доступу : <http://www.uprcity.kharkov.ua/page/12>

2. Англо-русский словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.emotion-labs.com/services/online/lite/?text=catering&dict=3>

3. Об услуге : выездное обслуживание (кейтеринг) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://kordelia.kiev.ua/index-4.htm>.

4. Украинский рынок кейтеринга активно развивается [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://cateringconsulting.ru/publications/ukrainskiy-rynok-keyteringa-aktivno-razvivaetsya>

5. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства [затверджені Наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. – № 219] [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/>

6. Сушальская Т. Кейтеринг: новые возможности ресторанный бизнеса / Т. Сушальская // Бухгалтерия. – 2008. – № 21. – С. 47.

7. Васютинська Р. Ресторан – це коли або пан, або пропав / Р. Васютинська, О. Тарасова // Галицькі контракти. – 2003. – № 6. – С. 236 – 242.

8. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исмаев и др. ; под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой. – М. : КНОРУС, 2005. – 567 с.

9. Заклади ресторанного господарства. Класифікація : ДСТУ 4281:2004. – [Чинний від 2004–07–01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 18 с.

10. Нарібаєв К. Н. Организация бухгалтерського учета в США / К. Н. Нарібаєв. – М. : Финансы, 1979. – 152 с.

11. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник / За ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2011. – 584 с.

12. Архипов В. В. Організація ресторанного господарства / В. В. Архипов. – К. : Центр навчальної літератури ; «Інкос», 2007. – 280 с.

13. Ратова З. Т. Організація кейтерингу в Україні в умовах економічної кризи / З. Т. Ратова, А. В. Попеляр [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intkonf.org/ratova-zt-popelyar-av-organizatsiya-keyteringu-v-ukrayini-v-umovah-ekonomichnoyi-krizi>

14. Кононенко Т. П. Сучасний кейтеринг та обладнання / Т. П. Кононенко, В. О. Єфімова // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі : зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2006. – Вип. 2 (4). – С. 264 – 270.

15. Котенко Л. М. Облік товарних операцій в підприємствах торгівлі та ресторанного господарства : [навч. посібник] / Л. М. Котенко, Н. В. Манжос, Н. В. Бойченко – Харків : Харк. Держ. ун-т харч. та торгівлі, 2008. – 323 с.

REFERENCES

“Anglo-russkiy slovar” [English-Russian dictionary]. <http://www.emotion-labs.com/services/online/lite/?text=catering&dict=3>

Arhipov, V. V. *Orhanizatsiia restorannoho hospodarstva* [Organization of restaurants]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury; Inkos, 2007.

Dracheva, E. L., Zabaev, Yu. V., and Ismaev, D. K. *Ekonomika i organizatsiia turizma. Mezhdunarodnyy turizm* [Economy and tourism organization. International tourism]. Moscow: KNORUS, 2005.

Departament pidpriemnytstva ta spozhyvchoho rynku Kharkivskoi miskoi rady. <http://www.uprcity.kharkov.ua/page/12>

Kononenko, T. P., and Yefimova, V. O. “Suchasnyi keiterynh ta obladnannia” [Modern catering equipment]. *Prohresyvni tekhnika ta tekhnologii kharchovykh vyrobnytstv restorannoho hospodarstva i torhivli*, no. 2 (4) (2006): 264-270.

Kotenko, L. M., Manzhos, N. V., and Boichenko, N. V. *Oblik tovarnykh operatsii v pidpriemstvakh torhivli ta restorannoho hospodarstva* [Accounting transactions in commodity trade and restaurants]. Kharkiv: KhDUKht, 2008.

[Legal Act of Ukraine] (2004).

[Legal Act of Ukraine] (2002). <http://zakon4.rada.gov.ua/>
Naribaev, K. N. *Organizatsiia bukhgalterskogo ucheta v SShA* [Accounting organization in the United States]. Moscow: Finansy, 1979.

Orhanizatsiia obsluhovuvannia u zakladakh restorannoho hospodarstva [Organization of services in institutions restaurants]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 2011.

“Ob uslugue : vyezdnoe obsluzhivanie (keytering)” [About the service: catering (catering)]. <http://kordelia.kiev.ua/index-4.htm>

Ratova, Z. T., and Popeliar, A. V. “Orhanizatsiia keiterynhu v Ukraini v umovakh ekonomichnoi kryzy” [Organization Catering in Ukraine during the economic crisis]. <http://intkonf.org/ratova-zt-popelyar-av-organizatsiya-keyteringu-v-ukrayini-v-umovah-ekonomichnoyi-krizi>

Sushalskaia, T. “Keytering: novye vozmozhnosti restorannogo biznesa” [Catering: new opportunities restaurant business]. *Bukhgalteriia*, no. 21 (2008): 47-.

“Ukrainskiy rynek keyteringa aktivno razvivaetsia” [Ukrainian catering market is actively developing]. <http://cateringconsulting.ru/publications/ukrainskiy-rynok-keyteringa-aktivno-razvivaetsya>

Vasiutynska, R., and Tarasova, O. “Restoran - tse koly abo pan, abo propav” [Restaurant - when either sink or swim]. *Halytski kontrakty*, no. 6 (2003): 236-242.