

І.М. Вигівська, к.е.н., доц.

Житомирський державний технологічний університет

В.К. Макарович, к.е.н.

Е.О. Сіра, к.е.н.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

## Особливості формування облікової політики кейтерингової компанії

*Ресторанний бізнес в Україні розвивається достатньо динамічно. Сьогодні послуги виїзного обслуговування вже стали невід'ємною частиною організації будь-якого ділового процесу. Недостатній рівень теоретичних та практичних напрацювань вітчизняних вчених у питаннях кейтерингу актуалізують дослідження організації їх облікового процесу. Розглянуто одну із новітніх для українського ресторанного ринку послуг – кейтеринг. Визначено, що кейтеринг є сервісною діяльністю сфери ресторанного бізнесу, метою якого є задоволення суспільних та індивідуальних потреб населення. При цьому основною особливістю кейтерингу є обслуговування за межами приміщень закладів ресторанного господарства, у місцях, обраних замовниками кейтерингових послуг. Виділено два напрямки кейтерингу: корпоративне обслуговування та індивідуальне обслуговування, що впливають на організацію облікових процесів. Викладено авторську позицію щодо виокремлення окремих положень облікової політики кейтерингової компанії, в якій необхідно передбачити специфіку обліку товарних запасів і тари, їх переоцінки, товарних втрат, знижок та програм лояльності, ціноутворення, склад прямих та непрямих витрат, особливості їх розподілу, методи обліку витрат та калькулювання, тощо.*

**Ключові слова:** кейтеринг; ресторанний бізнес; облік; організація; облікова політика; калькулювання.

**Постановка проблеми.** Присутність конкуренції на ринку ресторанних послуг ставить перед підприємствами ресторанного бізнесу ряд завдань щодо збільшення ефективності виробництва, а зростання конкурентоспроможної позиції пов'язано, в першу чергу, із впровадженням у практику ведення бізнесу сучасних форм обслуговування, серед яких варто виділити послуги кейтерингу. Відповідно до того, що подібні послуги є новими для українського ринку, існує проблема недостатнього дослідження особливостей організації бухгалтерського обліку кейтерингу на підприємствах ресторанного бізнесу. Це, в свою чергу, зумовлює необхідність поглибленого вивчення складових організації обліку в даному напрямку задля налагодженості облікового процесу на підприємствах ресторанного бізнесу та ефективного управління суб'єктом господарювання із використанням, отриманого від системи бухгалтерського обліку, інформаційного забезпечення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженнями проблем розвитку ресторанного бізнесу займалися такі науковці, як: О.Л. Борисова, В.М. Зайцева, О.А. Мельниченко, Г.Т. П'ятницька, Т.І. Ткаченко, В.О. Шведун та інші. Проте, проблемні питання формування облікової політики щодо кейтерингу ще недостатньо вивчена та потребує подальших досліджень.

**Метою дослідження** є вточнення та обґрунтування положень облікової політики кейтерингової компанії, враховуючи особливості її діяльності

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Термін «кейтеринг» походить від англійського дієслова «cater», що в перекладі означає «поставляти провізію», «обслуговувати споживачів», та словосполучень «public catering» – ресторанне господарство, а також «catering trade» – ресторанний бізнес [2, с. 314]. Під цим терміном розуміють виїзне ресторанне обслуговування, що містить у собі вміння не лише смачно приготувати, гарно оформлювати, але й ефективно подавати їжу та напої в будь-який час та у будь-якому місці, яке покаже клієнт.

Нестеренко О.О. [3, с. 252] кейтеринг розглядає як самостійний вид підприємницької діяльності чи додаткову послугу закладу ресторанного господарства, що полягає у наданні сервісу із організації харчування, виїзного обслуговування заходів різного призначення, роздрібного продажу готових страв і напоїв, у місцях, обраних замовниками.

П'ятницька Н. [5, с. 1] пропонує сутність кейтерингового обслуговування розглядати у такому ракурсі: ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) забезпечує замовнику приготування і доставку готової продукції ресторанного господарства у зазначене місце (додому, в офіс, на робоче місце, у місце відпочинку тощо), а також ресторанне обслуговування святкового заходу із наданням різних сервісних послуг.

Тихомирова О. [7] під кейтерингом розглядає діяльність підприємства індустрії гостинності, що полягає у наданні послуг з організації харчування за місцем розташування, заданої сторонніми

організаціями та приватними особами, враховуючи організацію виїзного обслуговування заходів різного призначення і роздрібний продаж продукції гастрономії, та із залученням усіх підприємств і служб, наданням підрядних послуг з організації харчування. Послуги з організації і проведення кейтерингу (в тому числі по доставці продукції на замовлення споживачів і виїзне обслуговування) належать до додаткових послуг громадського харчування.

Чумак О.В. під кейтерингом розуміє «вид продукту» підприємств ресторанного господарства, пов'язаний із наданням послуг на віддалених точках: приготування та доставка готової їжі, організація харчування співробітників компаній і приватних осіб, виїзне обслуговування заходів, роздрібний продаж готової кулінарної продукції [8, с. 25].

Вважаємо, що кейтеринг є сервісною діяльністю сфери ресторанного бізнесу, метою якого є задоволення суспільних і індивідуальних потреб населення. Основною особливістю кейтерингу є обслуговування за межами приміщень закладів ресторанного господарства, у місцях, обраних замовниками кейтерингових послуг.

П'ятницька Н.О. кейтерингове обслуговування розглядає за такими ознаками: контингент замовників; місце проведення заходу; повнота циклу або характер наданих послуг [5].

Архипов В.В. розрізняє кейтеринг за такими видами, як: у приміщенні; поза рестораном; соціальний; виїзний (за договором на постачання продукції); роздрібний продаж готової кулінарної продукції, VIP-кейтеринг [1].

Ратова З.Т. та А. В. Попеляр доповнюють види кейтерингу позиціями: контракт на постачання (доставка в офіс) і кейтеринг напоїв і коктейлів (виїзний бар) [6].

Нестеренко О.О., І.С. Коробкіна акцентують увагу на класифікації кейтерингових послуг із врахуванням особливостей організації обліку та пропонують класифікувати кейтеринг за ознаками: місце надання кейтерингових послуг; контингент замовників; вид підприємства; ціновий сегмент; місце приготування страв; вид заходів; тип наданих послуг; повнота наданих послуг [3]. Кейтерингові послуги умовно можна поділити на два основні напрямки (рис. 1).



Рис. 1. Напрями кейтерингових послуг [3]

Організація кейтерингу – процес складний і багатогранний, що містить у собі загальну концепцію майбутнього заходу. Специфіка кейтерингових послуг полягає в тому, що кейтеринг поєднує в собі елементи виробничо-торгівельної діяльності та організаційно-розважальної діяльності. Це зумовлює специфіку організації облікового процесу на підприємствах ресторанного господарства, які надають кейтерингові послуги, що містить у собі поєднання послуг, характерних для підприємств ресторанного бізнесу і невластивих підприємствам даної сфери, тобто при наданні послуг із приготування і організації харчування надаються послуги із транспортування готової продукції, а також додаткові послуги з надання в оренду обслуговуючого персоналу, наметів, іншого обладнання, художнього і музичного супроводу замовлених заходів тощо. Проце надання кейтерингових послуг передбачає такі господарські операції: реалізація організації-замовнику продукції гастрономії; надання послуг із доставки продукції гастрономії на місце проведення заходу замовника; надання послуг з обслуговування гостей на заході замовника офіціантами; реалізація розважальної програми тощо.

Під раціональною організацією бухгалтерського обліку варто розуміти систему елементів і засобів найбільш оптимальної побудови облікового процесу, з метою отримання достовірної, своєчасної і доречної (корисної) для управління інформації про діяльність підприємства та здійснення контролю за ефективністю використання виробничих ресурсів [4, с. 43].

Організація обліку кейтерингових послуг є законодавчо нерегламентованою та потребує регламентації обліковою політикою. Облікова політика зумовлена потребою визначення меж конкретизації даних обліку для управлінців різних рівнів.

Обліковою політикою створюються передумови повного відображення об'єктів обліку в обліковій системі шляхом застосування обґрунтованих методів, які формують вартісні показники для забезпечення дотримання таких характеристик обліку, як повнота, точність, оперативність та достовірність.

При формуванні облікової політики підприємств ресторанного бізнесу, перш за все, необхідно звернути увагу на функції, які виконує підприємство. На практиці діяльність підприємств і підрозділів ресторанного бізнесу охоплює три взаємопов'язані функції, а саме: виробництво, торгівлю, організацію

споживання. Кейтеринг при цьому додатково враховує функції транспортування та надання цілого комплексу додаткових послуг. При формуванні облікової політики важливо визначити співвідношення цих функцій (рис. 2).

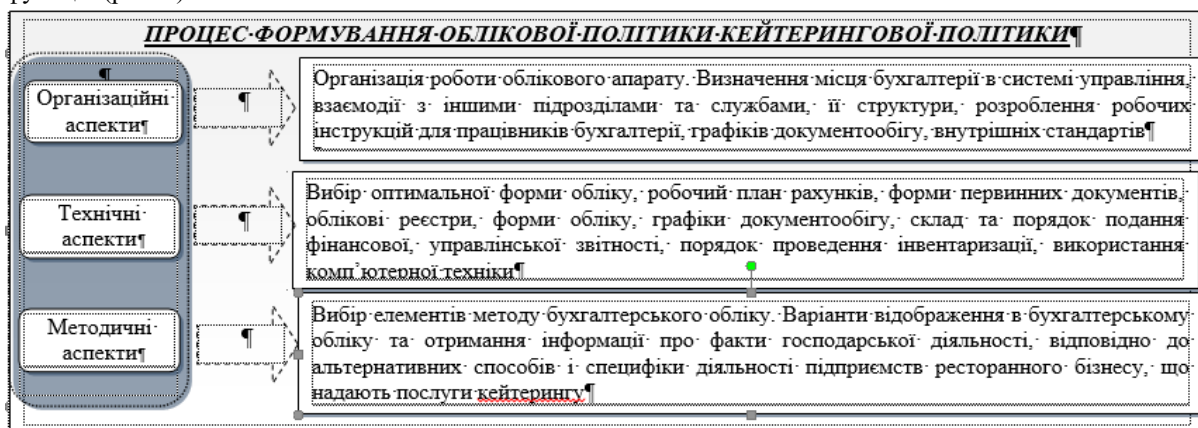


Рис. 2. Складові облікової політики кейтерингової компанії

В обліковій політиці підприємств ресторанного бізнесу, при наданні кейтерингових послуг, вважаємо за необхідне передбачити специфіку:

- обліку товарних запасів у бухгалтерії;
- обліку товарних втрат: нормовані і ненормовані втрати, взаємозалік недостач одних товарів надлишками інших, природний спад, норми природного збитку, товарні втрати при транспортуванні, зберіганні і реалізації, облік втрат внаслідок бою, зламу і псування;
- обліку переоцінки продуктів;
- обліку тари;
- обліку сировини у виробництві і обліку випуску продукції;
- обліку посередницьких послуг;
- обліку основних засобів;
- обліку спеціального форменого одягу;
- обліку одноразового посуду, паперових серветок, скатертин тощо;
- обліку транспортних витрат, обліку ТЗВ, на тому ж субрахунку, що й рух сировини і товарів (прямий спосіб обліку ТЗВ) або загальною сумою на окремому субрахунку «Транспортно-заготівельні витрати» (з розподілом за середнім відсотком у кінці місяця);
- обліку витрат на медичні огляди працівників;
- оформлення операцій первинними документами;
- особливості формування фактичної собівартості послуг кейтерингу. Розподіл видатків між різними функціями діяльності підприємств ресторанного бізнесу;
- особливості бухгалтерського обліку продукції власного виробництва та покупних товарів при наданні кейтерингових послуг;
- калькулювання продажних цін кейтерингу: формування ціни продажу на готову продукцію, націнка, складання калькуляційного розрахунку, порядок складання плану-меню;
- порядок і терміни визнання доходів, облік знижок і бонусів;
- особливості обліку витрат: витрати на придбання товарно-матеріальних цінностей, паливно-мастильних матеріалів, витрати на оплату виступу музикантів і артистів, інші витрати, що враховуються при визначенні фінансових результатів тощо.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, в ході дослідження встановлено, щодо основних положеннях облікової політики кейтерингової компанії слід віднести: специфіку обліку товарних запасів; обліку товарних втрат: нормовані і ненормовані втрати, взаємозалік недостач одних товарів надлишками інших, природний спад, норми природного збитку, товарні втрати при транспортуванні, зберіганні і реалізації, облік втрат внаслідок бою, зламу, і псування; обліку переоцінки продуктів; обліку тари; обліку сировини у виробництві і облік випуску продукції; обліку посередницьких послуг; обліку основних засобів; обліку спеціального форменого одягу; обліку одноразового посуду, паперових серветок, скатертин тощо; обліку транспортних витрат, обліку ТЗВ; обліку витрати на медичні огляди працівників; оформлення операцій первинними документами; особливостях формування фактичної собівартості послуг кейтерингу; розподілі видатків між різними функціями діяльності підприємств ресторанного бізнесу; особливості бухгалтерського обліку продукції власного виробництва та покупних товарів при наданні кейтерингових послуг; калькулювання продажних цін кейтерингу: формування ціни продажу на готову продукцію, націнка, складання калькуляційного розрахунку,

порядок складання плану-меню; порядок і терміни визнання доходів, облік знижок і бонусів; особливості обліку витрат: витрати на придбання товарно-матеріальних цінностей, паливно-мастильних матеріалів, витрати на оплату виступу музикантів і артистів, інші витрати, що враховуються при визначенні фінансових результатів тощо.

Визначені вище положення облікової політики сприяють раціональній організації бухгалтерського обліку кейтерингу, формуванню достатнього інформаційного забезпечення управління діяльністю кейтеринговою компанією та у подальшому дозволять визначити проблемні питання методики обліку кейтерингу і окреслити напрями їх вирішення.

#### Список використаної літератури:

1. *Архіпов В.В.* Організація ресторанного господарства / *В.В. Архіпов*. – К. : Центр навчальної літератури «Інкос», 2007. – 280 с.
2. *Івашина Л.Л.* Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні / *Л.Л. Івашина* // Глобальні та національні проблеми економіки. – Миколаїв : Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – 2017. – Вип. 7. – С. 314–317 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/67.pdf>.
3. *Нестеренко О.О.* Класифікація кейтерингових послуг для організації їх обліку / *О.О. Нестеренко, І.С. Коробкіна* // Бізнес Інформ. – 2014. – № 4. – С. 251–256.
4. *Нор-Аревян Г.Г.* Принципы формирования учетного процесса / *Г.Г. Нор-Аревян* // Современные наукоемкие технологии. – 2006. – № 1. – С. 43–45.
5. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства ; за ред. *Н.О. П'ятницької*. – 2-ге вид. перероб. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2011. – 584 с.
6. *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-avorganizatsiya-keyteringu-v-ukrayini-v-umovah-ekonomichnoyi-krizi>.
7. *Тихомирова Е.* Кейтеринг: документальное оформление, бухучет и налоги / *Е.Тихомирова* [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <https://ilex.by/kejtering-dokumentalnoe-oformlenie-buhuchet-nalogi/>.
8. *Чумак О.В.* Управління витратами в інформаційно-аналітичній системі підприємств ресторанного господарства : монографія / *О.В. Чумак, І.С. Андрищенко*. – Харків : Видавець Іванченко І.С., 2016. – 268 с.

#### References:

1. Arhipov, V.V. (2007), *Organizacija restorannogo gosподarstva*, Centr navchal'noi' literatury «Inkos», K., 280 p.
2. Ivashyna, L.L. (2017), «Perspektyvy ta problemy kejteryngu v Ukraini, Global'ni ta nacional'ni problemy ekonomiky», *Mykolai'vs'kyj nacional'nyj universytet imeni V.O. Suhomlyns'kogo*, Mykolai'v, Iss. 7, pp. 314–317, available at: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/67.pdf>
3. Nesterenko, O.O. and Korobkina, I.S. (2014), «Klasyfikacija kejteryngovyh poslug dlja organizacii' ih obliku», *Biznes Inform*, No. 4, pp. 251–256.
4. Nor-Arevyan, G.G. (2006), «Printsipy formirovaniya uchetnogo protsesssa», *Sovremennyye naukoemkie tekhnologii*, No. 1, pp. 43–45.
5. P'jatnyts'koi', N.O. (ed.) (2011), *Organizacija obslugovuvannja u zakladah restorannogo gosподarstva*, 2<sup>nd</sup> pererob. i dop., Centr navchal'noi' literatury, K., 584 p.
6. Ratova, Z.T. and Popeljar, A.V. «Organizacija kejteryngu v Ukraini v umovah ekonomichnoi' kryzy», available at: <http://intkonf.org/ratova-zt-popelyar-avorganizatsiya-keyteringu-v-ukrayini-v-umovah-ekonomichnoyi-krizi>
7. Tikhomirova, E. «Keitering: dokumental'noe oformlenie, bukhuchet i nalogi», available at: <https://ilex.by/kejtering-dokumentalnoe-oformlenie-buhuchet-nalogi/>
8. Chumak, O.V. and Andriushhenko, I.S. (2016), *Upravlinnja vytratamy v informacijno-analitychnij systemi pidpryemstv restorannogo gosподarstva*, monografija, Vydavec' Ivanchenko I.S., Harkiv, 268 p.

**Вигівська** Ірина Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету.

Наукові інтереси:

- проблеми облікового забезпечення управління господарською діяльністю.

**Макарович** Вікторія Костянтинівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Наукові інтереси:

- обліково-аналітичне забезпечення діяльності підприємств ресторанного бізнесу;
- обліково-аналітичне забезпечення фінансових інструментів.

**Сіра** Євеліна Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичної інфраструктури та сервісу ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Наукові інтереси:

- туристична інфраструктура.

Стаття надійшла до редакції 26.01.2018.