

УДК 336.2  
МРНТИ 06.35.31  
DOI 10.56525/SFMD2020

## **РЫНОК КЕЙТЕРИНГОВЫХ УСЛУГ И ОСОБЕННОСТИ ЕГО УЧЕТА**

**МАНГИБАЕВА Д.Д.**  
Каспийский университет технологий  
и инжиниринга им.Ш.Есенова,  
г.Актау Республика Казахстан  
e-mail:dina.mingibayeva@yu.edu.kz

**Аннотация.** В статье рассматривается организация учета кейтеринговых услуг, которые включают в себя питание и полный спектр обслуживания сотрудников компаний по месту их нахождения, установленному заказчиком. Услуги кейтеринговых услуг пользуются растущим спросом, продолжают развиваться и совершенствоваться из-за увеличения конкуренции в этой сфере и серьезных социально-экономических последствий пандемии. Основными потребителями общественного питания в Казахстане являются корпоративные клиенты, которые составляют 65% всех заказов. В работе анализируются текущее состояние и перспективы кейтеринга на казахстанском рынке, выделяются его ключевые сегменты: выездное обслуживание, корпоративное питание и бортовое питание. Также рассматриваются нормативно-правовые аспекты организации кейтеринга в Казахстане, вопросы документального оформления и учета операций. Результаты исследования имеют практическую значимость для кейтеринговых предприятий, особенно в контексте специфики документов и бухгалтерских проводок. Учитывая расширение данного вида услуг на отечественных предприятиях и периодически вводимые ограничения на социальные контакты из-за пандемии, возрастает необходимость в совершенствовании методов и форм обслуживания в сфере общественного питания, а также в оптимизации учета затрат.

**Ключевые слова:** общественное питание, услуга, кейтеринг, потребитель, учет, контроль, производство, транспортировка, калькуляция, себестоимость

### ***Введение***

Организация учета имеет свои особенности, связанные со спецификой работы предприятия. Кейтеринг, который включает в себя организацию питания и полный спектр услуг для сотрудников в выбранных заказчиком местах, представляет собой сложный и многосторонний процесс, требующий тщательного рассмотрения.

Основными клиентами в сфере общественного питания в Казахстане являются корпоративные заказчики, которые составляют около 65% от общего объема заказов. В начале развития этой сферы преобладали иностранные компании, однако сейчас казахстанские предприятия занимают около 75% корпоративных заказов. Внутренний рынок сосредоточен в основном в двух крупных городах — Астане и Алматы. По данным на 2022-2023 годы, рынок общественного питания в Алматы составил 56% от общего объема в стране, в то время как Астана заняла лишь 23%. Остальные регионы суммарно составляют 21% рынка. Согласно информации Казахстанской ассоциации общественного питания, к концу 2020 года в результате пандемии около 60% ресторанов, баров и кафе приостановили свою деятельность, 20% из них закрылись навсегда, не успев адаптироваться к новым условиям и запустить доставку [1].

Цель исследования заключается в изучении особенностей учета услуг общественного питания для повышения эффективности использования товарно-материальных запасов и оптимизации затрат на услуги. Для достижения этой цели были решены следующие задачи: определение понятий и классификация видов услуг общественного питания; изучение методологии учета этих услуг; описание организации учета предоставляемых услуг.

### ***Материалы и методы исследования***

В исследовательской статье используется логический подход для изучения данной темы, включающий методы наблюдения, оценка и обработка материалов, методы анализа и сравнения, а также графическое представление данных.

Эти методы позволяют учитывать, как специфические этой отрасли услуг, так и открывают новые возможности для качественного достижения регионального устойчивого развития.

Для написания статьи использовались статистические данные, предоставленные официальными государственными органами. Обширная база данных предоставляет отличную возможность для анализа, позволяя выявить основные проблемы.

### ***Обсуждение и результаты исследования***

Кейтеринг охватывает различные направления в сфере общественного питания и сопутствующих услуг досуга и развлечений. Спрос на услуги специализированных организаций в этой области растет, особенно среди крупных и средних предприятий [2]. По данным исследования Е. Санаубаровой, в 2011 году услуги общественного питания на казахстанском рынке только начинали развиваться, занимая всего 3-4 %, в то время как в Европе этот сегмент составлял 31,5 % [3]. Учитывая последствия пандемии Covid-19, эти показатели значительно увеличились как в Казахстане, так и в мире.

Обзор литературы показал, что на сегодняшний день нет единого определения понятия «общественное питание». Термин «кейтеринг» происходит от английского слова «cater», что означает «поставлять еду». Согласно ГОСТ 3 31985-2013, кейтеринг представляет собой деятельность предприятий общественного питания, связанной с организацией питания в выбранных сторонними лицами местах, включая выездные мероприятия и розничную продажу продуктов [4].

Телепченкова Н.В. подчеркивает, что ключевой особенностью кейтеринга является его мобильность и гибкость, что отличает его от других форм общественного питания. Она утверждает, что кейтеринг способен удовлетворить любые запросы клиентов при планировании и организации различных мероприятий [5]. Акулич М. выделяет несколько видов услуг в общественном питании, таких как социальное и выездное питание, услуги на месте, питание вне ресторанов, розничная торговля и VIP-питание [6].

Исследования Авдеева В. [3], Кажмухаметовой А., Тусибаевой Г., Акимовой Б. [7] и других специалистов освещают особенности учета в сфере общественного питания. Анализ темы показывает, что выбор методологии бухгалтерского, налогового и финансового учета уникален для каждого предприятия и зависит от множества факторов. Развитие рынка услуг общественного питания в Казахстане требует комплексного изучения документооборота, налогового учета, правовых аспектов, а также методов синтетического и аналитического учета операций.

Услуги общественного питания начали активно развиваться на мировом рынке в начале XX века, во время масштабного строительства в США. В Европе кейтеринг стал популярным способом обеспечения питания для рабочих крупных промышленных предприятий и офисов. На казахстанском рынке выделяются три ключевых сегмента: выездное, корпоративное обслуживание и бортовое питание. Популярность этих услуг объясняется широким спектром предлагаемых услуг, где корпоративное питание включает организацию больших мероприятий с полным обеспечением всем необходимым.

Основные операции в общественном питании связаны с производством и организацией питания, а также закупками товаров у поставщиков. Услуги предоставляются

на основании договора, где одна сторона (исполнитель) обязуется предоставить услуги, а другая (заказчик) — оплатить их [7].

Согласно Закону Республики Казахстан от 12.04.2004 № 544-ІІ «О регулировании торговой деятельности», были разработаны «Правила внутренней торговли» от 27.03.2015 № 264, которые регулируют торговлю в сфере общественного питания и устанавливают обязательные требования для организаций, осуществляющих предпринимательскую деятельность в этой области [8].

Акт закупки используется в тех случаях, когда необходимо приобретение продуктов питания и товаров не у поставщиков, а на рынке или в крупных магазинах. Если акт не составлен, то оформляется акт приемки запасов на складе. Товары регистрируются на складе по цене без торговой наценки. На основании счетов-фактур они отправляются в основное производство, а после переработки — на продажу. Товары, не требующие кулинарной обработки, направляются в мелкие торговые сети, столовые и буфеты. Их оценка осуществляется по двум ценам: по себестоимости и с наценкой. Для товаров, предназначенных для продажи без переработки, наценка добавляется.

С.С. Кожобекова и другие исследователи подчеркивают важность учета двух типов цен: себестоимости и отпускной цены с учетом наценки, применяемых к товарам, которые отправляются со склада в производство и на реализацию, а также к продуктам, не требующим обработки для продажи в мелкорозничной сети и других торговых точках [9].

Учет на складах осуществляется по методу оборотно-сальдовой ведомости. Товарная книга передается под расписку бухгалтерии, а после ее заполнения заведующий складом возвращает ее обратно. В этой книге для каждого наименования товара создается отдельная карточка или выделяются страницы по сортам. В конце месяца проводится инвентаризация, сверка данных с товарной книгой и составление описи остатков.

Организация-исполнитель обязана отразить услуги, оказанные заказчику, в бухгалтерском и налоговом учете. Если заказчиком является организация, то расходы на оплату услуг общественного питания также должны быть учтены. Вся информация о движении запасов в организации, предоставляющей услуги общественного питания, учитывается на счетах подраздела 1300 «Запасы». Поступления и производство до стадии готовой продукции регистрируются в соответствии со счетами-фактурами, предназначенными для этой сферы. В таблице 1 отображены операции по движению запасов до их превращения в готовую продукцию.

Таблица 1 - Бухгалтерские операции по оприходованию продуктов питания

№	Содержание операции	Дебет	Кредит
1	Приемка продуктов питания от поставщиков	1310 «Сырье и материалы», 1331 «Товары на складе»	3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам»
2	НДС, начисленный на сумму, указанную поставщикам	1420 «Налог на добавленную стоимость»	3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам»
3	Продукция, выпущенная в основное производство	8110 «Основное производство»	1310 «Сырье и материалы»
4	Готовое блюдо из производства было реализовано	1320 «готовые изделия»	8110 «Основное производство»

5	Выпущенные в продажу товары, не требующие кулинарной обработки	1332 «Розничная торговля товарами»	1331 «Товар на складе»
6	Стоимость товаров, отпущенных в продажу, увеличилась: - на сумму торговой наценки - на сумму НДС, включенного в цену	1332 «Розничная торговля товарами»	1333 «Торговая наценка» 1334 «НДС в цене товаров»

Если организация предоставляет услуги по продаже продуктов питания и другим видам общественного питания, для отдельного учета выручки и финансовых результатов от розничной торговли и прочих услуг могут быть открыты субсчета второго порядка [11].

Оприходование запасов в общественном питании ведется по массе непереработанного сырья (брутто), а отпуск полуфабрикатов — по массе нетто. Списание реализованных товаров происходит по ценам сырья, установленным в калькуляционной карточке. Себестоимость каждого блюда рассчитывается в этой карточке по нормам вложенности, закрепленным в сборниках рецептов. Калькуляционная карточка позволяет определить себестоимость продукции, что является важной особенностью учета в сфере общественного питания.

Услуги общественного питания предоставляются по заказам предприятий, а ассортимент продуктов планируется на основе плана-меню, который включает список блюд, их количество и краткое описание гарниров. Блюда готовятся согласно согласованному с заказчиком плану-меню.

Заведующий складом по запросу выписывает накладную на поставку сырья. Для упрощения документооборота используют сводный документ-требование, который объединяет заказ на отпуск товарно-материальных ценностей и расходную накладную. Затем заведующий цехом принимает запасы по количеству, качеству и состоянию, что необходимо для расчета норм вложения в калькуляцию. Сырье на складе оценивается по себестоимости, в производстве — по продажной стоимости, установленной в карте цен. После расчета себестоимости блюда/заказа в карте цен определяются производственные затраты для установления продажной цены. По завершении производства готовая продукция передается в точки продажи на основании накладных.

Акт о реализации кухонной продукции оформляется после отпуска готовой продукции из цеха. Общая сумма реализованной продукции должна соответствовать условиям договора между заказчиком и исполнителем. Реализация услуг общественного питания осуществляется по схемам активных и пассивных продаж.



Рисунок 1. Система активных и пассивных продаж при оказании услуг общественного питания (Составлено автором на основе источников [3, 9, 10])

Комиссия проводит инвентаризацию запасов на производстве не реже двух раз в месяц, а фактические остатки оформляются с помощью «Акта о списании остатков продукции и полуфабрикатов». Выручка от услуг общественного питания регламентируется договором, в котором учитываются МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями». Выручка фиксируется при поступлении наличных и на банковские счета. Правильное отражение доходов от продаж продукции и услуг позволяет учесть выручку организации и выявить затраты на производство. Расходы и доходы должны отражаться в учете по мере возникновения операций, договоров или событий. После продажи готовой продукции и полуфабрикатов рассчитывается реализованная торговая наценка. В конце месяца наценки корректируются методом «красного сторно».

В заключении, исследование определяет стоимость услуг общественного питания в республике в условиях пандемии Covid-19. Установлено, что рынок общественного питания сосредоточен в основном в Астане и Алматы. Неспособность ряда предприятий адаптироваться к новым условиям привела к их закрытию или приостановке работы. Исследование помогает лучше понять услуги общественного питания как сложный технологический и управленческий процесс. Специфика выездной службы включает различные аспекты, такие как специальный транспорт и запас продуктов, что требует эффективного учета запасов и оптимизации затрат.

Учет услуг общественного питания требует отражения процесса приготовления пищи, а также хранения, транспортировки и продажи продукции. Главное отличие общественного питания от кейтеринга в том, что в цену включается стоимость сырья и других элементов, в то время как доходы учитываются косвенно через торговую наценку. Результаты исследования имеют практическое значение для предприятий, поскольку услуги общественного питания широко востребованы в Казахстане, и в условиях пандемии возникает необходимость в совершенствовании этих услуг и связанных с ними процедур учета затрат.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Каким ресторанам удалось выстоять в 2020 году // [kapital.kz/business/92170/kakim-restoranam-udalos-vystoyat-v-2020-godu.html](http://kapital.kz/business/92170/kakim-restoranam-udalos-vystoyat-v-2020-godu.html).
2. Авдеев В. Учет услуг кейтеринга / Аудит и налогообложение, 2011. – № 5. – Мудрый экономист.ru/poleznoe.
3. Санаубарова Е. Развитие казахстанского рынка Кейтеринга, направленного на конкурентоспособность услуги и удовлетворение клиентов // Вестник КазЭУ. – Караганда. 2018. – <https://articlekz.com/> статья27687.
4. ГОСТ 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения» // [https://online.zakon.kz/m/Document/?doc\\_id=31624094](https://online.zakon.kz/m/Document/?doc_id=31624094).
5. Телепченкова Н. В. Кейтеринг: организация выездного ресторанного обслуживания / Москва: Гос. ун-т упр., 2015. – 147 с.
6. Акулич М. Кейтеринг / Москва: Издательская система Ридеро, 2020. – 225 с.
7. Кажмухаметова А., Тусибаева Г., Акимова Б. Учетная составляющая финансовых результатов предприятий общественного питания // Вестник КазУЭФМТ. – 2020. – № 4. – С. 225-232.
8. Закон Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-ІІ «О регулировании торговой деятельности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.07.2021 г.) // [online.zakon.kz/Document?doc\\_id](http://online.zakon.kz/Document?doc_id).
9. Кожабеков С.С., Сулеева С.Е., Карымсаков А.К. Бухгалтерский учет в ресторане ҚАЗАҚ ЭКОНОМИКА, ҚАРЖЫ Ж ҰНЕ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ САУДА УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ЖАРШЫСЫ, 2021 – №4(45) 266 Қаржы жОмне есеп / Финансы и учет и в гостиничном бизнесе – Тараз: здательство «Таразский университет», 2015. – 317 с.
10. Назарова В.Л. Бухгалтерский учет в путешествиях. Учебник / В.Л. Назарова; красный. К.Т. Тайгашинова. – изд. 2-е, перераб. – Алматы Экономика, 2014. – 425 с.

11. Таштанова Н.Н. Бухгалтерский учет в торговле и предприятиях общественного питания. Учебное пособие. – Нур-Султан: ТОО Издательство «Фортуна Полиграф», 2020. – 130 с.

**Мангибаева Дина Джакселиковна**

*Ш. Есенов атындағы Каспий технология және инженеринг университеті,  
Ақтау қ, Қазақстан*

### **ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ НАРЫҒЫ ЖӘНЕ ОНЫҢ ЕСЕП ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ.**

**Андатпа.** Мақалада тапсырыс берушінің сұранысы бойынша компания қызметкерлеріне қызметтердің толық кешенін ұсына отырып, қоғамдық тамақтандыру қызметтерінің бірінде бухгалтерлік есепті ұйымдастыру қарастырылады. Тағамдық қызмет көрсету саласы жоғары сұранысқа ие және Ковид-19 пандемиясынан туындаған бәсекелестік пен ауыр әлеуметтік-экономикалық әсерлер жағдайында дамуын жалғастыруда.

Қазақстандағы қоғамдық тамақтандыру қызметінің негізгі тұтынушылары корпоративтік кәсіпорындар болып табылады, олардың үлесіне барлық тапсырыстардың 70% келеді. Мақалада сондай-ақ Қазақстандағы қоғамдық тамақтандыру нарығының ағымдағы жағдайы мен болашағы талданады, негізгі сегменттер: қоғамдық тамақтандыру қызметтері, корпоративтік қызмет көрсетулер және борттық тамақтану. Бұл саланың құқықтық реттелуі, сондай-ақ іс-шаралар туралы құжаттама мен жиынтық есептер қарастырылады.

Нақты құжаттар мен бухгалтерлік есептерге негізделген зерттеу нәтижелерінің кәсіпорындар үшін практикалық маңызы зор. Ковид-19 пандемиясына байланысты әлеуметтік байланыстарға ішінара шектеулердің кеңеюі және енгізілуімен көрсетілетін қызметтердің әдістері мен түрлерін жетілдіру, сондай-ақ қоғамдық тамақтандыру саласындағы шығындарды есепке алуды оңтайландыру қажеттілігі артады.

**Түйінді сөздер:** қоғамдық тамақтандыру, қызмет көрсету, тамақтандыру, тұтынушылық, есеп, бақылау, өндіру, тасымалдау, калькуляциялау, өзіндік құн

**Mangibaeva Dina Dzhaksilikovna**

*Sh.Yessenov Caspian state university of technology and engineering,  
Aktau, Kazakhstan*

### **CATERING SERVICES MARKET AND FEATURES OF ITS ACCOUNTING.**

#### **Annotation.**

This article explores the organization of accounting for catering services, which includes both catering and comprehensive service offerings for company employees at locations specified by clients. The demand for catering services is on the rise, fueled by heightened competition and significant socio-economic impacts stemming from the Covid-19 pandemic.

In Kazakhstan, corporate clients represent the primary consumer group for catering services, making up 70% of all orders. The article examines the current landscape and future potential of the catering sector in Kazakhstan, identifying key segments such as catering services, corporate offerings, and in-flight catering. It also addresses the legal regulations as well as the documentation, synthetic, and analytical accounting methods relevant to transactions in this field.

The findings of this study are practically beneficial for catering businesses, particularly concerning specific documents and accounting entries. With the expansion of catering services in local enterprises and ongoing social contact restrictions due to the Covid-19 pandemic, there is a pressing need to enhance methods and types of catering service delivery, along with the accounting for related expenses.

**Keywords:** catering, services, consumers, accounting, control, production, transportation, calculation, costs.