

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ
ПОСЛУГ ВИЇЗНОГО КЕЙТЕРИНГУ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Н.С. Акімова, Т.А. Наумова, Н.В. Бойченко, Н.М. Горбатюк

Виявлено основні тенденції розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні. Розглянуто сутність, переваги та основні організаційні аспекти надання послуги виїзного кейтерингу підприємствами ресторанного господарства. Запропоновано шляхи удосконалення методики обліку послуг виїзного кейтерингу в сучасних умовах господарювання.

***Ключові слова:** послуги, кейтеринг, ресторан, продукція, облікове відображення.*

**ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА
УСЛУГ ВЫЕЗДНОГО КЕЙТЕРИНГА
НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА**

Н.С. Акимова, Т.А. Наумова, Н.В. Бойченко, Н.Н. Горбатюк

Вьявлены основные тенденции развития предприятий ресторанного хозяйства в Украине. Рассмотрены сущность, преимущества и основные организационные аспекты предоставления услуги выездного кейтеринга предприятиями ресторанного хозяйства. Предложены пути совершенствования методики учета услуг выездного кейтеринга в современных условиях хозяйствования.

***Ключевые слова:** услуги, кейтеринг, ресторан, продукция, отражение в учете.*

**ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS
OF SERVICE ACCOUNTING OF OFF-PREMISE CATERING
IN ENTERPRISES OF RESTAURANT INDUSTRY**

N.S. Akimova, T.A. Naumova, N.V. Boichenko, N.N. Horbatiuk

The main development tendencies of enterprises in restaurant industry of Ukraine were shown. As a result of essence investigation of concepts "restaurant industry", "publiccatering", "restaurant business", it was determined that the most appropriate is usage of the internationally accepted terminology - "restaurant industry." The market of catering services was defined as a promising business line. The essence, advantages and main organizational aspects of the service of off-premises catering by enterprises of restaurant industry were discussed. The

classification of off-premises catering services that provides adequate information necessary for the enterprise administration management was supplemented. Proportion of catering services in the European market was defined. Methodical approaches to recording of off-premises catering services according to current economic conditions were developed. Ways of improving of restaurant industry service delivery to customers through the development and compliance of service standards were suggested.

Key words: *services, catering, restaurant, production, recording.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Загальною тенденцією сучасного соціально-економічного розвитку більшості країн, у тому числі й України, є розширення сфери послуг і глибокі трансформації її організаційної та функціональної структури. Як наслідок з'являються нові сектори й види послуг, засновані на сучасних технологіях. Серед них особливе місце постає «кейтеринг – сервіс», який охоплює готельне та ресторанне господарство, туристичні, транспортні та інші види послуг.

Слід зазначити, що теоретичні основи розвитку і функціонування закладів харчування у взаємодії зі складовими елементами системи «індустрії гостинності» мало розроблені: невизначеними залишаються методологічні засади формування кейтерингових послуг, їх соціально-економічний зміст, якість, а також особливості їх форм. Усе це суттєво гальмує динамічний розвиток кейтеринг-сервісу і суміжних сфер, деформує багатомірну структуру послуг, знижує їх якість та ефективність функціонування всього ресторанного комплексу України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Світовий досвід дозволив сформувати певну систему знань про теоретичні аспекти кейтеринг-сервісу, закономірності його розвитку і принципів взаємодії з іншими сферами послуг, які висвітлені у працях зарубіжних учених: Ф. Бастіа, Т. Хіма, Р. Браймера, С. Бартлетта, К. Енертон-Томаса, Дж. Р. Уокера, Х.-А. Шреплера та ін.

Окрім теоретичні і прикладні аспекти функціонування ресторанного бізнесу досліджені в працях українських та російських учених: Л. Агафонової, В. Апопія, С. Байліка, М. Бойко, А. Виноградської, Р. Волкова, С. Василюї, І. Єгорової, Л. Іванової, В. Карсекіна, Л. Котенко, Н. Кузнецової, М. Михайлицької, А. Рум'янцева, Н. П'ятиницької, А. Єгорової, В. Архіпова, Н. Смірної.

При цьому слід зазначити, що наукових публікацій за результатами фундаментальних досліджень системи ресторанних послуг та їх якості на сучасному етапі, із врахуванням вітчизняних особливостей, неприпустимо мало. Таким чином, подальшого

розвитку потребують теоретичні положення, методологічні засади розвитку «кейтеринг – сервісу» в Україні, їх якісних характеристик, організаційно-економічного механізму ефективного функціонування та обліку. Усе це зумовило актуальність теми роботи, мету, завдання і структуру дослідження.

Мета статті. Метою роботи є обґрунтування теоретико-методичних засад формування системи додаткових платних послуг «індустрії гостинності», а саме кейтерингу, та їх облікового відображення.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вирішення таких завдань:

- розкрити сутність та особливості сучасного «кейтеринг – сервісу» та визначити його місце і роль;
- з'ясувати умови й чинники, що впливають на розвиток закладів харчування та системи їх послуг;
- визначити методику обліку послуг виїзного кейтерингу на підприємствах ресторанного господарства;
- зробити власні висновки та пропозиції стосовно напрямів підвищення якості обслуговування сучасних підприємств ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ресторанний бізнес в Україні є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. У всьому цивілізованому світі ресторанний бізнес є одним із найбільш поширених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Усі заклади та підприємства повинні мати високий рівень конкурентоспроможності.

Заклад ресторанного господарства – організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, що здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє та (або) доготовляє, продає та організовує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів [8].

Існуюче сьогодні широке коло визначень та інтерпретацій поняття «ресторанне господарство» передбачає функціонування підприємств лише в комерційній сфері [8]. Проте функціонують ще й обслуговуючі підрозділи харчування в структурі промислових, сільськогосподарських підприємств та бюджетних установ. З огляду на це деякі науковці відстоюють точку зору визначення цієї сфери діяльності в контексті розробки системи обліку як «громадське харчування» [4; 6; с. 14, с. 15]. Сучасне формулювання сутності

«ресторанне господарство» пропонує М. Михайлицька та Л. М. Котенко : «Ресторанне господарство – вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності з надання послуг із задоволення потреб споживачів в харчуванні з організацією дозвілля або без нього» [1; 2; с. 233, с. 7].

Сучасний ресторанний бізнес пропонує споживачам широку номенклатуру послуг ресторанного господарства. У ресторанній справі немає меж досконалості, тому з'являються нові види послуг: послуги сомельє, години фортуни та щасливі години для гостей; гастрономічні шоу; урочиста презентація страв; бар-шоу; рибалка та кулінарне приготування у присутності гостя; караоке; кімнати для паління; знижки постійним клієнтам; виїзний кейтеринг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг.

Слово «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.

Виїзне ресторанне обслуговування для проведення фуршетів, банкетів, корпоративних заходів, неофіційних ділових зустрічей, VIP-вечірок, весільних урочистостей та інших свят завойовує все більшу популярність. Організація кейтерингу – процес складний і багатогранний, що включає в себе загальну концепцію майбутнього заходу. Святкування дня народження в зручному для замовника місці, весільні урочистостей, кава-брейк на конференціях, виїзне обслуговування банкетів, корпоративна новорічна вечірка - заходи різної тематичної спрямованості, які вимагають від фахівців із кейтерингу нових креативних ідей для їх проведення, щоб кожна подія стала оригінальною та запам'яталася. Усе це надає підставу виділити такі переваги кейтерингу: виняткова мобільність – проведення урочистостей практично в будь-якому місці, у банкетному залі, на верхній палубі комфортабельного теплоходу, на тінистій галявині, вертолітному майданчику, у старовинному особняку, фойє театру тощо. Абсолютна свобода у виборі місця для проведення заходу гарантована; комплексність послуги - з урахуванням побажань і можливостей бюджету клієнта складається індивідуальне меню, розробляється оригінальний сценарій свята, оформлюється інтер'єр приміщення тощо.

Дослідження показали, що трактування кейтерингу як одного із пріоритетних напрямів у розвитку ресторанного бізнесу, стало розповсюдженим. Так, Г.Є. Нугамерова дала таке формулювання: кейтеринг – це мобільне надання послуг, організація виїзних банкетів,

оперативна доставка потрібного інвентарю для проведення заходу. Обслуговування відрізняється низкою особливостей і стає перспективним напрямком ведення ресторанного бізнесу [5, с. 1].

Сучасне формулювання сутності кейтерингу пропонує Н. П'ятницька: суть кейтерингового обслуговування полягає в тому, що ресторан за спеціальними замовленнями (кейтерингова компанія) забезпечує замовнику приготування і доставку готової продукції ресторанного господарства в зазначене місце (додому, в офіс, на робоче місце, у місце відпочинку тощо), а також ресторанне обслуговування святкового заходу з наданням різних сервісних послуг [6, с.1].

На думку Т. Сушальської, кейтеринг – це виїзне ресторанне обслуговування, яке включає в себе вміння не тільки смачно приготувати, красиво оформити, але й ефектно подати страви та напої в будь-який час і в будь-якому місці, яке вкаже клієнт [8, с.47]. Часто кейтерингом називають виїзні банкети, що також відображає сутність цього виду обслуговування. Однак завжди під цим терміном розуміється обслуговування клієнтів поза закладах ресторанного господарства.

Дослідження нормативно - законодавчої бази у сфері виїзного обслуговування свідчить про те, що слова «кейтеринг» або «виїзний банкет» в українському законодавстві не згадуються. В основному документі, що регулює здійснення діяльності у ресторанному бізнесі, Правилах № 219 йдеться лише про обслуговування клієнтів безпосередньо у закладі ресторанного господарства, порядок організації бухгалтерського обліку в закладах ресторанного господарства регламентується Методрекомедаціями №157, які висвітлюють питання методології бухгалтерського обліку згідно з П(С)БО [3; 7]. Про те, як правильно організувати і продати послугу кейтерингу, у них немає ні слова. Разом з тим немає і прямої заборони здійснювати виїзне ресторанне обслуговування. Головне завдання при цьому – дотримання санітарних норм і правил як під час приготування (транспортування) кулінарної продукції та покупних товарів, так і в процесі її подачі.

На нашу думку, кейтеринг (on-premise catering) – один із найпопулярніших видів виїзного обслуговування, що має багато спільного з традиційним ресторанним обслуговуванням. Крім організації столу, клієнтові пропонується відповідним чином обладнане приміщення, яке може бути використане для проведення різних заходів. Зазвичай зали розраховані на прийом від двохсот до декількох тисяч осіб. Приміщення для такого виду кейтерингу

називаються банкетними залами, а одна з його переваг – усе необхідне обладнання розміщено в будівлі, де проходять прийоми. Інша перевага - наявність приміщень для зберігання напоїв, посуду і столових приладів, скатертин та елементів оформлення.

Більшість науковців, які досліджують питання організації виїзного обслуговування, виділяють такі види кейтерингу: обслуговування в приміщенні, поза ресторанах, соціальний, роз'їзний, роздрібний продаж готової кулінарної продукції, VIP - кейтеринг [7; 8; с. 7, с. 48]. На нашу думку, більш детальною є класифікація видів кейтерингу, надана на рис. 1.

Дослідження свідчать, що в Європі кейтеринг випереджає навіть широко поширені фаст-фуди, на частку яких припадає 31% від обсягу ринку послуг «харчування поза домом», частка ресторанів становить лише 9%. З погляду відкриття нового бізнесу ринок кейтерингу привабливий, насамперед, відносно невеликим обсягом стартових інвестицій: щоб відкрити невелику їдальню в офісному центрі або на підприємстві, досить 100 тис. дол. США [5, с. 10]. Термін окупності вкладень становить 1 – 1,5 року, іноді й менше. Організація доставки готових обідів вимагає ще менших первинних інвестицій. Через виражену конкуренцію в останні роки спостерігається тенденція до зниження рентабельності кейтерингових підприємств. На українському ринку кейтерингу виділяються два пріоритетних сегменти :

- Виїзне ресторанне обслуговування (у тому числі проведення банкетів і фуршетів);
- Стаціонарне обслуговування – забезпечення щоденного харчування співробітників товариств і підприємств.

Найбільш прибутковим є формат виїзного ресторану: тут рентабельність сягає 28...30%. Незважаючи на високу прибутковість організації виїзного ресторанного обслуговування, експерти відзначають велику перспективність сегмента стаціонарного обслуговування підприємств та організацій [6, с. 179].

Незважаючи на активний розвиток ринку кейтерингу в Україні, далеко не всі компанії схильні до замовлення подібного роду послуг. Результати досліджень свідчать про те, що серед працівників підприємств і комерційних фірм Харкова та області лише 9% обідають в їдальні кейтерингової фірми, ще 6,3 % замовляють доставку обідів в офіс на підприємство. Майже п'ята частина працівників підприємств і комерційних фірм обідає в найближчих до офісу їдальнях, кафе, ресторанах (18,1%).

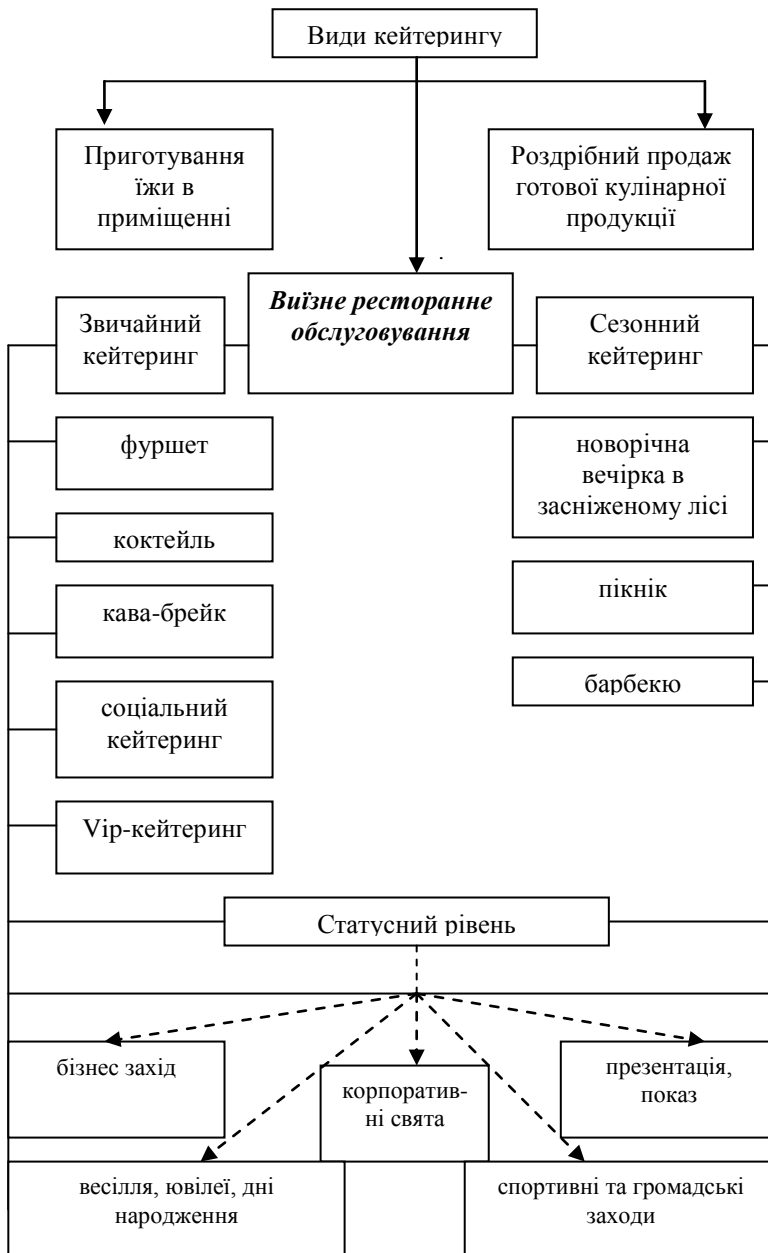


Рис. 1. Види кейтерингу

Переважаюча ж частина учасників дослідження зазначила, що просто приносить їжу з дому (40,6%). Згідно з результатами досліджень майже половина співробітників українських підприємств, що обідають в офісах (46,5%), тією чи іншою мірою не задоволені наданими кейтеринговими операторами послугами. Основними чинниками незадоволеності є: одноманітне меню, маленькі порції, використання неякісних продуктів через кілька місяців.

Оператори ринку кейтерингових послуг докладають зусиль для залучення клієнтів. Зокрема, реагуючи на тенденцію прагнення все більшого числа людей до здорового харчування, дотримання різних постів, особлива увага приділяється складу компонентів у кожній страві пропонованого клієнтам меню щодо кількості калорій, вмісту лактози, цукру і навіть солі.

Аналізуючи види кейтерингу, які визначені та подані нами на рисунку слід відмітити, що виділений нами сезонний кейтеринг у складі виїзного ресторанного обслуговування має вагоме значення для сегмента організації виїзних заходів (банкетів, фуршетів тощо). Протягом року попит на формати заходів, що проводяться кейтеринговими компаніями, істотно змінюється: у січні та лютому найбільш популярні вечери та приватні заходи; з лютого по липень зростає затребуваність корпоративних заходів, презентацій та коктейлів; літо – час так званих garden party та урочистих вечерів для весіль; з вересня по жовтень найбільш популярні заходи формату «тім-білд». Гарячий сезон для кейтерингових компаній настає в період новорічних свят, а пік попиту припадає на другу половину грудня.

Вагомою проблемою є недосконалість існуючих методик облікового відображення додаткових послуг закладів ресторанного господарства. У зв'язку із цим, запропоновано методичний підхід до бухгалтерського відображення послуг виїзного кейтерингу на прикладі ресторану-клубу «Не гони».

Приклад. Ресторан «Не гони» отримав замовлення від фізичної особи на організацію виїзного банкету на загальну суму 36000 грн (у тому числі ПДВ – 6000 грн). З них вартість блюд та напоїв склала 30000грн. (у т.ч. ПДВ – 5000 грн), а вартість послуг з організації банкету (оформлення приміщення квітами й декоративними елементами та подальше прибирання приміщення) – 6000 грн (у т.ч. ПДВ -1000грн.). Замовник перерахував на поточний рахунок ресторану платіж двома частинами: аванс (частково був витрачений на придбання через підвітну особу квітів та декоративних елементів) і кінцевий розрахунок у день проведення банкету. Облік продукції ресторану здійснюється за продажною вартістю.

Слід відзначити, що в податковому обліку дохід формується відповідно до норм Податкового кодексу, а всі витрати, пов'язані з організацією заходу, включаються до складу витрат. Відображення у бухгалтерському обліку операцій із кейтерингу ми пропонуємо у табл.1.

Таблиця 1.

Облік господарських операцій, пов'язаних з кейтерингом

№ з/п	Зміст господарської операції	Бухгалтерський облік		
		Дт	Кт	Сума, грн
1	Отриманий аванс від замовника	311	681	9000
2	Нараховані податкові зобов'язання з ПДВ	643	641	1500
3	Отримані грошові кошти з розрахункового рахунка	301	311	2000
4	Видано готівку підзвітній особі на закупку квітів та декоративних елементів	372	301	2000
5	Оприбутковані квіти та декоративні елементи згідно з авансовим звітом та наданий до нього документам на товар	209	372	1000
6	Відображений податковий кредит з ПДВ	641	372	200
7	Повернутий до каси залишок невикористаної готівки	301	372	800
8	Відображена реалізація блюд та напоїв згідно з банкетним меню й преїскурантом	361	702	30000
<i>З урахуванням доходу, відображеного під час отриманні авансу</i>				
9	Відображений дохід від надання послуг з оформлення приміщення та його прибирання	361	703	6000
10	Відображені податкові розрахунки з ПДВ	702	643	1500
		702	641	3500
		703	641	1000
11	Відображений залік заборгованості з авансу, отриманого в рахунок заборгованості за надані послуги	681	361	9000

Продовження табл. 1

12	Отриманий залишок суми згідно із замовленням		311	361	27000
13	Списана собівартість блюд та напоїв		902	282	30000
14	Списана торгова націнка на реалізовані блюда та напої (сума умовна)		285	282	18000
15	Відображена собівартість	вартості квітів та декору	23	209	1000
16	послуг з оформлення	зарплатні персоналу	23	661,65	700
17	банкету в частині	Списана на витрати собівартість послуги з оформлення банкету	903	23	1700

Для сучасних закладів ресторанного господарства важливим є забезпечення належного рівня сервісу послуг під час обслуговування споживачів, оскільки сьогодні така проблема є актуальною для багатьох сервісних організацій.

Це пов'язано з тим, що в галузі відбуваються значні зміни: розвиваються сучасні форми обслуговування, стають популярними європейські стандарти й технології, зростають вимоги до рівня сервісу обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства.

Висновки. Таким чином, у результаті проведеного дослідження нами визначено, що питання обліку додаткових послуг у закладах ресторанного господарства розглядаються у науковій та періодичній літературі на недостатньому рівні, при цьому в періодичній літературі, на відміну від навчальних посібників та підручників найбільше уваги приділяється сутності, перевагам та основним організаційним аспектам надання послуги виїзного кейтерингу підприємствами ресторанного господарства.

Ринок корпоративного харчування в Україні дуже перспективний, оскільки все більше сучасних компаній вважають за необхідне забезпечити свій персонал гарячим повноцінним харчуванням у робочий час. Удосконаленню процесу надання послуг ресторанного господарства споживачам в закладах ресторанного господарства може допомогти система стандартів обслуговування. Ця система включає в себе:

1. Стандартизацію роботи персоналу – детальний опис того, що, як і в яких ситуаціях повинен робити персонал ресторану.

2. Навчання кадрів. Персонал повинен знати продукцію ресторану та правила роботи з клієнтом; тренінги і семінари такої спрямованості необхідно проводити систематично.

3. Контроль. Перевіряючий у ролі звичайного клієнта відвідує заклад ресторанного господарства й оцінює роботу співробітників, якість продукції, швидкість обслуговування тощо.

4. Система мотивації повинна використовувати інструменти матеріальної та нематеріальної зацікавленості співробітників і погоджувати ефективність їх роботи з винагородою.

5. Якість виконання стандартів обслуговування. Необхідно переконати співробітників, що якість обслуговування – це те, що дійсно потрібно закладу, що це гідно – забезпечувати людям належний сервіс. Усі призи, заохочення, події, пов'язані з роботою компанії над якістю обслуговування, повинні висвітлюватися на зборах, у листах, внутрішніх газетах, сайті компанії і по можливості у зовнішніх ЗМІ.

Список джерел інформації / References

1. Котенко Л. М., Облік товарних операцій в підприємствах торгівлі та ресторанного господарства : навч. посібник / Л. М. Котенко, Н. В. Манжос, Н. В. Бойченко. – Х.: ХДУХТ, 2008.– 323 с.

Kotenko, L.M., Manzhos, N.V., Boichenko, N.V., (2008), *Transactions accounting in trade enterprises and restaurant business: textbook*, [Облік товарних операцій в підприємствах торгівлі та ресторанного господарства], Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Kharkiv, p. 323.

2. Михайлицька М. Усе про облік та організацію ресторанного господарства / М. Михайлицька. – Х.: Фактор, 2012. – 432с.

Mykhailiyska, M. (2012), *All about accounting and organization of restaurant industry*, [Усе про облік та організацію ресторанного господарства], Factor, Kharkiv, 432 p.

3. Методичні рекомендації про впровадження національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку у сфері громадського харчування та побутових послуг, гармонізованих з міжнародними стандартами, затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 17.06.2003 р. № 157.

Methodological recommendations on the implementation of national regulations (standards) of accountancy in public catering and domestic services, harmonized with international standards, approved by the Order of Ministry of Economy and European Integration of Ukraine as of 17.06.2003 No. 157.

4. Ніколаєнко В. Громадське харчування: організація роботи, документальне оформлення, облік / В. Ніколаєнко // Бухгалтерія торговельного підприємства: від А до Я – 2005. – №16. – с.13 – 20.

Nikolaienko, V., (2009), *Public catering: organization of work, documentation, accounting*, [Громадське харчування: організація роботи,

dokumental'ne oformlennya, oblik] Accounting of Trade Enterprise: from A to Z, No. 16, pp. 13-20.

5. Нугамерова Г. Э. Кейтеринг в ресторанном бизнесе: динамика и тенденции развития [Электронный ресурс] // Студенческий научный форум : V междунар. студ. электрон. науч. конф. (15 февр. – 31 марта 2012 г.). – М., 2012. - URL: <http://www.rae.ru/forum2012/184/132> (20.04.2012).

Nugamerova, G.E. *Catering in restaurant business: Dynamics and development Trends 2012*, Student Scientific Forum: V-thinternational studentelectronic scientific conference (February 15 – March 31, 2012), available at: URL: <http://www.rae.ru/forum2012/184/132> (20.04.2012).

6. П'ятницька Н. О. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: навч. посібник / Н. О. П'ятницька. – 2005. – К.: КНТЕУ, 2005. – 632 с.

Piatnytska, N.O., (2005), *Organization of services in enterprises of restaurant industry*: textbook, [Orhanizatsiya obsluhovuvannya u pidpryyemstvakh restorannoho hospodarstva], Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, 632 p.

7. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства, затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. № 219.

Workplace policies of institutions (enterprises) of restaurant industries approved by the Order of Ministry of Economy and European Integration of Ukraine as of 24.07.2002 No. 219.

8. Сушальская Т. Кейтеринг – новые возможности ресторанного бизнеса // Бухгалтерия. – 2008. – № 21 (800). – С.47.

Sushalskaia, T., (2008), *Catering – new opportunities of restaurant business*, [Keyteryinh – novyye vozmozhnosty restorannoho byznesa], Accountance, No. 21 (800), p. 47.

Акімова Наталія Сергіївна, канд. екон. наук, доц., обліково - фінансовий факультет, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Корчагінців, 5, кв. 323, м. Харків, Україна, 61146. Тел.: 711-37-11, 0977753939; e-mail: magnolia.fm@mail.ru.

Акімова Наталья Сергеевна, канд. экон. наук, доц., учетно - финансовый факультет, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Корчагинцев, 5, кв. 323, г. Харьков, Украина, 61146. Тел.: 711-37-11, 0977753939; e-mail: magnolia.fm@mail.ru.

Akimova Natalia, PhD in Economic sciences, Professor, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: street Korchagintsev, 5/323,

Kharkiv, Ukraine, 61146. Tel.: 711-37-11, 0977753395; e-mail magnolia.fm@mail.ru.

Наумова Тетяна Анатоліївна, канд. екон. наук, доц., обліково - фінансовий факультет, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: пр. Перемоги, 58, кв. 18, м. Харків, Україна, 61202. Тел.: 336-97-78, 0996405646; e-mail: naumsirik5@gmail.com.

Наумова Татьяна Анатольевна, канд. екон. наук, доц., учетно - финансовый факультет, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: пр. Победы, 58, кв. 18, г. Харьков, Украина, 61202. Тел.: 336-97-78, 0996405646; e-mail: naumsirik5@gmail.com.

Naumova Tatiana, PhD. Sc. Associate Professor, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: Victory Avenue, 58/18, Kharkiv, Ukraine, 61202. Tel.: 336-97-78, 0996405646; e-mail: naumsirik5@gmail.com.

Бойченко Наталія Вікторівна, канд. екон. наук, доц., обліково - фінансовий факультет, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: пр. Перемоги, 78, кв. 165, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: 338-76-89, 0503006109; e-mail: boychenkon@meta.ua

Бойченко Наталья Викторовна, канд. екон. наук, доц., учетно - финансовый факультет, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: пр. Победы, 78, кв. 165, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: 338-76-89, 0503006109; e-mail: boychenkon@meta.ua

Boitchenko Natalia, PhD. Sc. Associate Professor, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: Victory Avenue, 78/165, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: 338-97-78, 0503006109; e-mail: boychenkon@meta.ua

Горбатюк Наталія Миколаївна, канд. екон. наук, доц., обліково - фінансовий факультет, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Академіка Павлова, 140, кв. 518, м. Харків, Україна, 61146. Тел.: 65-52-38, 0505377238; e-mail: gorbatyukn@yandex.ru.

Горбатюк Наталья Миколаївна, канд. екон. наук, доц., учетно - финансовый факультет, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Академика Павлова, 140, кв. 518, г. Харьков, Украина, 61146. Тел.: 65-52-38, 0505377238; e-mail: gorbatyukn@yandex.ru.

Gorbatyuk Natalia, PhD. Sc. Associate Professor, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: Akademik Pavlov's Street, 140/518, Kharkiv, Ukraine, 61146. Tel.: 65-52-38, 0503006109; e-mail: gorbatyukn@yandex.ru.

*Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук, проф. М.В. Черною, канд. екон. наук О.В. Топорковою.
Отримано 15.03.2014. ХДУХТ, Харків.*