**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ПОЛТАВСЬКИЙ КОМЕРЦІЙНИЙ ТЕХНІКУМ**

**Цикл оргтехнічних дисциплін**

**МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК**

**по виконанню контрольної роботи**

**з дисципліни «Економіка підприємств різних типів»**

**ІV курс VIII семестр**

**Заочна форма навчання**

**на базі повної загальної середньої освіти**

**Спеціальність 181 «Харчові технології»**

**Галузь знань 18 «Виробництво та технології»**

****

**Полтава, 2017**

Методичний посібник по виконанню контрольної роботи з дисципліни «Економіка підприємств різних типів»

ІV курс, VIII семестр заочна форма навчання на базі повної загальної середньої освіти

**спеціальність 181 «Харчові технології»**

**галузь знань 18 «Виробництво та технології»**

**Укладач : Лугова М. В. –** викладач дисципліни «Економіка торгівлі», «Фінансова діяльність», «Бухгалтерський облік»

# Рецензент: Олійник Т.М. – викладач економічних дисциплін вищої категорії, магістр Аграрний коледж управління і права Полтавської державної аграрної академії

Розглянуто та затверджено

на засіданні циклової комісії

оргтехнічних дисциплін

Протокол № \_\_\_\_\_\_

від “\_\_\_ “ \_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_р.

Голова циклової комісії :

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Олійник В. О.

**Загальні методичні вказівки**

Однією з провідних дисциплін для студентів спеціальності 181 «Харчові технології» є курс «Економіка підприємств різних типів», який присвячений формуванню в студентів сучасного економічного мислення, глибокого комплексного розуміння проблем управління фінансово-господарською діяльністю торговельного підприємства та опанування навичками їх практичного розв’язання.

У результаті вивчення курсу студенти повинні набути глибокі теоретичні знання з питань економічного механізму, стратегії та тактики діяльності торгових підприємств у сучасних умовах господарювання:

* опанувати методику розробки та реалізації завдань управління господарсько-фінансовою діяльністю торгового підприємства, аналізу та планування окремих показників діяльності підприємства та його діяльності в цілому;
* оволодіти навичками творчого, критичного погляду на діючий економічний механізм торговельного підприємства та розробки обґрунтованих пропозицій щодо його удосконалення.

Дисципліна «Економіка підприємств різних типів» має велике значення у формуванні майбутнього фахівця. Тому велика увага приділяється рівню знань, який покажуть студенти в контрольній роботі. До кожної теми література дається скорочено, тобто вказується порядковий номер за списком.

Працювати над кожною темою курсу рекомендовано в такій послідовності:

* прочитати програму і методичні вказівки до теми
* вивчити літературу і скласти конспект
* відповісти на питання для самоперевірки з теми.
* виконати контрольну роботу.

Обсяг контрольної роботи повинен складати до 20 сторінок учнівського зошита. Якість контрольної роботи оцінюється за правильністю розв’язання задач і відповідей на теоретичні питання.

Вимоги до контрольної роботи:

1. Контрольна робота виконується в учнівському зошиті, сторінки якого нумеруються.
2. Умова контрольної роботи переписується.
3. Спочатку треба написати відповіді на теоретичні питання, а потім, розв’язувати задачі.
4. Якщо за змістом задачі вимагається складання документів, то їх потрібно підшити або вклеїти в зошиті.
5. У кінці контрольної роботи наводиться список використаної літератури, дата виконання і підпис студента - заочника.
6. **Сутність, склад, структура і характеристика товарообороту громадянського харчування.**

Товарооборот – це валовий економічний показник, що характеризує обсяг виручки від реалізації товарів, продукції закладів ресторанного господарства та надання платних торговельних послуг населенню для задоволення потреб споживачів в обмін на їх грошові доходи, або іншим підприємствам – для подальшої переробки, продажу на експорт чи для матеріального забезпечення власних господарсько-побутових потреб.

Під структурою товарообороту закладу ресторанного господарства розуміють питому вагу реалізації окремих товарів чи товарних груп у загальному обсязі товарообороту.

Визначення існуючих тенденцій та можливостей закладу щодо реалізації товарів, визначення факторів, які позитивно та негативно впливають на обсяг товарообороту закладу, досягається в процесі аналізу обсягу та структури товарообороту.

Для характеристики обсягів продажу товарів у торгівлі, товарів та продукції в закладах ресторанного господарства в процесі обліку, аналізу і планування використовують наступні показники товарообороту:

1) обсяг товарообороту у фактичних цінах відповідних років;

2) фізичний обсяг товарообороту, який характеризує обсяг реалізованих товарів у порівняльних цінах;

3) умовний товарооборот у закладі ресторанного господарства, який характеризує вартісну оцінку обсягу реалізації продукції й товарів з урахуванням трудомісткості виробництва та реалізації продукції власного виробництва.

У своїй діяльності заклади ресторанного господарства виділяють такі види товарообороту як оптовий та роздрібний.

**Валовий товарооборот слід також розглядати залежно від того, як реалізується продукція: оптом чи вроздріб.** На схемі чітко показано, що валовий товарооборот підприємств є виручкою від роздрібного й оптового продажу.

**Роздрібний продаж** - це обмін продукції (послуги) на гроші споживача. Розрахунки при цьому можуть здійснюватися як за готівку, так і за розрахункові чеки (картки) банківських установ, тобто за безготівковою системою. Загальна сума виручки від реалізації продукції власного виробництва і покупних товарів безпосередньо споживачам - це роздрібний товарооборот підприємства харчування. До нього відноситься продаж:

1) через обідні зали та буфети підприємства, включаючи відпуск блюд для споживання дома;

2) через свої магазини кулінарії і напівфабрикатів, палатки, кіоски, розвізну та розносну торговельну мережу і т.п.;

3) лікувально-оздоровчим установам за готівковий і безготівковий розрахунок;

4) своїм працівникам з наступним утриманням вартості харчування з заробітної плати.

**Крім роздрібної реалізації, підприємства харчування можуть продавати продукцію власного виготовлення іншим підприємствам для перепродажу, наприклад, у роздрібну торговельну мережу або іншим підприємствам харчування.** Сума виручки від такої реалізації утворює оптовий товарооборот підприємства харчування.

**У роздрібний товарооборот підприємств харчування не включається:**

- вартість давальницької сировини;

- вартість поверненої тари;

- виручка від надання культурно-видовищних послуг, послуг перукарень, більярдних, які знаходяться на балансі підприємства харчування.

**Роздрібний товарооборот підприємств харчування включається до загального товарообороту регіону, країни.** Він є результативним кількісним показником роботи підприємства як констатуючого елемента економічного механізму регіону і країни в цілому. Виражаючи обсяг реалізації продукції харчування, товарооборот характеризує рівень матеріального добробуту населення країни.

**Частка товарообороту підприємств харчування в загальному роздрібному товарообороті України в останні роки не перевищує 5-7%.**

Товарооборот підприємств харчування розраховується на основі роздрібних цін, які покликані покрити вартість сировинного набору продукції в покупних цінах, забезпечити отримання націнки підприємством харчування і сплату податку на додану вартість. Ціна на продукцію підприємств харчування розраховується за формулою

Цр=Вс+Нпх + ПДВ,

де Цр - ціна реалізації продукції харчування;

Вс - вартість сировинного набору за купівельними цінами безПДВ;

Нпх - націнка підприємства харчування;

ПДВ - податок на додану вартість.

## 2. Сутність і соціально-економічне значення ресторанного господарства

Ресторанне господарство в Україні являє собою велику підгалузь госпо­дарства й намагається виділитися у самостійну галузь. Характерною особ­ливістю ресторанного господарства є те, що воно поєднує всі чотири фа­зи розширеного відтворення: виробництво, розподіл, обмін і споживання.

Місце та роль ресторанного господарства характеризуються функціями, що воно виконує.

Вирішальне значення в галузі мають виробництво та організація спожи­вання. Майже дві третини продукції, що реалізують підприємства ресто­ранного господарства, є продукцією власного виробництва.

За характером організації виробництва підприємства ресторанного гос­подарства, в основному, схожі з підприємствами харчової промисловості. Однак, на відміну від підприємств харчової промисловості, підприємства ресторанного господарства виробляють продукцію, що не підлягає трива­лому зберіганню й має бути швидко реалізованою. Частина продукції ре­алізується населенню через мережу магазинів кулінарії для споживання в домашніх умовах.

За характером реалізації продукції ресторанне господарство відрізняєть­ся від підприємств харчової промисловості та роздрібної торгівлі, оскільки тут, поряд з реалізацією продукції, організується її споживання, а також надання населенню різних видів послуг.

За виробничо-торговельною ознакою підприємства ресторанного госпо­дарства поділяються на заготівельні та доготівельні.

Заготівельні підприємства відрізняються високим рівнем механізації праці, вони призначені для централізованого випуску напівфабрикатів, а також кулінарних і кондитерських виробів. Це фабрики кулінарних виро­бів і напівфабрикатів, спеціалізовані цехи з виробництва напівфабрикатів, фабрики-кухні тощо.

Найбільшими механізованими підприємствами є фабрики кулінарних виробів і фабрики-кухні. Вони обладнані сучасним високопродуктивним устаткуванням: поточно-механізованими й автоматизованими лініями, ав­томатами. Фабрики мають надійне складське господарство, спеціалізовані комори, холодильні та морозильні камери.

Фабрики-кухні являють собою великі механізовані підприємства, що випускають продукцію власного виробництва, яка доставляється спеціалі­зованим транспортом на доготівельні підприємства. В будівлі, де розташо­вана фабрика-кухня, можуть знаходитись ресторан, кафе, бар. Фабрика-кухня може мати спеціалізовані цехи з виробництва охолоджених і швидкозаморожених страв.

Кулінарна фабрика на індустріальній основі випускає готові страви, здійснює їх розфасовку й упакування. Продукція цих фабрик призначена для таких підприємств, де відсутні свої виробничі цехи чи потужності їх недостатні.

Такі фабрики є досить ефективними в місцях масового туризму, курор­тно-лікувальних зонах.

Фабрики швидкозаморожених страв спеціалізуються на випуску го­тових страв, що заморожуються при температурі — 38-40°С, а потім над­ходять у розфасованому вигляді чи в блоках до доготівельних підпри­ємств. Переваги такої продукції досить відчутні для сезонних підприємств ресторанного господарства тому, що вона може зберігатися кілька місяців.

Доготівельні підприємства — невеликі підприємства, що працюють ьна напівфабрикатах високого ступеню готовності та готових охолоджених страв, що надходять із заготівельних підприємств. До них належать вагони-ресторани, кафе, закусочні, буфети та ін.

Роль ресторанного господарства на сучасному етапі визначається ха­рактером і масштабами потреб людей у послугах з організації споживан­ня матеріальних і духовних благ у недомашніх умовах.

Ресторанне господарство створює умови для досягнення суспільних ці­лей розвитку, туризму. У ресторанах зустрічаються та знайомляться люди з різних країн, тут створюється сприятливе оточення для взаєморозумін­ня, корисних, ділових контактів, розвитку громадського та культурного життя.

Ресторанне господарство отримує значну частку доходів як від внутріш­нього, так і міжнародного туризму, активізує валютні надходження, ство­рює умови для «експорту» послуг і входження їх до міжнародного ринку. До того ж, «експорт» послуг здійснюється на досить вигідних умовах то­му, що він не пов'язаний з транспортними витратами.

У ресторанному господарстві зосереджена значна частина матеріально-технічної бази туристичної індустрії. Від якості будівництва, рівня устат­кування й обладнання, різноманітності її типів істотно залежить ступінь комплексного обслуговування та задоволення потреб туристів у різних ту­ристичних районах країни.

Діяльність підприємств ресторанного господарства, що задовольняють потреби туристів, значною мірою пов'язана зі зміною потоку відпочиваю­чих у курортних і туристичних центрах. У залежності від режиму роботи підприємства ресторанного господарства поділяються на цілорічні та се­зонні, а за організацією слід розрізняти закриті, відкриті та змішані фор­ми.

Закрита форма організації ресторанного господарства характерна для підприємств організованого відпочинку (санаторії, будинки відпочинку, турбази та ін.), де відпочиваючі одержують повний комплекс (чотириразо­ве чи триразове) харчування.

Відкрита форма організації ресторанного господарства розрахована на відпочиваючих самостійно, туристів-індивідуалів, а також організованих туристів, які харчуються за готівку та замовляють страви в будь-якій кіль­кості й асортименті, що вказані у меню. Ця форма характерна для бага­тьох підприємств різних типів і категорій.

Змішана форма організації ресторанного господарства поєднує харак­терні особливості перших двох вищевказаних. Така форма зручна як для організованих, так і самостійно відпочиваючих туристів. Так, наприклад, на багатьох курортах і в туристичних центрах України, Болгарії, Іспанії, Угорщини організовані туристи за своїми талонами можуть харчуватися у певному чи кількох підприємствах ресторанного господарства. Це дозво­ляє туристам урізноманітнити своє меню, вибрати зручне для кожного ви­падку місце харчування.

Однією з форм підприємств ресторанного господарства, що сприяє кра­щому пізнанню традицій і культури країни перебування, є етнографічні ресторани та кафе, тобто такі, де національні особливості проявляються в інтер'єрі, одязі офіціантів, репертуарі оркестру і, саме головне, в асорти­менті страв і напоїв. Такі ресторани, як правило, відвідує більший контин­гент туристів.

**ЗАДАЧА**

Розрахувати товарооборотність за квартал і товарні запаси в днях на 1 квітня на основі слідуючих даних:

Товарооборот за квартал складає 360 тис. грн;

Товарні запаси:

на 01.01. – 30 тис. грн.; на 01.03. - 28 тис. грн.;

на 01.02. – 34 тис. грн.; на 01.04. - 32 тис. грн.

*Рішення:*

1. Визначаємо середньоденний товар оборот

360 тис. грн **:** 90 днів (квартал) = 4 тис. грн.

1. Визначаємо середні товарні запаси

(30+34+28+32)/4 = 31 тис.грн

1. Товарооборотність в днях за квартал

31 тис. грн **:** 4 тис. грн. = 7,75 дня

1. Товарний запас на визначену дату

32 тис. грн. **:** 4 тис. грн. = 8 днів

**Висновки:** швидкість реалізації середніх товарних запасів складає 7,75 дня, а товарні запаси на визначену дату показують на скільки днів хватить товарних запасів без їх поповнення, в даній задачі – на 8 днів.

### 3.Виробнича програма та товарооборот підприємств ресторанного господарства

**Виробнича програма підприємств харчування** - це план випуску продукції власного виробництва. Механізми обгрунтування цієї програми для підприємств харчування сфери туристичного бізнесу потребують врахування пріоритетних напрямів розвитку туризму, виявлення взаємозв'язку туристичних потоків і виробничих потужностей підприємств харчування, оцінки кон'юнктури ринку послуг підприємств харчування туристів, рівня завантаження наявних виробничих потужностей цих підприємств і можливостей підвищення ефективності їхнього використання. Особлива увага повинна приділятися підвищенню пропускної спроможності залів для приймання їжі, застосуванню прогресивних методів обслуговування туристів.

Обґрунтування виробничої програми і товарообороту підприємства харчування носить цільовий характер. Воно повинне орієнтуватися на показники індикативних планів розвитку різних видів туризму і враховувати економічний, соціальний та демографічний стан суспільства.

Розробка виробничої програми і планування товарообороту конкретного підприємства охоплює такі етапи:

1) аналіз ситуації на основі моніторингу туристичної діяльності регіону і країни в цілому;

2) визначення цілей виробничої діяльності;

3) вивчення попиту на послуги підприємства;

4) багатоваріантність розрахунків планового випуску продукції харчування;

5) планування реалізації продукції;

6) контроль діяльності за допомогою теорії "директ-костинг";

7) розробка заходів забезпечення виконання виробничої програми.

Центром вибору цілей діяльності підприємства виступає підвищення прибутку на вкладений капітал при поліпшенні якості обслуговування споживачів і розширенні частки ринку. Вихідними даними для планових розрахунків виступають передбачувані зміни контингенту туристів, які обслуговуються підприємством.

Планування випуску продукції підприємств харчування, може здійснюватися економіко-статистичним або нормативним методом. Більш прийнятним є нормативний метод, при якому може використовуватися один із чотирьох способів.

***Перший спосіб*** грунтується на плановій кількості туристів, харчування яких передбачається на даному підприємстві. Цей метод передбачає розрахунки випуску продукції відповідно до встановлених раціонів харчування і нормативів витрати сировини і продуктів на один день (інший період) харчування одного туриста з урахуванням дієти.

Виходячи з норм витрат сировини і продуктів на одного споживача в день, розраховується планова потреба в сировині і продуктах кожного виду на місяць або інший період за формулою

***Nплс = Nвит х Чпл х Дпл***

де *Nплс*- планова кількість (норма) сировини і продуктів на весь контингент споживачів;

*Nвит* - норма витрат сировини і продуктів в день на одного споживача

(туриста);

*Чпл* - планова чисельність туристів;

*Дпл*- кількість днів у плановому періоді.

Потім планова потреба в сировині і продуктах виражається в цінах з урахуванням передбачуваної інфляції і додається сума націнки, установленої підприємством харчування. Отримана сума є планом випуску власної продукції в грошовому вираженні. Роль підприємства харчування при такому способі планування зводиться до розрахункових функцій.

Різновидом розглянутого способу планування є розрахунок виробничої програми на основі планового контингенту туристів і середньої кількості страв (порцій) на один день харчування або вартості харчування одного туриста на термін, передбачений у путівці.

Для розрахунків випуску продукції на плановий період на основі контингенту туристів і нормативної кількості страв (блюд) на одного їдока в день можна використовувати таку формулу:

***Вплб = Чпот х Nб х Дпл***

де *Вплб*- випуск блюд на плановий період;

*Чпот* - потенційна чисельність їдоків (туристів, що відпочивають, лікуються тощо);

*Nб* - нормативна кількість блюд на одного їдока в день;

*Дпл*- кількість днів роботи підприємства харчування в плановому періоді.

Останній показник залежить від сезонності функціонування об'єктів розміщення туристів. При цьому методі планування особливе значення має врахування сезонної хвилі заїзду туристів, яка визначає зміни реалізації продуктів харчування.

***Другий спосіб*** складання виробничої програми грунтується на плановому меню підприємства. Він може застосовуватися як при стабільному, так і при змінному контингенті їдоків. Змінний контингент охоплює так званих "неорганізованих" туристів і вільних відвідувачів.

Планове меню являє собою виробниче завдання на випуск продуктів харчування визначеної кількості й асортименту на який-небудь період, наприклад, день, тиждень, місяць, квартал. Обґрунтоване планове меню є вихідною базою для розробки виробничої програми в натуральному і грошовому вираженні на відповідний плановий період.

Якщо попит на продукцію харчування конкретного підприємства перевищує його виробничі можливості, то планування продукції власного виробництва здійснюється ***третім способом***, який ґрунтується на потужності технологічного обладнання. При цьому методі виявляється, яке обладнання гальмує збільшення випуску продукції до повного задоволення попиту споживачів. Якщо в плановому періоді не передбачається збільшення виробничих потужностей, то планові розрахунки проводяться за можливостями тоговиду устаткування, яке обмежує обсяги випуску продукції.

Заключною стадією розробки виробничої програми підприємства харчування є обґрунтування її асортиментної структури. При обґрунтуванні асортименту планового випуску блюд та іншої продукції враховуються результати маркетингових досліджень попиту споживачів. План випуску блюд в асортименті розробляється як і вся виробнича програма на рік з розподілом по кварталах з урахуванням сезонної хвилі попиту.

Після обґрунтування плану виробництва власної продукції в натуральному вираженні складається план товарообороту як добуток планової кількості продукції харчування на середню ціну одиниці цієї продукції. Розрахований таким способом обсяг реалізації являє собою план товарообороту по продукції власного виробництва підприємства харчування. Обсяг реалізації покупних товарів і оптовий продаж продукції власного виробництва плануються досвідно-статистичним методом з урахуванням можливих змін у плановому періоді.

Сума планового продажу продукції власного виробництва і покупних товарів вроздріб і оптом іншим підприємствам являє собою валовий товарооборот підприємств харчування, в тому числі й у сфері харчування туристів.

**4.Виробнича потужність і пропускна спроможність підприємств ресторанного господарства**

Виробнича потужність підприємства — це максимально можливий випуск продукції необхідної якості в передбаченій номенклатурі, за пев­ний час (зміну, добу, місяць, рік) при повному завантаженні обладнання та виробничих площ у прийнятому режимі роботи з урахуванням засто­сування передової технології, організації виробництва і праці.

Виробнича потужність визпачається різними вимірниками:

Ø натуральними;

Ø умовно-натуральними;

Ø у багатономенклатурних виробництвах — вартісним вимірником.

При обчисленні потужності для визначення обсягу однорідної продук­ції використовуються натуральні показники – страви. Однак вони не дають змогу при визначенні потужності підприємства порівнювати й аналізувати виробництво виробів за складністю й трудомісткістю. Тому, з метою спрощення розрахунку виробничої потужності при широкій номен­клатурі продукції, що випускається підприємством, продукція різних най­менувань поєднується в групи за ознакою конструктивної, технологічної та іншої подібності. Кожна така група приводиться за трудомісткістю до базового виробу-представника, тобто до умовно-натуральних показників.

Виріб-представник може мати найбільшу питому вагу за кількістю і тру­домісткістю (хоча це не обов'язково). Застосування умовно-натуральних показників дозволяє привести усі види однорідної продукції з різними характеристиками до одного виду, взятого за базу. Для цього використо­вуються перевідні коефіцієнти, що відображають трудомісткість та складність виготовлюваної продукції.

Розрізняють наступні види потужності: перспективну, проектну, ефективну, резервну та поточну (фактично досягнуту, діючу).

Перспективна виробнича потужність відображає очікувані зміни номенклатури продукції, технології й організації виробництва, закладе­ні в плановому періоді (в перспективі).

Проектна виробнича потужність являє собою величину можливо­го випуску продукції умовної номенклатури за одиницю часу, задану при проектуванні чи реконструкції виробничої одиниці. Вона є фіксованою величиною, тому що розрахована на постійну умовну номенклатуру і по­стійний режим роботи. За період проектування (1-2 роки), будівництва (2-5 років) і освоєння потужності (1-2 роки) значно змінюється номен­клатура продукції, що випускається, а також ряд технологічних харак­теристик устаткування. Тому в певний час проектна потужність перестає відображати дійсні можливості підприємства. Вона буде оптимальною за умови, що обсяг, склад і структура запроектованої продукції відповіда­ють обсягу, складу та структурі попиту на цю продукцію.

Ефективна виробнича потужність характеризується тим, що в конкурентних реальних умовах може забезпечити отримання макси­мального прибутку. Вона менша або дорівнює проектній. Наприклад, на підприємстві є технологічна лінія з випуску продукції, яка не користу­ється попитом. В цій ситуації таку технологічну лінію краще не включа­ти в роботу, тоді підприємство отримає певну економію матеріальних, трудових та фінансових ресурсів.

Резервна виробнича потужність створюється у певних галузях на­ціональної економіки (газовій, транспортній, харчовій тощо) для вико­нання цільових завдань в екстремальних ситуаціях для покриття так званих "пікових" та сезонних навантажень.

Поточна (фактично досягнута, діюча) потужність підприємства (цеху, лінії, агрегату) визначається періодично у зв'язку зі зміною умов виробництва (номенклатури і структури трудомісткості продукції) або перевищенням проектних показників.

Отже, вона має динамічний характер і змінюється відповідно до ор­ганізаційно-технічного розвитку виробництва. Тому її характеризують такі показники.

Ø потужність на початок розрахункового періоду (вхідна);

Ø потужність на кінець розрахункового періоду (вихідна);

Ø середньорічна потужність.

При визначенні вхідної виробничої потужності враховуються:

Ø проведення заходів щодо ліквідації "вузьких місць" протягом планового року;

Ø збільшення кількості устаткування чи заміна його на більш про­дуктивне;

Ø перерозподіл робіт між окремими групами устаткування та між виробничими підрозділами;

Ø можливість збільшення змінності роботи устаткування чи діля­нок, що лімітують випуск продукції.

Пропускна спроможність обідньої зали — це макси­мально можлива кількість споживачів, яку зможе обслу­жити підприємство за одиницю часу (день, місяць тощо). Вона залежить від площі обідньої зали, середньої трива­лості приймання їжі одним споживачем, норми площі на одне місце, режиму роботи і використання поточних ліній комплектації і роздачі їжі.

Норми площі на одне місце диференційовані за типами підприємств залежно від методів обслуговування спожи­вачів, габаритів меблів та інших чинників.

Виходячи із середніх витрат часу на обслуговування одного споживача, розробляються нормативи оборотності місць за типами підприємств. У зв'язку з нерівномірністю завантаження обідньої зали протягом робочого дня фак­тична оборотність звичайно нижча за максимально можли­ву. Тому при плануванні слід враховувати дані про інтен­сивність потоку відвідувачів протягом дня.

**ЗАДАЧА**

Визначити норматив запасу ковбасних виробів і копченостей в днях і в сумі, якщо буфет їдальні щоденно має три види ковбасних виробів по середній ціні за 1 кг – 48 грн.

Середньоденна реалізація ковбасних виробів планується в сумі 560 грн. дані товари надходять на підприємство один раз в два дні, по два види виробів в кожній партії. Гарантійний запас передбачено в розмірі 1,1 дні. При розрахунках врахувати час на прийом, розвантаження і підготовку до продажу 0,5 дні.

*Рішення:*

1. Перша частина торгового запасу.

(3 **.** 48) + 560 грн. = 1,26 дні

560 грн.

1. Коефіцієнт комплектності поставок:

2 (два види в кожній партії) = 0,66

3 (три види в асортименті)

1. Друга частина торгового запасу:

Частота завозу = 2 = 3 дні

Комплектність поставки 0,66

але в розрахунок візьмемо не 3 дні, а 1, 5 дні (3 **:** 2), так як в день завозу запас максимальний, а перед завозом можливо дорівнювати О.

По середній арифметичній запас буде З + О = 1,5 дні

2

1. Увесь норматив торгового запасу 1,26 + 1,5 + 1,1 + 0,5 = 4,36 дні
2. Норматив запасу в сумі 560 грн. х 4,3 дні = 2441,60 грн.

**5.Аналіз товарообороту підприємств ресторанного господарства**

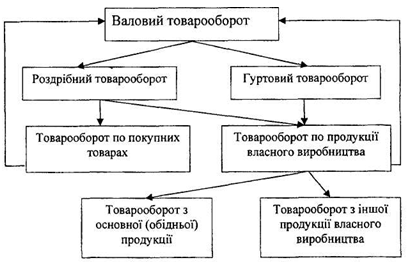
Товарооборот - це валовий економічний показник, що характеризує обсяг виручки від реалізації товарів, продукції закладів і ресторанного господарства та надання платних торговельних послуг населенню для задоволення потреб споживачів в обмін на їх грошові доходи, або іншим підприємствам - для подальшої переробки, продажу на експорт чи для матеріального забезпечення власних господарсько-побутових потреб.

Залежно від етапів просування товарів від виробника до споживача розрізняють: гуртовий, торгово-посередницький та роздрібний товарооборот.

Гуртовий товарооборот становить обсяг виручки від продажу товарів одних підприємств іншим підприємствам із метою використання цих товарів для подальшої реалізації, виробничого споживання чи продажу на експорт.  
 Торгово-посередницький товарооборот — це обсяг посередницьких операцій купівлі-продажу товарів на біржі для оптових чи роздрібних покупців.

Роздрібний товарооборот - це обсяг виручки від продажу товарів кінцевому споживачу.

Склад товарообороту закладів ресторанного господарства за видами подано на рис.

  
  
Рис. Склад товарообороту закладів ресторанного господарства

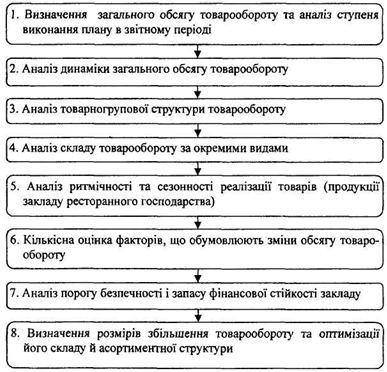
Під продукцією власного виробництва розуміють продукцію, виготовлену із сировини та продуктів сільського господарства і харчової промисловості, яка пройшла в закладі ресторанного господарства повну або часткову, холодну або термічну обробку і готова до споживання чи до подальшого приготування.

Купівельні товари закладу ресторанного господарства - це готова до споживання продукція харчової промисловості та сільського господарства, яка придбана на стороні і реалізується в закладі без додаткової кулінарної обробки та фасування.

Продукція власного виробництва закладу ресторанноого господарства складається з обідньої продукції та іншої продукції власного виробництва.

До роздрібного товарообороту закладів ресторанного господарства не включають: оптовий продаж напівфабрикатів, кулінарних і кондитерських виробів іншим підприємствам; вартість сировини замовника; вартість поверненої постачальникам тари; внутрішньо-системний відпуск продукції; виручку перукарень, більярдних, танцювальних залів, відеосалонів, концертних програм у закладі ресторанного господарства.

Визначення існуючих тенденцій та можливостей закладу щодо реалізації товарів, визначення факторів, які позитивно та негативно впливають на обсяг товарообороту закладу, досягається в процесі аналізу обсягу та структури товарообороту.

Аналіз обсягу та структури товарообороту закладу передбачає наступні етапи аналітичної роботи  
  
  
Рис. Етапи економічного аналізу обсягу й структури товарообороту підприємств торгівлі та закладів ресторанного господарства

Важливим етапом у процесі управління обсягами та асортиментною структурою реалізації товарів (продукції закладу ресторанного господарства) є кількісна оцінка впливу факторів на товарооборот.

Найбільш вагомі фактори впливу на обсяги і структуру товарообороту підприємств торгівлі та закладів ресторанного господарства при готельних і туристичних комплексах наведено на рис.

  
Рис. Фактори впливу на обсяги і структуру товарообороту закладів ресторанного господарства,

Для характеристики обсягів продажу товарів у торгівлі, товарів та продукції в закладах ресторанного господарства в процесі обліку, аналізу і планування використовують наступні показники товарообороту:  
  
1) обсяг товарообороту у фактичних цінах відповідних років;  
  
2) фізичний обсяг товарообороту, який характеризує обсяг реалізованих товарів у порівняльних цінах;  
  
3) умовний товарооборот у закладі ресторанного господарства, який характеризує вартісну оцінку обсягу реалізації продукції й товарів з урахуванням трудомісткості виробництва та реалізації продукції власного виробництва.

Для попередньої оцінки ступеня виконання плану товарообороту в звітному році та визначення очікуваної бази товарообороту для подальшого розрахунку його обсягу у плановому році належить обчислювати так званий очікуваний товарооборот у звітному році.

1. **Ринок ,структура, функції ринку та умови діяльності**

**Ринок** - поняття більш широке і містке. Це і магазини, універмаги, універсами, різні палатки, де продаються продукти харчування, одяг, взуття, товари щоденного вжитку. Є ринки, на яких продаються і купуються цінні папери (акції, облігації). Це фондові біржі. На товарних біржах, де пропонуються товари (зерно, цукор, цемент) за стандартними якісними показниками, покупці та продавці вступають у конкретні відносини. Два учасники або більше беруть на себе юридичні зобов'язання, якими визначаються їхні дії та відповідальність. Ці та інші відносини між продавцями і покупцями з приводу існуючих та потенційних товарів утворюють ринки.

**Як явище господарського життя ринок з'явився багато сотень років назад** як наслідок природно-історичного розвитку виробництва і обміну, що породили товарне ведення господарства. Відбувалося це через розвиток суспільного поділу праці, появу економічно самостійних, юридичне незалежних господарюючих суб'єктів і перехід від натурального виробництва до прямого продуктообміну, а потім і до товарного обміну та ринку.

У сучасному розвиненому суспільстві, де, з одного боку, неухильно зростає кількість товарів, покупців і продавців, а з іншого - розвиваються засоби зв'язку, купівля-продаж може здійснюватися за допомогою телефону, поштою та іншими сучасними засобами зв'язку. Для цього не потрібний безпосередній контакт суб'єктів ринкових відносин, а отже, місце для їхньої зустрічі. Виходячи з цього, можна зробити такий висновок.

**Ринок - це обмін, який здійснюється за законами товарного виробництва і обігу.** Проте, коли мова йде про ринок як сфери обміну, слід мати на увазі, що це не просто сфера обміну (він може відбуватися і у неринковій формі - наприклад, бартеру), а така сфера, в якій обмін товарів здійснюється за суспільною оцінкою, що знаходить своє відбиття у ціні.

Інакше кажучи, збалансування актів купівлі-продажу має досягатися за допомогою цін. Це положення має надзвичайно важливе значення, тому що лише ринок виконує роль механізму, через який досягається рівновага попиту і пропозиції.

Як бачимо, **ринок - це механізм координації різноманітної діяльності людей через систему цін.** Виникає запитання: як же діє ринковий механізм, чому виробники, яких тисячі й мільйони, виробляють одяг, взуття, продукти харчування, автомобілі, телевізори, верстати, книжки, відтворюють економічний порядок, а не хаос, анархію?

**Ринок сприяє вирішенню трьох основних економічних завдань: що, як і для кого виробляти.**

**1. Що виробляти,** які товари, послуги, визначають не парламент чи уряд, а покупці та продавці. Перші платять гроші за певні товари, які представлені на ринку, а другі виробляють ті товари, які мають збут і приносять прибуток. Адже, якщо немає попиту на якийсь товар, то на його виробництво будуть витрачені матеріали, сировина, знаряддя праці, робоча сила, а отже, і фірма чи виробник матимуть збитки. Ясно і те, що покупець заплатить за певний товар ціну, яка його влаштовує, а продавець віддасть свій товар за суму, що принесе йому вигоду. Отже, головну роль у вирішення питання, що виробляти, у ринковому механізмі належить ціні.

**2. Як виробляти** товари, визначає конкуренція між виробниками. Застосовуючи примітивну техніку, технологію, організацію виробництва, суб'єкти господарської діяльності матимуть індивідуальні витрати виробництва вищі за суспільне необхідні, а отже, продаватимуть свої товари за цінами, які нижчі, ніж витрати на ці товари. В результаті вони стануть банкрутами. Отже, конкуренція спонукає всіх товаровиробників зменшувати витрати виробництва, що можливо завдяки запровадженню нової техніки, технології, організації виробництва тощо.

**3. Для кого виробляти** товари, визначає попит. Якщо населення отримує високі доходи, то воно може купувати різноманітні товари. У тому разі, коли більшість населення країни має обмежені доходи, вона купуватиме лише предмети першої необхідності. У першому випадку попит стимулюватиме виробництво, а в другому - де-стимулюватиме і зумовлюватиме його згортання.

Важливим споживачем, а отже, стимулятором виробництва є підприємства, фірми. Якщо вони отримують значні прибутки, то купують чинники виробництва (матеріали, сировину, техніку, робочу силу), що сприяє розвитку виробничого споживання. І, навпаки, при значній збитковості підприємств попит на чинники виробництва зменшуватиметься.

Замовниками різних товарів можуть бути і уряд, і іноземні фірми, що також визначає спрямованість виробництва.

**Ринок забезпечує зв'язок між виробництвом і споживанням,** **пропорційність процесу відтворення, його цілісність.** Тут відбувається суспільне визнання створеного продукту, суспільного характеру праці, що втілюється в ньому. Будь-яка споживна вартість починає служити людям лише після її реалізації, а праця, витрачена на виробництво товару, стає суспільне необхідною. Відбувається це завдяки досягненню рівноваги між попитом і пропозицією. На ринку кількість товарів, яку хочуть купити покупці, має відповідати кількості товарів, яку хочуть продати продавці. У цьому разі ціни встановлюються на рівні попиту і пропозиції, що й веде до рівноваги.

**ЗАДАЧА**

Скласти продуктовий баланс по м'ясу і птиці на ІУ квартал, якщо річні витрати сировини, необхідної для випуску продукції складають 12,2 т. Питома вага сировини ІУ кварталу в загальному обсязі складає 26%. Норма запасу м'яса і птиці 4 дні. В кварталі 90 днів.

Очікуваний запас м'яса і птиці на початок планового періоду 106 кг. Середня ціна за кг 48 грн.

*Рішення:*

1. Витрати сировини в ІУ кварталі

12,2 х 26 % = 3,17 т

100 %

1. Середньоденні витрати сировини в ІУ кварталі.

3,17 **:**  98 = 0,035 т

1. Норма запасу м'яса і птиці на кінець року

0,035 х 4 = 0,14 т

1. Надходження м'яса в плановому кварталі.

Н = Р + З2 – З1

12,2 т + 0,14 т – 0,106 т = 12,234 т

1. Продуктовий баланс

З1 + Н = Р + З2

0,106 + 12,234 = 12,2 + 0,14

**В результаті:**

12,34 = 12,34, спостерігаємо рівність між лівою і правою сторонами балансу.

**7.Сутність товарних запасів, їх види, показники виміру**

Товарні запаси при формуванні, зберіганні та реалізації повинні відповідати стандартам якості і бути придатними для вживання.

Товарні запаси необхідні для безперебійного забезпечення попиту покупців - споживачів. Товари класифікуються за такими різними ознаками:

1) за програмними цілями використання:

· Споживчі товари - це товари, безпосередньо призначені для кінцевого споживання, задоволення особистих потреб людини,

· Виробничі товари - це товари, які використовуються у виробничому циклі при створенні нових товарів;

2) за часом використання / споживання:

· Товари короткострокового користування, використовувані один або кілька разів,

· Товари тривалого користування, використовувані багаторазово;

3) за характером споживання:

· Товари повсякденного попиту,

· Товари ретельного вибору,

· Престижні товари;

4) за характером використання в залежності від ступеня їх участі в процесі виробництва:

· Сировина, матеріали, тара і упаковка,

· Комплектуючі деталі, інструмент, інвентар,

· Техніка та обладнання, інші товарно-матеріальні запаси.

5) за функціональною приналежністю:

· Товари - продукти харчування,

· промислові товари;

6) за видами запасів:

· Поточні запаси - це товари на стадії реалізації,

· Підготовчі запаси - це товари на стадії передпродажної підготовки,

· Гарантійні (страхові) запаси - необхідний і достатній резерв товарних запасів з метою забезпечення безперервного процесу реалізації на випадок зриву запланованих термінів поточних поставок товарів, зміни інтенсивності споживання при непередбаченому зрослого попиту,

· Сезонні запаси - це необхідний і достатній резерв товарних запасів з метою забезпечення безперервного процесу реалізації в період сезонного коливання купівельного попиту,

· Перехідні запаси;

7) за видами руху товарів в обліку:

· Товари в дорозі, товари на складі,

· Товари на стадії передпродажної підготовки,

· Зарезервовані товари, товари в магазинах в процесі реалізації, товари на консигнації,

· Реалізовані товари на відповідальному зберіганні.

На ефективність використання товарних запасів впливають такі зовнішні і внутрішні чинники, зниження впливу яких може проводитися за рахунок оптимізації управління товарними запасами:

· Зовнішні чинники - податкове законодавство, фінансово-кредитна політика, величина відсотків до сплати за позиковими коштами, економічна ситуація в державі;

· Внутрішні чинники - шляхи мінімізації впливу внутрішніх факторів: ліквідація понад нормативні запасів, вдосконалення нормування запасів, поліпшення організації постачання, оптимальний вибір надійних постачальників, рівень запасів; раціональна організація збуту товарів, застосування раціональних форм розрахунків; прискорення документообігу.

**Ефективність використання товарними запасами оцінюється наступними показниками:**

1) питома вага товарних запасів в їх загальній величині на початок і кінець звітного періоду;

2) абсолютний приріст товарних запасів на кінець звітного періоду (в грошових одиницях виміру і в натуральних одиницях виміру за кожним видом товару);

3) темп приросту товарних запасів на кінець звітного періоду (у відсотках), порівнюється з темпом приросту виручки від торгової діяльності;

4) оборотність товарних запасів, що характеризує тривалість одного повного кругообігу коштів з моменту перетворення оборотних коштів з грошової форми в запаси і до їх реалізації. При прискоренні оборотності товарних запасів вивільняються матеріальні ресурси і джерела їх фінансування;

5) показник економії оборотних коштів в результаті зниження витрат на матеріальні ресурси і товарні запаси на одиницю реалізованого товару без шкоди для якості, надійності, експлуатаційних властивостей;

Оцінка швидкості оборотності запасів у торговельній діяльності є одним з основних елементів економічного аналізу, так як товарні запаси відносяться до повільно реалізованим активів, а в оборотних коштах організації торгівлі вони мають значну питому вагу.

Оцінка впливу на приріст обсягу продажів екстенсивності і інтенсивності використання запасів і оборотних коштів дозволять вичленувати більш раціональні і прогресивні шляхи підвищення ефективності результатів торговельної діяльності.

Крім перерахованих показників ефективності використання товарних запасів з метою прийняття управлінських рішень актуальним видається оцінка таких показників, як товарна структура в товарообігу, рентабельність використовуваної торгової площі за видами товарів, обсяг продажів у розрахунку на одиницю торгового персоналу або зміну (продуктивність праці), товарна структура поставлених на замовлення товарів та інше.

**8.Аналіз товарних запасів і товарооборотності**

Товарооборотність є одним з найважливіших показників ефективності діяльності підприємства ресторанного господарства. Під ***товарооборотністю*** розумієть час обороту товарів з дня їх надходження до дня їх реалізації, а також швидкість обороту сировини і покупних товарів. Товарооборотність може бути виражена або числом оборотів товарів за певний період часу, або кількістю днів, необхідних для експортування одного обороту. Слід зазначити, що мова йде про оборотність грошових коштів, вкладених в запаси.

Важливе значення для підприємства харчування, підвищення його конкурентоспроможності має прискорення оборотності. При цьому вивільняються оборотні кошти, вкладені в сировину і товари, ефективно використовуються інвестиції, вкладені у запаси, скорочуються витрати з зберігання сировини і товарів, знижуються товарні втрати, що в кінцевому рахунку веде до збільшення прибутку.

Аналіз поточних товарних запасів починають з зіставлення їх фактичних розмірів з встановленими нормативами. Так як нормативи товарних запасів встановлюються поквартально, то і їх вивчення проводять насамперед по кожному кварталу окремо. Порівняння фактичних запасів з нормативом проводять як у сумі, так і в днях обороту.

У ході аналізу товарних запасів необхідно виявити причини, які впливають на відхилення від нормативу, з'ясувати, якою мірою товарні запаси задовольняють попит населення, забезпечують виконання виробничої програми підприємства та обсягу роздрібного товарообігу, перевірити правильність розміщення запасів по структурних підрозділах підприємства. Важливим моментом в аналізі товарних запасів є визначення ефективності використання грошових коштів, вкладених в запаси.

Товарні запаси аналізуються, плануються і враховуються в абсолютних та відносних показниках. *Абсолютні показники,* представляють собою вартісні (грошові) і натуральні одиниці, зручні і використовуються при проведенні інвентаризацій на торгових підприємствах. Головний недолік абсолютних показників - неможливість з їхньою допомогою визначити ступінь відповідності величини товарного запасу потребам розвитку товарообігу. Тому більш широке поширення отримали *відносні показники,* що дозволяють зіставляти величину товарного запасу з товарообігом торговельного підприємства.

Першим відносним показником, що застосовуються при аналізі, є *рівень товарних запасів*

Рівень товарних запасів характеризує забезпеченість торгового підприємства запасами на певну дату, і показує, на яку кількість днів торгівлі (при сформованому товарообігу) вистачить цього запасу.

Другим найважливішим показником, що характеризує товарні запаси, є *показник товарооборачиваемости.*

Товарооборотність, будучи одним з показників ефективності господарської діяльності торговельного підприємства в цілому, що дозволяє оцінити і кількісно виміряти два параметри, властиві товарних запасах: час і швидкість їх обігу.

Товарооборотність в днях товарообігу показує час, протягом якого товарні запаси знаходяться у сфері обігу, тобто кількість днів, за що обертається середній товарний запас.

Товарооборотність в кількості оборотів показує кількість оборотів середнього товарного запасу за аналізований період.

Між часом і швидкістю товарного обігу існує стійка обернено пропорційна залежність. Зменшення часу та збільшення швидкості товарного обігу дозволяють здійснити більший обсяг товарообігу при менших розмірах товарного запасу, що сприяє зниженню товарних втрат, витрат по зберіганню товарів, оплату відсотків за користування кредитом тощо

Рівень товарного запасу на останнє число місяця показує, що при нинішніх темпах товарообігу запаси, наявні на підприємстві на 1 липня, можуть бути реалізовані за 72,4 дня торгівлі. Товарооборотність в днях показує, що середній товарний запас II кварталу обертається за 56,3 дня (при сформованих тенденціях розвитку товарообігу) або за квартал робить 1,6 обороту.

**ЗАДАЧА**

Проаналізувати валовий дохід підприємства, визначити недостаючі показники та розраховувати вплив зміни обсягу товарообороту та вплив зміни структури товарообороту на валові доходи підприємств ресторанного господарства

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Одиниця виміру | План | Факт | Відхилення (+, -) |
| 1. Товарооборот | тис. грн. | 800 | 830 | + 30 |
| 2. Валові доходи:  а) сума  б) рівень | тис. грн.  % | 304  38 | 311,25  37,5 | + 7,25  - 0,5 |

*Рішення.*

1. Визначаємо плановий рівень валового доходу.

304 тис. грн. • 100 %  = 38 %

800 тис. грн.

1. Визначаємо фактичну суму валового доходу .

830 тис. грн. • 37,5%  = 311,25 тис. грн.

100 %

1. Визначаємо відхилення:

* по товарообороту:

830 тис. грн. – 800 тис. грн. = + 30 тис. грн.

- по сумі валового доходу:

311,25 тис. грн. – 304 тис. грн. = + 7,25 тис. грн.

* по рівню валового доходу:

37,5 % - 38 % = - 0,5 %.

1. Визначаємо вплив чинників:

а) зміни обсягу товарообороту.

(830 – 800) х 38 % = + 11,4 тис. грн.

100 %

б) зміни структури товарообороту

830 тис. грн. х (37,5 % - 38 % ) = - 4, 15 тис. грн.

100 %

*Висновки:* На виконання плану валового доходу вплинуло два чинники: товарооборот та структура товарообороту.

За рахунок збільшення товарообороту на 30 тис. грн. підприємство додатково отримало валових доходів на 11,4 тис. грн. а другий чинник вплинув негативно. Так як фактичний рівень зменшився проти планового на 0,5 %, то сума зменшення валового доходу склала 4, 15 тис. грн., а в цілому підприємство додатково отримало валових доходів на суму 7,25 тис. грн.

**9.Нормування та планування товарних запасів**

Мета нормування ТЗ – визначення їх оптимальних розмірів для забезпечення планового обсягу т/о, створення необхідних матеріальних передумов для ритмічного та безперебійного продажу товарів при найменших витратах по їх формуванню, зберіганню, регулюванню.

Принципи нормування ТЗ: оптимальність, надійність, науковість, реальність, ефективність.

При нормуванні ТЗ використовують наступні методи:

При нормуванні товарних запасів часто використовуються такі методи:

—метод техніко-економічних розрахунків;

—економіко-статистичний метод;

—метод експертних оцінок;

—економіко-математичні методи.

**Метод техніко-економічних розрахунків**. Суть нормування товарних запасів з допомогою методу техніко-економічних розрахунків полягає у визначенні норм за сегментами запасів, які виділяються, виходячи з цільового використання товарних ресурсів. Розрахунок товарних нормативів при цьому здійснюється за товарними групами з виділенням трьох складових елементів запасів: робочого запасу, запасу поповнення, страхового запасу. Робочий запас та запас, пов'язаний з поповненням, в сукупності складають торговий запас.

Робочий запас являє собою сукупність трьох найважливіших елементів:

1. Представницького асортиментного набору.

2. Запасу на одноденну реалізацію.

3. Запасу на час приймання та підготовки товарів до реалізації.

**Представницький асортиментний набір** — це частка загального нормативу товарних запасів, призначених для забезпечення в торговому залі оптимальної кількості різновидів товарів. Його обсяг залежить від широти асортименту, обсягу товарообороту, спеціалізації підприємства та специфічних особливостей; вартісна оцінка встановлюється за даними про середню роздрібну ціну та кількість різновидів у кожній товарній групі.

Запас на час прийому, підготовки товарів до продажу в днях встановлюється шляхом хронометрування часу, витраченого на окремі операції. Час прийому складається з часу на зовнішній огляд тари, пломб, на розвантажування, перевірку на кількість та якість, переміщення товару до місця продажу та зберігання. Час на підготовку товарів до продажу складається з часу, що витрачається на розпакування та викладення товарів у торговельному залі.

Загальний розмір робочого запасу в днях обороту визначається як кількість різновидів, помножених на ціну, плюс одноденний товарооборот, поділені на одноденний товарооборот.

Запас поточного поповнення потрібно створювати для забезпечення регулярної торгівлі в періоди між черговими поставками товарів. Його обсяг залежить від періодичності (частоти) завозу, широти асортименту та комплектності партії товарів, що надходять. Щодо продовольчих та окремих непродовольчих товарів, то враховуються також лімітні строки їх зберігання.

Комплектність однієї партії встановлюється шляхом ділення загальної кількості різновидів на кількість поставок. Використовують коефіцієнт комплектності. Це відношення кількості різновидів в одній партії до кількості різновидів в асортиментному мінімумі.

У період між черговими надходженнями товарів запас поповнення коливається від максимуму (в день доставок) до мінімуму (перед завозом). Тому при визначенні норм запасу використовують середній час періодичності, тобто половину інтервалу надходження товарів. У процесі нормування виходять із оптимального розміру партії та інтервалу завозу, раціонального асортименту за типами торгових підприємств.

Розрахунок нормативу запасу поточного поповнення проводиться шляхом ділення періоду завозу конкретного товару на 2. Період завозу товару розраховується шляхом ділення кількості різновидів, які повинні бути в асортименті магазину, на кількість різновидів, що є в одній партії, і помножений на середню частоту завозу. У разі, коли асортиментні різновиди товарів не можна замінити іншими, запас поточного поповнення в днях виражається рівнем середнього інтервалу поставки в товарній групі. Щодо різновидів товару, що має вузький асортимент, то нормативи розраховуються в цілому в товарній групі без урахування асортиментних позицій шляхом ділення кількості днів у періоді на кількість поставок у товарній групі в період, на який планується.

Страховий і гарантійний запас створюється для забезпечення безперебійної торгівлі і значного збільшення попиту в окремі періоди, можливого порушення термінів та обсягів поставки товарів та інших непередбачуваних обставин.

Величина цього запасу визначається у відсотках від розміру товарного запасу залежно від способів та частоти доставки товарів, транспортних умов, а також від ступеня коливання випадкових факторів. На основі вивчення досвіду роботи торгових підприємств прийнято враховувати страховий запас у розмірі до 100 % з товарів простого асортименту і до 50 % розміру торгового запасу складного асортименту (з урахуванням кількості різновидів в кожній групі товарів).

Для визначення розміру страхового (гарантійного) запасу сумують робочий запас з запасами поточного поповнення. Норми резервування з кожної товарної групи можуть розраховуватися індивідуально з використанням теорії ймовірності. Норматив товарів у дорозі визначається окремо за товарами та товарними запасами облікової номенклатури.

Метод техніко-економічних розрахунків має ряд переваг. У ньому враховано не тільки загальний обсяг товарних запасів за вартістю, але і його речовий склад. Він передбачає розробку асортиментного мінімуму для кожного магазину та контроль за його дотриманням.

**10. Сутність і система цін**

**Ціна — це грошове вираження вартості товару, або сума грошей,за яку покупець згоден купити товар, а виробник продати цей товар.**

 Від рівня цін залежать розмір прибутку підприємства, конкурентоспроможність підприємства і його продукції, а також фінансова стійкість підприємства.

Як економічна категорія ***ціна виконує кілька важливих функцій.***

***1.Облікова функція*** ціни відбиває суспільно необхідні витрати праці на випуск і реалізацію продукції. Ціна визначає, скільки витрачено праці, сировини і матеріалів на виготовлення продукції. А в кінцевому підсумку ціна відбиває розмір прибутку підприємства. На обліковій функції ціни базуються засоби обчислення вартісних показників — як кількісних (валовий внутрішній продукт — ВВП, національний дохід, обсяг капіталовкладень, обсяг товарообороту та ін.), так і якісних (рентабельність, продуктивність праці, фондовіддача та ін.). Отже, ціна використовується для визначення ефективності виробництва, є важливим знаряддям планування діяльності підприємства і орієнтиром для обгрунтування його господарських рішень.

***2.Розподільча функція*** ціни виражається в тому, що держава через ціноутворення перерозподіляє національний дохід між галузями економіки, державним і недержавним секторами, окремими регіонами, соціальними групами населення. Ця функція реалізується через включення в собівартість багатьох податків, які потім стають джерелами накопичення фондів (дорожнього, зайнятості населення та ін.), а також через включення в ціну непрямих податків (ПДВ, акцизів).

***3.Стимулююча функція*** ціни виявляється в тому, що ціна за певних умов може стимулювати певні бажані процеси на підприємстві: прискорення НТП, поліпшення якості продукції, збільшення обсягів випуску продукції і попиту на неї тощо.

***4.Регулююча функці***я передбачає врегулювання пропорцій окреми виробництв, забезпечує збалансованість між виробництвом і споживанням, попитом і пропозицією. У цьому разі ціна відіграє роль індикатора диспропорцій у сферах виробництва і обігу, дає змогу досягти відповідності попиту й пропозиції.

***5.Функція ціни як засобу раціонального розміщення виробництва*** найбільшою мірою виявляється в умовах ринкових відносин. За допомогою механізму цін капітали переміщуються в сектори економіки і виробництва з найвищою нормою прибутку.

**Система цін і їх класифікація.**

**Ціни класифікують за певними ознаками**. Розглянемо основні з них.

- *За сферою обслуговування та особливостями купівлі-продажу* ціни поділяють на :

• оптові на продукцію промисловості, за якими підприємства реалізують вироблену продукцію;

• закупівельні, за якими виробники сільськогосподарської продукції реалізують її промисловим підприємствам з метою подальшої переробки;

• роздрібні, за якими торговельні організації реалізують продукцію населенню, підприємствам, організаціям;

• кошторисні ціни та розцінки, за якими визначаються розрахункова вартість нового будівництва, вартість реконструкції, розширення та переоснащення будівель і споруд;

• тарифи вантажного і пасажирського транспорту;

• тарифи на платні послуги населенню.

- *За способом встановлення та ступенем регулювання* розрізняють ціни:

• державні, що встановлюються державою і поділяються на фіксовані та регульовані;

• ввізні, що встановлюються на імпортні підакцизні товари;

• вільні, які встановлюють виробники продукції та послуг згідно з існуючим попитом і пропозицією; при цьому продавець і покупець не мають жодних взаємних зобов’язань ані до купівлі-продажу, ані після цього;

• договірно-контрактні, що встановлюються за згодою сторін, які домовляються; при цьому продавець і покупець беруть на себе певні зобов’язання.

*- За охопленням території, на якій діють,* виокремлюють ціни:

• єдині, які встановлюють і регулюють центральні органи влади (на газ природний; продукцію ядерно-паливного циклу; електро- і теплоенергію; продукцію оборонного виробництва; дорогоцінні метали; перевезення вантажів, вантажно-розвантажувальні роботи на залізничному транспорті; перевезення пасажирів, багажу, пошти на залізничному транспорті тощо);

• зональні. Зональні ціни регулюють місцеві органи влади. При цьому враховується відстань переміщення товару територією країни.

*-За методом включення транспортних витрат у ціну товару* розрізняють ціни:

• франко-склад постачальника;

• франко-станція відправлення;

• франко-склад споживача.

Система франкування зазначає, до якого пункту в маршруті просування товару від продавця до покупця продавець сплачує транспортні витрати; саме вони й включаються в ціну товару. Ціна франко-склад постачальника означає, що всі пов’язані з доставкою продукції витрати бере на себе покупець. У ціні франко-станція відправлення продавець бере на себе витрати з транспортування продукції на станцію відправлення. Ціна франко-склад споживача означає, що всі витрати з транспортування продукції бере на себе постачальник.

**ЗАДАЧА**

Загальний обсяг товарообороту їдальні за передплановий період складає 490 тис. грн. сума витрат 162, 9 тис. грн.

В плановому періоді передбачається обсяг реалізації (товарооборот) в розмірі 560 тис.грн., а сума витрат 169,8 тис. грн.

*Рішення:*

1. Рівень витрат виробництва і обігу перед планового періоду (минулого)

152,9 тис. грн. х 100 % = 31,2 %

490, 0 тис. грн.

1. Рівень витрат планового періоду

169,8 тис. грн. х 100 % = 30,32 %

560, 0 тис. грн.

1. Розмір зниження рівня.

30,32 % - 31,2 % = - 0,8 %

**11. Цінова політика підприємств**

Механізм ціноутворення являє собою, з одного боку, зв'язок між ціною і ціноутворюючими факторами; з іншого боку — формування ціни, технологію її зародження, функціонування, зміни. Моделювання цінової політики здійснюється поетапно, у визначеній послідовності:

• визначення мети підприємства. Поряд з максимізацією прибутку, у залежності від обставин, вона може зводитися до забезпечення виживаності, завоюванню лідерства, збільшенню частки ринку, обсягу продажів, максимізації темпів росту;

• установлення характеру ринку, що визначається кількістю і розміром підприємства-конкурентів: чи віддаються переваги на ринку якому-небудь з конкурентів (вільна конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, монополія);

• аналіз купівельного попиту. Як відзначалося, на його величину впливають різні фактори: потреба в товарі, відсутність чи заміни конкурентів, платоспроможність потенційних покупців, споживчі переваги.

• дослідження рівня ринкових цін. Фірма позиціонує (тобто визначає сприйняття споживачем своїх товарів у порівнянні з товарами конкурентів). З даною метою робляться порівняльні покупки, у результаті яких проводиться аналіз цін, товарів, якості і т.д.);

• аналіз витрат. Фірма визначає залежність загальних витрат від змін обсягу виробництва, визначає закономірності граничних витрат. При цьому ефективний підхід до ціноутворення припускає першочерговість аналізу рівня цін, що визначають обсяг продажів, масштаб виробництва, а вже потім їхнє співвідношення з витратами.

У рамках наступного етапу цінової політики проводиться:

? Фінансовий аналіз можливих варіантів ціни; витрат на виробництво продукту, у якому підприємство може завоювати покупців більш повним задоволенням їхніх потреб.

? Аналіз конкуренції. Дається оцінка можливого відношення конкурентів до намічуваних змін цін на продукцію і ті конкретні міри, що вони можуть почати у відповідь.

? Сегментний аналіз ринку. У ході його визначається, як найбільше вигідно диференціювати ціни, щоб максимально врахувати розходження між сегментами ринку по чутливості покупців до рівня цін продукції і за рівнем витрат підприємства для найбільш адекватного задоволення вимог покупців різних сегментів.

? Оцінка державного регулювання цін на дану продукцію.  
Далі визначаються методи ціноутворення. Основні з них

• метод повних (середніх) витрат;

• граничних (маржинальных) витрат;

• на основі цінності товарів, що відчувається;

• беззбитковості, цільового прибутку.

Лише після цього відбувається встановлення остаточної ціни. Враховуються психологічне сприйняття споживачем товару підприємства, реакція конкурентів, встановлення умов надання і рівня знижок за цінами і т.д.

Розглянемо методи ціноутворення.

Метод повних (середніх) витрат. Підприємство на ринку запитує ціну товарів, здатну відшкодувати витрати і забезпечити максимально можливий прибуток на основі стандартної націнки в залежності від виду товару. Даний метод стикується з існуючою практикою калькулювання собівартості, що також пояснює його перевагу для багатьох вітчизняних виробничих структур.

Разом з тим у наявності й істотні недоліки: затратний механізм ціноутворення, що обумовлює слабку зацікавленість до їхнього зниження; знижується конкурентноздатність товару; слабкий зв'язок з рівнем попиту.

Метод маржинальних витрат — нове явище у вітчизняній практиці, що базується на поділі витрат на постійні і перемінні. При ціноутворенні враховуються фактичні перемінні витрати на одиницю продукції, що збільшуються на суму граничного доходу. Призначення останнього — покриття постійних витрат і забезпечення прийнятного прибутку підприємству.

Його очевидна перевага — скорочення загальної величини витрат підприємства, що стратегічно істотно для російських виробничих формувань з їхньою твердою конкуренцією з закордонними партнерами. Застосовуючи варіант «скорочених витрат», виробник, одержуючи виграш у збільшенні обсягу продажів, одночасно має можливість компенсувати непокриті постійні витрати за рахунок підвищення граничного доходу. У той же час застосування даного методу дуже обмежено в силу ряду причин: неврегульованість співвідношення принципів управлінського і податкового обліку, що залишається високої ступінь державного регулювання вітчизняного ціноутворення, низький кваліфікація адміністрації і т.п.

Установлення цін на основі цінності товару, що відчувається. Основним фактором виступають не витрати підприємства, а сприйняття споживача. Для цього в маркетинговій і збутовій політиці фірм використовуються спеціальні прийоми, а ціни покликані відповідати цінності товару, що відчувається. Для цього досліджуються моделі споживчого поводження, ціннісні представлення покупців. Також застосовуються нецінові методи впливу: сервісне обслуговування, гарантії покупцям і т.д.

Розрахунок ціни на основі забезпечення беззбитковості і цільового прибутку. Фірма прагне установити ціну, що забезпечує їй бажаний обсяг прибутку. Будуються спеціальні графіки загальних витрат (постійних, тимчасових) і очікуваного виторгу при різних обсягах продажів. Крива виторгу залежить від ціни товару. Підбирається таке сполучення обсягу випуску і ціни, що забезпечує потрібний прибуток. Такий метод ціноутворення жадає від фірми розгляду різних варіантів цін, їхнього впливу на обсяг збуту, необхідний для забезпечення беззбитковості і забезпечення цільового прибутку.

**12.Інвестиції як джерело розвитку ресторанного господарства**

Господарські операції, що реалізуються у підприємстві ресторанного господарства, пов'язані з функціонуванням та розвитком господарюючого суб'єкта. Функціонування підприємства ресторанного господарства базується на реалізації завдань поточного періоду та забезпечується поточною діяльністю господарюючого суб'єкта. Розвиток підприємства ресторанного господарства пов'язаний зі суттєвими якісними змінами господарюючого суб'єкта. Функціонування підприємства супроводжується виникненням поточних витрат. Для розвитку підприємства необхідні інвестиції.

**Інвестиції** — вкладення капіталу з метою забезпечення доходу та зростання його вартості у майбутньому періоді.

Для прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо напряму вкладень капіталу інвестиції класифікують за такими основними ознаками як об'єкт інвестування, територіальне розміщення, форма власності, форма фінансування.

*За об 'єктами інвестування виділяють інвестиції* у технічний та кадровий потенціал суб'єктів господарювання, їх сировинні та товарні ресурси, інноваційні розробки, а також фінансові інструменти.

*Інвестицій у технічний потенціал* підприємства ресторанного госпо­дарства становлять вкладення капіталу у придбання, модернізацію, ремонт машини та обладнання, приладів, інвентарю, будівництво, придбання та реконструкцію об'єктів нерухомості. *Інвестиції у кадровий потенціал* пов'язані з навчанням працівників підприємства, вкладеннями у підвищення їх кваліфікації. *Інвестиції у сировинні та товарні ресурси* становлять вкладення у приріст даних ресурсів підприємства ресторанного господарства. *Інноваційні інвестиції* пов'язані з реалізацією інновацій у сфері ресторанного господарства, зокрема появою нових форматів або концепцій розвитку, технологій виробництва продукції та способів її просування на ринку, а також нових підходів до управління діяльністю підприємств (закладів). Інвестиції у фінансові інструменти пов'язані, головним чином, з вкладеннями вільного капіталу у цінні папери.

Вкладення капіталу у технічний та кадровий потенціал, сировинні та товарні ресурси, інноваційні розробки, а також інші об'єкти, пов'язані зі здійсненням операційної діяльності підприємства, забезпеченням техніки безпеки та покращенням умов праці персоналу становлять реальні інвестиції підприємства ресторанного господарства. Вкладення капіталу у цінні папери інших підприємств, облігації державних та місцевих позик, уставні капітали інших підприємств складають фінансові інвестиції підприємства ресторанного господарства.

За територіальним розміщенням виділяють вкладення капіталу в об'єкти, що розміщені на території визначеного регіону чи країни загалом, а також вкладення капіталу в об'єкти інвестування, що знаходяться за межами країни. Виділення інвестицій за поданою ознакою є значущим для підприємств ресторанного господарства, що існують як мережеві структури та організують діяльність у різних країнах.

*За формою власності* виділяють державні та приватні інвестиції. Державні інвестиції здійснюються державними органами влади різних рівнів за рахунок відповідних бюджетів, а також державними підприємствами. Приватні інвестиції характеризують вкладення фізичних осіб, а також юридичних осіб недержавної форми власності.

*За формою фінансування* виділяють інвестиції, що здійснюються за умов самофінансування, залучення позикових коштів, а також за змішаного фінансування.

Реалізація інвестиційних проектів за умов самофінансування передбачає використання в інвестиційній діяльності власних коштів.

*На етапі створення власними коштами* для підприємств ресторанного господарства є кошти засновника (за умов одноосібного володіння підприємством), акціонерний або пайовий капітал, утворений унаслідок емісії акцій або пайових внесків засновників підприємства (за умов існування господарюючого суб'єкта у формі товариства або корпорації). Натомість основним джерелом формування власних коштів для реалізації інвестиційних проектів є частина прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства ресторанного госпо­дарства та спрямовується на його розвиток. Якщо власні кошти, сформовані за результатами поточної діяльності та накопичені за попередні періоди, є недостатні, власниками підприємства може бути прийнято рішення про додаткову емісію акцій або додаткове внесення коштів пайщиками. За умов одноосібного володіння власник самостійно приймає рішення щодо обсягу додаткового вкладення власних коштів у розвиток підприємства.

*Джерелами фінансування інвестиційної діяльності* підприємства ресторанного господарства також є позикові кошти, які представлені переважно довгостроковими банківськими кредитами та облігаційни­ми позиками. Окрім поданих форм залучення позикових коштів, що є традиційними, процес кредитування може бути організований у спосіб, що не пов'язаний з отриманням підприємством-позичальником грошових коштів, а саме через механізм лізингу, за яким підприємство-лізингоодержувач отримує у платне використання на визначений період окремий вид майна (основні засоби) з правом можливого подальшого викупу.

*Змішане фінансування інвестиційної діяльності* у сфері ресторанного бізнесу передбачає реалізацію інвестиційних проектів за використання як власних так і позикових коштів.

Усі подані форми фінансування інвестицій знаходять реалізаціюи у сфері ресторанного господарства. Вибір на користь визначеної форми фінансування інвестицій здійснюється за урахування низки критеріїв, зокрема мінімізації фінансового ризику та вартості залучених коштів, забезпечення фінансової незалежності господарюючого суб'єкта та реалізації інтересів власників щодо збереження власності. З огляду на зазначене під час обгрунтування *форми фінансування інвестиційної діяльності* враховують:

- рівень дивідендних виплат та рівень виплат власникам підприємства, що використовують для оцінки вартості залучення власних коштів;

- ставку відсотку за кредит та ставку купонного відсотку, що використовують для оцінки вартості залучення позикових коштів;

- умови договору лізингу, а саме строк лізингу, розмір лізингових платежів, що використовують для оцінки платоспроможності підприємства;

- співвідношення між обсягом позикових та власних коштів, що використовують для оцінки фінансової незалежності господарюючого суб'єкта.

**ЗАДАЧА**

Визначити середньорічну вартість основних фондів та суму амортизаційних відрахувань, які по механічному обладнанню складають 15 %, по холодильному – 17 %.

Розрахунок середньорічної вартості основних фондів підприємств ресторанного господарства.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Основні фонди | Первинна вартість на початок року | Ввод | | Вибуття | | Середня вартість тис. грн. |
| вартість тис. грн. | період | вартість тис. грн. | період |
| Обладнання:  а) механічне  б) холодильне | 11,4  18,2 | 2,5  3,0 | Липень  Липень | 2,0  2,0 | Лютий  Лютий |  |

Середньорічну вартість основних фондів в плановому році розраховують шляхом додавання до балансової (первинної) вартості, вартості основних фондів на початок планового періоду середньорічної вартості основних фондів, що вводяться і відніманням середньорічної вартості основних фондів, що вибувають в плановому році. В розрахунок приймається повна кількість місяців в експлуатації основних фондів.

*Рішення.*

1. Середньорічна вартість механічного обладнання.

11,4 + 2,5 х 6 місяців – 2 х 10 = 10,98 тис.грн.

12 місяців

1. Середньорічна вартість холодильного обладнання.

18,2 + 3,0 х 6 - 2 х 10 = 18,03 тис. грн.

12 12

1. Сума амортизаційних відрахувань

10,98 х 15 % + 18,3 х 17 % = 4,712 тис. грн.

100 % 100 %

**13.** **Бізнес-план як плановий документ обгрунтування різноманітних проектів розвитку у ресторанному господарстві**

Основним об'єктом інвестування у сфері ресторанного господарства є *реальні інвестиції.* Реальні інвестиції здійснюються у ресторанному господарстві у різних формах, для реалізації яких розробляють бізнес-план.

**Бізнес-план підприємства** — це письмовий документ, у якому викладені суть, напрямки і способи реалізації підприємницької ідеї, охарактеризовані ринкові, виробничі, організаційні і фінансові аспекти її реалізації.

Для підприємства ресторанного господарства потреба у бізнес- плані виникає за необхідності обгрунтування проекту щодо :

- організації нового підприємства;

- реконструкції діючого підприємства;

- перепрофілювання діючого підприємства та вибору нових видів, напрямів господарської діяльності;

- об'єднання існуючих підприємств і створення нової інтегрованої бізнес-структури;

- залучення іноземних інвестицій;

- виходу на зовнішній ринок.

Бізнес-план дозволяє передбачати не лише заходи для реалізації нової ідеї, а й визначити необхідне фінансове забезпечення та можливість одержання доходу (прибутку).

**До основних завдань** розробки бізнес-плану підприємства ресторанного господарства належать:

- обґрунтування новизни підприємницької ідеї;

- оцінювання зовнішніх умов реалізації проекту (оцінка попи­ту та пропозиції продукції та послуг на відповідному сегменті ринку);

- визначення інвестиційних потреб для реалізації проекту;

- оцінювання ресурсних можливостей підприємства щодо реалізації проекту;

- визначення джерел фінансування проекту;

- оцінювання ризиків реалізації проекту;

- обгрунтування економічної доцільності реалізації підприємницької ідеї.

**Бізнес-план виконує дві важливі функції** — зовнішню (ознайомлення зацікавлених осіб з основними положеннями нової підприємницької ідеї) та внутрішню (планування господарської діяльності для реалізації підприємницького проекту). Найчастіше бізнес-план складається за необхідності залучення інвестицій. Бізнес-план є візитною карткою підприємця під час пошуку партнерів та інвесторів для реалізації інвестиційного проекту. Разом з тим, під час розробки бізнес-плану підприємець виявляє сильні та слабкі сторони власного бізнесу, що враховує в управлінні підприємством у подальшому.

*Розроблення та впровадження бізнес-плану на підприємстві реалізується у декілька етапів.*

*На підготовчому етапі* передбачено обґрунтування концепції майбутнього закладу, виробництва нової продукції (надання нових послуг), впровадження нового технічного, організаційного або економічного рішення тощо.

За прийняття позитивного рішення стосовно впровадження бізнес-ідеї реалізується основний етап бізнес-планування — *здійснюється безпосередня розробка конкретного бізнес-плану, з*окрема формується група розробників бізнес-плану, визначається система організаційного та фінансового забезпечення бізнес-планування.

*На етапі реалізації* бізнес-плану розробляється кошторис та визначаються необхідні ресурси для виконання окремих розділів бізнес-плану; здійснюється контроль та коригування окремих завдань за результатами реалізації бізнес-плану.

*Бізнес-план* — документ, що має відповідну структуру та включає такі основні розділи як: загальна характеристика підприємства; резюме; дослідження ринку продукції та послуг; план і стратегія маркетингу; виробничий план; організаційно-юридичний план; фінансовий план; оцінка і страхування ризику.

Згідно Методичних рекомендацій з **розроблення бізнес-плану** підприємства, затверджених наказом Міністерства економіки України від 6 вересня 2006 р. №290, бізнес-план підприємства складається з таких **основних розділів:**

- резюме;

- характеристика підприємства;

- характеристика продукції (послуг), що виробляється підприємством;

- дослідження та аналіз ринків збуту продукції (послуг);

- характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги;

- план маркетингової діяльності;

- план виробничої діяльності підприємства;

- організаційний план;

- план охорони навколишнього середовища;

- фінансовий план та програма інвестицій;

- аналіз потенційних ризиків;

- бюджетна та економічна ефективність інвестиційного бізнес- плану;

- соціально-економічні наслідки реалізації інвестиційного бізнес- плану.

Структура бізнес-плану та глибина подання інформації за окремими розділами визначається цільовою настановою його розробки, а саме — отримання банківського кредиту, залучення інвестора або партнера, попередня оцінка інвестиційного проекту, внутрішньо-фірмове планування та ін.

*За стандартами бізнес-план містить наступні складові*:

- титульний лист бізнес-плану (інвестиційного проекту);

- меморандум про конфіденційність;

- коротка анотація (резюме) бізнес-плану;

- загальні положення;

- маркетинговий план;

- організаційний план та менеджмент;

- інвестиційний план;

- виробничий план;

- фінансовий план;

- оцінка ризиків проекту;

- додатки до бізнес-плану;

- інформація про забезпечення проекту.

Відкриття нового закладу у ресторанному бізнесі передбачає розробку бізнес-плану.

*Основна мета бізнес-планування закладу ресторанного господарства —* формування такого ресурсного потенціалу закладу, який дозволить забезпечити виконання запланованої виробничої програми, формування оптимального розміру операційних доходів та витрат, отримання цільового прибутку та покриття інвестиційних витрат у нормативні терміни окупності.

Під час розроблення *бізнес-плану з відкриття нового закладу* у ресторанному бізнесі доцільно виходити з наступних ***основних розділів*.**

*Резюме.* Даний розділ містить основні положення та висновки бізнес-плану. Складається з трьох частин — вступу, у якому обґрунто­вується актуальність проекту, основної частини, у якій надаються основні положення бізнес-ідеї та висновків, що містять основні фінан­сові показники та показники ефективності інвестиційного проекту.

*Характеристика продукції (послуги). У* даному розділі необхід­но надати інформацію щодо продукції (послуги), що пропонується до впровадження. Під час надання характеристики продукції (послуг) необхідно вказати які потреби задовольняє дана продукція (послуга), її особливості, конкурентні переваги, патенти, авторські свідоцтва, що захищають права на виготовлення продукції, характеристики якості.

У разі пропозиції у закладі нової продукції (послуги) доцільно подати розрахунки щодо її конкурентоспроможності.

Для оцінки конкурентоспроможності продукції (послуги) рекомендовано використання відповідного коефіцієнту (ККСп), в основі розрахунку якого — порівняння цін та показників якості нової продукції (послуги) з продукцією (послугою) — аналогом.

**14. Суть структури управління підприємствами ресторанного господарства**

Під **управлінням підприємствами ресторанного господарства** розуміють різноманітні способи упорядкованого впливу на об'єкти (господарські одиниці) з метою розвитку й удосконалення виробничих, торговельно-технологічних процесів виготовлення продукції власного виробництва, її реалізації, обслуговування споживачів за мінімальних витрат праці та коштів. Системне управління підприємствами ресторанного господарства є досить складним і вимагає від керівника ухвалення рішень з метою ефективної реалізації цілей і завдань.

**Механізм** управління підприємствами ресторанного господарства формується під впливом загальних особливостей і закономірностей розвитку ринкової економіки. Водночас цей механізм визначається такими особливостями діяльності підприємств, як переважання малих і середніх підприємств у структурі галузі та швидкість обертання капіталу; чутливість до ринкової інфраструктури; індивідуальність і нестандартність технологій виробництва продукції та послуг; динамічність організаційних форм і структур управління.

Підприємство ресторанного господарства може складатися з виробничих структурних підрозділів (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також функціональних структурних підрозділів апарату управління (управлінь, відділів, служб тощо).

Функції, права та обов'язки структурних підрозділів підприємства визначаються положеннями про них, які затверджуються в порядку, визначеному статутом підприємства чи іншими установчими документами.

Підприємство самостійно визначає власну організаційну структуру, чисельність працівників і штатний розпис.

Підприємство має право створювати філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, погоджуючи питання про розміщення таких підрозділів з відповідними органами місцевого самоврядування в передбаченому законодавством порядку. Такі відокремлені підрозділи не мають статусу юридичної особи і діють на підставі положення про них, затвердженого підприємством.

**Організаційна структура управління** забезпечує стабільність функціонування системи управління, завдяки чому підприємство ритмічно працює незалежно від впливу зовнішніх і внутрішніх факторів. Створення організаційної структури управління зумовлене необхідністю розподілу прав і обов'язків між окремими підрозділами організації. Оптимальною є структура, що дає змогу підприємству ефективно взаємодіяти з зовнішнім середовищем, продуктивно та доцільно розподіляти та спрямовувати зусилля працівників, задовольняючи попит споживачів послуг і продукції та досягаючи визначених цілей з високою ефективністю.

Для створення організаційної структури необхідно:

- визначити робочі місця для виконання конкретних функцій (вертикальна структура);

- згрупувати робочі місця у відділи та структурні підрозділи (структурна ієрархія);

- скоординувати функціональну діяльність (горизонтальна структура).

**Організаційні структури сучасних підприємств ресторанного господарства зводяться до модифікацій таких основних видів структур, як *лінійна, функціональна та лінійно-функціональна..***

***Лінійна структура управління*** передбачає зосередження всіх виробничих та управлінських функцій у руках одного керівника. Тут усі повноваження є прямими (лінійними) й виходять від вищої ланки управління. Кожен підлеглий безпосередньо підпорядковується лише одному керівнику, через якого надходять всі управлінські рішення. Вища ланка (керівник) не має права віддавати розпорядження персоналу, оминаючи їхнього безпосереднього керівника. Окремі спеціалісти допомагають лінійному керівникові отримувати та аналізувати інформацію, виробляти управлінські рішення, але самі вказівок та інструкцій керованому об'єкту не дають. Це забезпечує стабільну та міцну організаційну структуру, в якій кожен управлінець підпорядковується лише одному керівникові

Лінійній структурі управління властиві простота, чіткість, узгодженість дій виконавців, оперативність, водночас менша гнучкість при адаптації до мінливого ринку. Кожен керівник має широкі повноваження, проте незначні можливості при вирішенні проблем, що вимагають глибоких спеціалізованих знань. Найчастіше лінійні структури управління використовуються на невеликих підприємствах ресторанного господарства.

***Функціональній структурі управління*** властива підпорядкованість виробничих підрозділів (виконавців) одночасно лінійним керівникам та управлінцям вищого рівня. Суть функціональної структури управління полягає у виконанні окремих функцій спеціалізованими органами управління та окремими спеціалістами, які володіють значними управлінськими повноваженнями. Зазвичай виокремлюють ту частину працівників, діяльність яких об'єднана тільки частиною функцій. Перелік видів діяльності підприємств ресторанного господарства є досить широким, однак вони зводяться до кількох основних функцій. Функціональна спеціалізація найчастіше спонукає до впорядкування діяльності. Функціональна організаційна структура дає змогу згрупувати працівників відповідно до їхньої професійної компетенції, що суттєво полегшує управління персоналом, оскільки функціональне розмежування обов'язків працівників передбачає певну відповідальність. Відділи, в яких працюють працівники одного напряму, організовуються в ієрархії, що сприяє професійному зростанню персоналу

Функціональна структура управління вимагає від менеджерів універсальної підготовки для виконання всіх функцій управління, тому формується штат спеціалістів з високою компетенцією у певній сфері, які відповідають за конкретний напрям управління. Функціональний розподіл дає можливість контролювати всю діяльність організацій централізовано. Проте спеціалісти насамперед переслідують інтереси своїх підрозділів, що перешкоджає досягненню масштабних корпоративних цілей.

***Лінійно-функціональна (комбінована) структура управління*** відрізняється від функціональної тим, що зв'язки між функціональними службами або керівниками не є зв'язками підпорядкованості. Будь-які накази, розпорядження працівники одержують лише від безпосередніх лінійних керівників. Функціональні служби у межах своєї компетенції аналізують проблеми, консультують керівника, надають методичну допомогу виконавцям у їхній діяльності. Лінійно-функціональна структура поєднує ознаки лінійної та функціональної структур.

Комбінований тип управління дає змогу уникнути недоліків лінійного та функціонального типів структур управління. За такої структури управління функціональні ланки позбавлені права безпосереднього впливу на виконавців, вони готують рішення для лінійного керівника, який чинить прямий адміністративний вплив на виконавців. Передбачається, що першому (лінійному) керівнику у виробленні конкретних питань і підготовці відповідних рішень, програм, планів допомагає спеціальний апарат, що складається з функціональних підрозділів (відділів, груп)

Роль функціональних органів (служб) залежить від масштабів господарської діяльності та структури управління підприємством. За лінійно-функціональної структури управління переваги має лінійна організація, але з підвищенням рівня управління роль функціонального управління зростає. Якщо в межах управління невеликих структурних ланок його роль незначна, то в масштабі управління підприємством вона набуває ваги. Функціональні служби забезпечують весь обсяг технічної підготовки виробництва, готують варіанти виконання завдань, пов'язаних з керівництвом процесом виробництва, позбавляють лінійних керівників від клопотів планування, фінансових розрахунків тощо.

Лінійно-функціональна структура управління передбачає, що функціональні служби вищого рівня отримують повноваження управління аналогічними службами нижчого рівня, які підпорядковані лінійним керівникам, тобто при цьому делегуються не лінійні, а функціональні повноваження.

Комбіновані структури забезпечують такий розподіл праці, за якого лінійні ланки управління повинні ухвалювати рішення і контролювати їх виконання, а функціональні - консультувати, інформувати, організовувати, планувати. Серед комбінованих структур управління виокремлюють також лінійно-штабні, матричні, дивізійні. Своєю чергою, дивізійні структури поділяються на продуктові, споживчі та територіальні структури управління.

**ЗАДАЧА**

Фонд заробітної плати населення області 14950 млн.грн.; інші доходи населення 8 % фонду заробітної плати.

Нетоварні витрати – 38 % всіх доходів.

Інорайонний попит визначено в розмірі 6 % купівельних фондів населення; продаж організаціям і підприємствам 1572 млн. грн.

Визначити купівельні фонди населення та ємкість ринку.

*Рішення:*

1. Інші доходи населення

14950 млн. грн. х 8 % = 1196 млн. грн.

100 %

1. Загальна сума всіх доходів населення

14950 + 1196 млн.грн. = 16146 млн. грн.

а можна було визначити загальну суму доходів:

14950 млн. грн. х 8 % = 1196 млн. грн.

100 %

1. Визначаємо нетоварні витрати

16146 млн. грн. х 38 % = 6135, 48 млн. грн.

100 %

1. Визначаємо купівельні фонди населення

16146 млн. грн. – 6135,48 млн. грн. = 10010, 52 млн. грн.

1. Визначаємо інорайонний попит.

10010, 52 млн. грн. х 6 % = 600,63 млн. грн.

100 %

1. Визначаємо ємкість ринку

10010, 52 млн. грн. + 600,63 + 1572 = 12183,15 млн. грн.

### 15. Поняття аналізу господарської діяльності: предмет, об'єкт, функції, роль та задачі

Аналіз господарської діяльності є самостійною галуззю наукових знань, що має свій зміст. ***Аналіз господарської діяльності як наука*** - це система спеціальних знань, що пов'язані:

а) з дослідженням економічних процесів у їх взаємозв'язку, що складаються під впливом об'єктивних економічних законів;

б) з науковими обґрунтуваннями бізнес-планів, з об'єктивною оцінкою їх виконання;

в) виявленням позитивних та негативних факторів і кількісним вимірюванням їх дії;

г) з розкриттям тенденцій та пропорцій господарського розвитку, з визначенням невикористаних внутрішньогосподарських резервів;

д) з узагальненням передового досвіду, з прийняттям управлінських рішень.

У ході аналізу господарської діяльності всі явища вивчаються у взаємозв'язку та взаємообумовленості. ***Причинний або факторний*** аналіз виходить з того, що кожна причина, кожний фактор отримує відповідну оцінку.

***Фактор*** (лат. factor - продукуючий) у процесі аналізу господарської діяльності визначається як рушійна сила, причина будь-якого процесу, явища, істотні обставини у їх визначенні. З погляду побудови технології аналітичного процесу важливим є розмежування сукупності факторів за такими ознаками: кількісними й якісними; істотними і неістотними (другорядними); постійними і випадковими; інтенсивними і екстенсивними. У процесі аналізу не тільки відкриваються та аналізуються основні фактори, що впливають на господарську діяльність, а й вимірюється сила їх впливу.

Отже, ***змістом аналізу господарської діяльності*** є комплексне дослідження процесів основної діяльності підприємств та їх структурних підрозділів, визначення причинно-наслідкових зв'язків і тенденцій розвитку з метою обґрунтування управлінських рішень та оцінки їх ефективності.

Вивчення явищ природи і громадського життя неможливе без аналізу. Термін "аналіз" походить від грецького слова "analisys", що в перекладі означає "розділяю", "розчленовую". Таким чином, ***аналіз у вузькому розумінні*** є розчленовуванням явища або предмета на складові частини (елементи) для їхнього вивчення. Наприклад, щоб зрозуміти сутність собівартості продукції, необхідно знати не тільки те, з яких елементів вона складається, а й від чого залежить її розмір за кожною статтею витрат. Чим детальніше буде диференційований приріст собівартості за елементами і чинниками, тим глибше ми будемо знати економічне явище і більш ефективно управляти процесом формування собівартості продукції.

Сучасна діалектика виходить із єдності аналізу і синтезу як наукових методів пізнання дійсності. Лише ця єдність забезпечує наукове дослідження явищ у всебічному діалектичному зв'язку.

***Аналіз господарської діяльності*** - самостійна галузь наукових знань, що має свій предмет і об'єкти дослідження.

***Сукупним об'єктом аналізу*** є основна (звичайна) діяльність підприємства та її економічні результати. Основна діяльність - операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу.

***Предметом аналізу господарської діяльності*** є причинно-наслідкові зв'язки економічних процесів діяльності підприємств. Тільки розкривши причинно-наслідкові зв'язки різних сторін діяльності, можна визначити, як зміняться фінансові результати основної діяльності за рахунок того чи іншого фактора, провести обґрунтування будь-якого управлінського рішення.

Предмет аналізу господарської діяльності розкривається через його об'єкти: обсяг виробництва і продажу, забезпеченість трудовими, матеріальними та фінансовими ресурсами, фінансовий стан підприємства тощо.

***Завдання аналізу господарської діяльності*** визначаються його змістом та предметом. Основними з них є:

вивчення характеру дії економічних законів, установлення закономірностей і тенденцій економічних явищ і процесів у конкретних умовах підприємства;

наукове обґрунтування поточних і перспективних планів;

моніторинг виконання планів і управлінських рішень;

визначення економічної ефективності використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів;

оцінка фінансових результатів діяльності підприємства;

виявлення та вимірювання внутрішніх резервів;

розробка заходів по використанню виявлених резервів.

**16.Форми та системи оплати праці**

За вітчизняним законодавством (ст. 1 Закону України "Про оплату праці") заробітна плата — це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівнику за виконану ним роботу.

Розрізняють основну, додаткову заробітну плату та інші заохочувальні і компенсаційні виплати.

Стаття 2 Закону "Про оплату праці" визначає основну заробітну плату як винагороду за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці. Вона встановлюється у вигляді відрядних розцінок, тарифних ставок або посадових окладів.

Додаткова заробітна плата — це винагорода за працю понад встановлені законодавством, колективним чи трудовим договором норми праці за трудові успіхи та винахідливість, а також за роботу в особливих умовах праці.

Інші заохочувальні та компенсаційні виплати встановлюються у формі винагороди за підсумками роботи за рік, премій за спеціальними системами і положеннями, компенсаційних та інших грошових і матеріальних виплат, які не передбачені актами чинного законодавства або які виплачуються понад встановлені норми. До них належать: оплата простоїв не з вини працівника; надбавки і доплати, які не передбачені законодавством; винагорода за підсумками роботи за рік; одноразові заохочення; матеріальна допомога; суми наданих підприємством трудових і соціальних пільг; інші компенсаційні виплати.

Найчастіше застосовують **дві основні форми заробітної плати — відрядну й почасову.** Кожна з них відповідає певній мірі кількості праці: перша— кількості виробленої продукції, друга — кількості відпрацьованого часу.

Форми заробітної плати мають відповідати таким вимогам: найповніше враховувати результати праці, створювати передумови для постійного зростання ефективності та якості праці; сприяти підвищенню матеріальної заінтересованості працівників у постійному виявленні і використанні резервів підвищення продуктивності праці і якості продукції.

Сьогодні в Україні переважною формою оплати праці робітників залишається відрядна.

Почасова заробітна плата застосовується для оплати праці службовців і спеціалістів.

Відрядна і почасова форми оплати праці підрозділяються на кілька систем.

**Системами відрядної форми оплати праці** є: пряма відрядна, відрядно-преміальна, відрядно-прогресивна, відрядно-преміальна, акордна, колективна бригадна) відрядна,

**а почасової** — пряма почасова, почасова-преміальна, колективна (бригадна) почасова.

В основі побудови системи оплати праці мають бути конкретні показники роботи, які піддаються точному обліку і повною мірою відображають працю даної групи працівників або окремого працівника. Система оплати праці грунтується на одному-двох вирішальних для даної групи працівників або окремого працівника показниках і має бути простою і зрозумілою кожному.

Основою відрядної оплати праці є норма виробітку (часу) і тарифна ставка.

Проста відрядна система оплати праці передбачає простий спосіб обчислення заробітку кожного працівника шляхом множення відрядної розцінки на кількість одиниць виготовленої продукції.

При відрядно-прогресивній системі розрахунок заробітної плати працівника в межах виробничого завдання здійснюється за звичайними відрядними розцінками, а за перевиконання норм виробітку розцінки підвищуються.

Відрядно-преміальна система оплати праці. Сутність її полягає в тому, що робітникові нараховується, крім заробітку за прямою відрядною системою, премія за виконання і перевиконання певних кількісних і якісних показників. Розмір премії установлюється у відсотках до заробітку, визначеному за відрядними розцінками.

Якщо використовується відрядно-акордна система оплати праці, розрахунок відрядних розцінок проводиться не щодо окремої операції чи одиниці продукції, а стосовно усього обсягу роботи.

Почасова система оплати праці ставить розмір заробітної; плати працівника в залежність від відпрацьованого ним часу.\*

**На підприємствах, окрім відрядної оплати, застосовується почасова оплата, тобто оплата за працю певної тривалості (годину, день, місяць**

Застосування почасової оплати праці потребує:

• точного обліку і контролю за фактично відпрацьований час;

• правильного присвоєння робітникам тарифних розрядів відповідно до їхньої кваліфікації і з урахуванням кваліфікаційного рівня виконуваних робіт;

• розроблення й правильного застосування обгрунтованих норм виробітку, (часу) нормованих завдань, норм обслуговування і нормативів чисельності.

Зауважимо, що на сучасних підприємствах праця робітників з почасовою оплатою має нормуватися й оцінюватися на основі показників, які враховують результати їхньої праці.

Такими показниками можуть бути:

• нормовані (виробничі) завдання, які визначають кожному почасовику обсяг роботи за зміну, тиждень або місяць;

• планові норми або завдання щодо випуску продукції бригадою, дільницею, цехом;

• норми праці, які можуть бути установлені як ступінь виконання технологічних параметрів, режимів, норм витрат сировини, матеріалів та інших виробничих ресурсів, строків виконання певних видів робіт тощо.

Почасова форма оплати праці застосовується:

1. За умови, коли у робітника відсутня реальна можливість для збільшення випуску продукції, наприклад, якщо його виробіток обумовлений режимом роботи устаткування, продуктивністю машин і агрегатів. Це характерно для автоматичних ліній, конвеєрів і потокових ліній з безперервним і точно регламентованим режимом, для робіт на високомеханізованому устаткуванні й апаратурних процесах.

2. Якщо результати праці робітника не можуть бути конкретно виміряні і кількісно виражені (налагодження верстатів, інструктаж).

3. Коли економічно недоцільно стимулювати зростання виробітку понад оптимально передбачений технологічними параметрами, а також коли перевиконання цих норм може досягатися через порушення технологічних режимів і відповідно погіршення якості робіт, а відтак і продукції. До таких робіт належить випробування продукції, остаточне доведення і здавання ВТК, термічне оброблення і металопокриття виробів. Від робітника вимагається старанне дотримання параметрів, а також виконання кількісного завдання, установленого на рівні, за якого забезпечується відповідна якість робіт.

За простої почасової системи розмір заробітку визначається залежно від тарифної ставки робітника і кількості відпрацьованого ним часу. За способом нарахування заробітної плати почасова оплата буває годинна, денна, місячна.

Ефективнішою системою є почасово-преміальна, за якою оплачується праця як основних, так і допоміжних робітників. За цією системою заробіток робітникові нараховується не тільки за відпрацьований час, а й за досягнення певних кількісних і якісних показників. Кількісними показниками можуть бути відпрацьований час, виконання планових і нормованих завдань, а якісними — здавання продукції з першого подання, підвищення сортності продукції, економія сировини, матеріалів, пального, інструментів, дотримання технологічних режимів тощо.

На багатьох підприємствах широко застосовується почасова-преміальна система з нормованими завданнями. Робітники-почасовики преміюються за виконання установлених їм нормованих завдань.

У разі застосування цієї системи до кожного робітника доводиться конкретне змінне або місячне завдання (в штуках, нормо-годинах або гривнях) і результати враховуються під час нарахування премій за даний період. Уведення цієї системи супроводжується посиленням нормування праці, впровадженням технічно-обгрунтованих норм і нормативів чисельності.

**ЗАДАЧА**

Товарооборот обідньої продукції за квартал складає 800 тис. грн. в тому числі:

перші страви 200 тис. грн.

другі страви 480 тис. грн.

солодкі страви 56 тис. грн.

холодні страви 64 тис. грн.

Визначити питому вагу кожних страв

*РІШЕННЯ*

Визначаємо питому вагу:

перших страв 200 тис. грн. х 100 % = 25 %

800 тис. грн.

других страв 480 тис. грн. х 100 % = 60 %

800 тис. грн.

солодких страв 56 тис. грн. х 100 % = 7 %

800 тис. грн.

холодних страв 64 тис. грн. х 100 % = 25 %

800 тис. грн.

Разом: 25 % + 60 % + 7 % + 8 % = 100 %

**17. Аналіз і планування фонду оплати праці**

**Фонд заробітної плати** — цe загальна сума грошових коштів, спрямована на оплату праці робітників і управлінського персоналу підприємства за певний обсяг виконаної роботи або виробленої продукції, а також на оплату невідпрацьованого часу, який підлягає оплаті відповідно до чинного законодавства.

Метою проведення аналізу формування та використання фонду оплати праці торгового підприємства є оцінка доцільності та ефективності запровадженої системи матеріального стимулювання та визначення "вузьких місць", що потребують удосконалення або ліквідації.

Аналітична робота починається з аналізу загального обсягу та динаміки оплати праці. На цьому етапі оцінюється загальний обсяг фонду оплати праці, також аналізується абсолютна та відносна зміна його розміру порівняно з попередніми періодами. Це дає змогу визначити загальну тенденцію зміни обсягу витрат підприємства на оплату праці персоналу.

Крім абсолютного розміру фонду оплати праці, його розмір може бути охарактеризовано відносними показниками, а саме:

— питомою вагою фонду оплати праці в поточних витратах підприємства;

— питомою вагою фонду оплати праці в доході підприємства; —рівнем витрат на оплату праці у % до товарообороту.

Аналіз значення та зміни перелічених показників порівняно з попередніми періодами дозволяє встановити важливість (пріоритетність) управління матеріальним стимулюванням персоналу стосовно інших завдань управління господарською діяльністю підприємства.

Окремо аналізується склад виплат із стимулювання персоналу, тобто структура заробітної плати. Тут визначають обсяги та питому вагу у складі загального обсягу фонду оплати праці—основної заробітної плати, інших заохочувальних та компенсаційних виплат; оцінюють зміни, що відбулися протягом аналізованого періоду, аналізують співвідношення між окремими напрямами стимулювання.

Проведення цієї роботи дозволяє визначити та оцінити доцільність орієнтації системи матеріального стимулювання підприємства. Високий рівень та зростання питомої ваги основної заробітної плати свідчить про пріоритетність для підприємства таких принципів стимулювання, як гарантованість та стабільність оплати пращ. Зростання рівня додаткової заробітної плати (відносно основної) є результатом підвищення уваги до зростання ефективності витрат на оплату праці, принципу її "зароблюваності".

Зростання розміру інших заохочувальних та компенсаційних виплат визначає орієнтування системи матеріального стимулювання на результати діяльності підприємства, перш за все, отримання прибутку та участь у ньому найманих працівників, посилення уваги до "не грошових" форм заохочення та закріплення персоналу.

Так, аналіз складу основної заробітної плати дозволяє встановити обсяги застосування окремих систем оплати праці (відрядної, погодинної, контрактної тощо).

Аналіз складу додаткової заробітної плати дозволяє визначити активність підприємства у використанні окремих інструментів стимулювання продуктивності праці — преміювання, надбавок та доплат, одноразових заохочень тощо; визначити обсяги компенсаційних виплат, що застосовуються для компенсації працівникам особливих умов праці на цьому підприємстві; оцінити розміри та визначити можливі причини зростання інших виплат, що включаються до складу додаткової оплати праці.

Аналіз складу інших заохочувальних та компенсаційних виплат дозволяє встановити, яку форму заохочення за рахунок прибутку вважати найбільш дієвою — виплату премій та інших грошових виплат, оплату акцій підприємства або участь у його викупі, надання соціальних та трудових пільг у не грошовій формі. Тут також доцільно врахувати такі фактори, як склад персоналу підприємства, рівень основної та додаткової оплати праці, фінансове положення підприємства.

Окремо слід виділити аналіз рівня та динаміки середньої заробітної плати. На цьому етапі роботи обчислюється рівень середньої заробітної плати в цілому на підприємстві та за окремими категоріями персоналу, визначаються зміни, які відбуваються в значенні цих показників порівняно з попередніми періодами.

Для обґрунтування висновку щодо виконання заробітною платою відтворювальних функцій середня заробітна плата визначається не тільки в грошовому вимірі, але й системою відносних показників: у коефіцієнті перевищення встановленого державою рівня мінімальної заробітної плати, прожиткового мінімуму, неоподаткованого мінімуму.

У процесі аналізу також визначається реальна заробітна плата (шляхом коригування фактичної середньої зарплати на індекс зміни цін на товари та послуги) та аналізується динаміка її зміни. Такі методичні підходи дозволяють дати більш об'єктивний висновок щодо рівня та динаміки середньої заробітної плати.

### 18.Поняття та принципи матеріального стимулювання праці та показники ефективності використання ФОП ЗРГ

Матеріальне стимулювання - це свідомо організована підприємством система заохочень і стягнень, що забезпечує залежність одержуваних працівником життєвих благ від його особистого трудового вкладу та капіталу.

Формування необхідних мотивацій і стимулів ефективної праці припускає перегляд або значне уточнення існували до теперішнього часу принципів та підходів до побудови системи стимулювання. Вони повинні бути спрямовані на перетворення найманого працівника в зацікавленого товаровиробника, власника виробленої продукції і використовуваних ресурсів.

Принципи матеріального стимулювання працівників полягають в наступному:

1) це стимулювання високої продуктивності праці працівників;

2) мотивація найманого працівника до ефективної і якісної праці.

Матеріальне стимулювання має два основні види:

1) матеріальне стимулювання грошовими засобами (оплата за тарифами і окладами, премії, доплати, штрафи та ін);

2) матеріальне стимулювання різними матеріальними благами (квартири, предмети побуту і д.р.).

Найважливішим засобом матеріального стимулювання і основним джерелом задоволення потреб трудящих є оплата праці. Це основна форма відшкодування витрат по відтворенню робочої сили на сільськогосподарських підприємствах.

**Стимулювання праці** – це метод впливу на трудову поведінку робітника через мотивацію.

Стимулювання праці – це цілеспрямований чи нецілеспрямований вплив на людини або групу людей з цілю підтримання певних характеристик її трудової поведінки, перш за все трудової активності.

Стимулювання праці базується головним чином на матеріальних засобах винагороди, заохочення і санкції, в якості яких виступає зарплата.

Теорію стимулювання праці можна звести до вирішення двох взаємопов’язаних завдань:

1)Знаходження меж, в яких зарплата виходячи з її економічних законів, взагалі може бути засобом стимулювання , підкорятись цілям стимулювання.

2)Визначення тих конкретних принципів методів організації оплати праці, які були б найбільш ефективними у стимулюванні трудової діяльності.

Трудова діяльність, як і всяка активність характеризується цілим рядом ціннісних аспектів, які і виступають конкретними цілями стимулювання праці, утворюючи його структуру.

З точки зору даної структури розрізняють не диференціальну а диференційований аспект стимулювання.

Зміст. значимість оплати як стимулу знижується, замінюючись значимістю творчого мотиву.

**ЗАДАЧА**

Запланувати середньорічну продуктивність праці в розрахунку на одного робітника в гривнях умовного товарообороту, якщо фактичний загальний товарообороту в поточному році складає 820 тис. грн., питома вага обороту по продукції власного виробництва в загальному обсязі товарообороту складає 74 %; середньоспискова чисельність робітників 44 чол. В плановому році підприємство має можливість збільшити продуктивність праці на 3 %.

*Рішення.*

1. Товарооборот по продукції власного виробництва в поточному році

820 тис. грн. х 74 % = 606,8 тис. грн.

100 %

1. Товарооборот купованих товарів в поточному році.

820 тис. грн. – 606,8 тис. грн. = 213,2 тис. грн.

1. Умовний товарооборот

606,8 тис. грн. + (213,2 : 3) = 677, 9 тис. грн.

1. Продуктивність праці на одного робітника підприємства в поточному році.

677, 9 тис. грн. : 44 чол. = 15,4 тис. грн.

1. Продуктивність праці на одного робітника в планованому періоді.

15,4 тис. грн. х 103 % = 15, 86 тис. грн.

100 %

## 19. Валовий доход підприємства ресторанного господарства

Доходи від позареалізаційних операцій

Доходи від виробничо-торговельної діяльності

Торговельні надбавки до вільної відпускної ціни

Інші доходи

Націнки відповідно до категорії підприємства

Інші націнки (на фірмові страви, за високу культуру обслуговування)

Доходи, що не плануються

Доходи від додаткових послуг

Ці доходи повинні забезпечити не тільки відшкодування витрат вироб­ництва й обігу, обов'язкових відрахувань, але й отримання необхідного прибутку.

Важливим джерелом валових доходів є доходи від виробничо-торговель­ної (тобто основної) діяльності, що складаються з суми реалізованих тор­говельних надбавок і націнок ресторанного господарства. Для визначення валового доходу проводиться роздільний розрахунок суми торговельних надбавок і суми націнок виходячи з витрат сировини та товарів у вільних відпускних цінах і встановлених розмірів надбавок і націнок. Крім того, сюди слід включити доходи від додаткових послуг, (попередніх замовлень, доставки продукції за місцем проживання, обслуговуванням банкетів за межами підприємств ресторанного господарства та ін.).

Доходи від позареалізаційних операцій включають:

Доход, отриманий від пайової участі у створенні та діяльності спільних підприємств на території України та за її межами.

Суму дивідендів, отриманих від акцій та цінних паперів.

Доходи від здачі в оренду основних фондів.

Доходи від переоцінки готової продукції та товарів (крім переоцінки, що проводиться згідно з рішенням уряду).

Доходи від надання комерційного кредиту.

Сума заниженого прибутку (доходу), що виявлена податковою інспекцією під час перевірки річного звіту та деякі інші.

До інших доходів можна віднести: доходи від підсобних господарств, від реалізації обладнання, за операції з тарою, виручка від продажу іноземної валюти та ін.

Доходи, що не плануються свідчать про своєчасне використання підп­риємствами ресторанного господарства права на заявления претензій до постачальників і добре поставлену комерційну роботу. До цих доходів на­лежать отримані штрафи, пені, неустойки та інші види санкцій за пору­шення умов договорів постачання, несвоєчасну оплату рахунків, а також сума торговельних надбавок від реалізації лишків сировини та товарів, що виявлені під час інвентаризації та ін.

На тих підприємствах, де недбало поставлено облік, слабка фінансова дисципліна, не на належному рівні економічна й організаційна діяльність виникають незаплановані втрати. До незапланованих витрат і втрат, що відшкодовуються за рахунок доходів, належать збитки від списання бор­гів за закінченням строків давності, за недостачами, дебіторською забор­гованістю, розтратами, сплачені штрафи, пені й неустойки, втрати товар­но-матеріальних цінностей понад норму природних втрат, збитки від опе­рацій з тарою, некомпенсовані збитки від пожеж, аварій, інших надзвичай­них подій, викликаних екстремальними ситуаціями.

Найбільшу частину у валовому доході складає доход від основної діяль­ності — сума реалізованих торговельних надбавок і націнок. Особливості формування валового доходу в ресторанному господарстві, важливість направлень під час його розподілу визначають необхідність проведення глибокого та всестороннього аналізу цього показника. У процесі аналізу вивчається динаміка валового доходу та його складових (реалізованих тор­говельних надбавок і реалізованих націнок), виявляється та визначається вплив важливих чинників, що діють на нього.

На величину валового доходу впливають кілька чинників:

обсяг товарообігу;

рівень торговельних надбавок і націнок ресторанного господарства;

зміна складу товарообігу;

зміна кількості сировини та продуктів, витрачених на вироблення продукції власного виробництва;

ціни на сировину та товари.

Важливим показником, що характеризує доходність підприємств, є рі­вень валового доходу (відношення суми валового доходу до товарообігу, виражене у відсотках).

Рівень валового доходу досить помітно реагує на зміну складу товароо­бігу. Як правило, проявляється пряма залежність середнього рівня вало­вого доходу від питомої ваги обігу з реалізації продукції власного вироб­ництва. Ступінь впливу цього чинника можна визначити методом групу­вання та відсоткових чисел.

На практиці часто спостерігаються й більш серйозні зміщення у складі товарообігу підприємств ресторанного господарства, що можуть різко знизити валовий доход.

На суму валових доходів та їх рівень впливають усі вищевказані чинни­ки не тільки відокремлено, але й комплексно, у певному взаємозв'язку.

**20.Прибуток та рентабельність підприємств ресторанного господарства**

Оцінка господарської діяльності підприємств ресторанного господарства здійснюється виходячи з кінцевого фінансового результату — прибутку. Визначення цього показника слід починати з розрахунку прибутку від ви­робничо-торговельної діяльності, що визначається як різниця між валови­ми доходами від основної діяльності (сумою реалізованих торговельних надбавок і націнок без податку на добавлену вартість) і витратами вироб­ництва й обігу. Для розрахунку кінцевого фінансового результату до прибутку від виробничо-торговельної діяльності додають доходи від позареалі­заційних операцій, інші та доходи, що не плануються, а інші та витрати, що не плануються, безпосередньо не пов'язані з виробництвом і реаліза­цією продукції, виключають.

Абсолютна сума прибутку недостатньо повно характеризує ефектив­ність роботи підприємств ресторанного господарства, тому її доповнюють показником рентабельності. Для аналізу ефективності роботи, характерис­тики кінцевого фінансового результату комерційної діяльності у ресторан­ному господарстві застосовується система показників рентабельності. До числа таких показників можна віднести прибуток, виражений у відсотках до товарообігу, всіх витрат, фонду оплати праці, основних і обігових фон­дів. З метою вибору показників необхідно враховувати особливості підп­риємства.

Рентабельність у відсотках до товарообігу значною мірою залежить не тільки від його загального обсягу, але й від складу , тобто продукції влас­ного виробництва та купівельних товарів. Співвідношення прибутку та всіх витрат на оплату праці також має свої особливості, пов'язані з триє­диною функцією, що виконує підприємство ресторанного господарства — виробництвом, обігом, організацією споживання.

Значний інтерес у процесі аналізу викликає показник рентабельності, виражений відношенням прибутку у відсотках до основних і обігових фон­дів. Цей показник необхідно аналізувати особливо ретельно. У підпри­ємств, що постійно розширяють і оновлюють активну частину основних фондів, він може тимчасово знижуватись. Однак, це не дає підстав дійти висновку про неефективну діяльність підприємства.

Кожен із вищеперерахованих показників рентабельності характеризує кінцевий результат у певному аспекті діяльності підприємства. Тому, до­сить важливо використовувати всю систему показників, аналіз яких доз­воляє створити комплексну, реальну уяву про ефективність діяльності під­приємства.

Подальший розвиток і вдосконалення ресторанного господарства пов'язуються з підвищенням його ефективності. Доход і рентабельність формуються, насамперед, у процесі виробництва та реалізації продукції. Тому для підвищення рентабельності підприємств ресторанного господарства потрібно організувати систематичне вивчення попиту на кулінарну продукцію, боротися за високу якість продукції, що випускається та куль­туру обслуговування. А це і є запорукою збільшення товарообігу, доходів і рентабельності.

У великих зарубіжних ресторанах думка клієнтів про склад асортимен­ту страв, режим праці, якість продукції та інші складові високого рівня сервісу є основою для розробки стратегії і тактики комерційної діяльнос­ті. Підприємства, що не мають фінансової можливості проводити дослід­ження ринку своєї продукції, ведуть мову про «радощі від скарг». Це один із способів вияснити, чого хочуть клієнти. «На одного клієнта, який скар­житься, — кажуть вони, — припадає п'ятдесят, які просто покидають рес­торан». Вислуховування думок клієнтів допомогло багатьом фірмам зміц­нити своє фінансове становище.

У конкурентній боротьбі за ринок збуту сьогодні на перший план вихо­дить якість продукції. Причому більшість зарубіжних фірм не тільки під­вищують якість, але й уважно слідкують за якістю продукції конкурентів. Так, наприклад, англійська маргаринова фірма з цією метою розробила на­дійні кількісні критерії для оцінки істинних суб'єктивних реакцій спожи­вачів. Одним із створених фірмою пристроїв був штучний язик для вимі­ру інтенсивності розтавання різних сортів маргарину. Це нововведення можна успішно використовувати й для визначення якості багатьох конди­терських виробів, морозива та іншої продукції.

Важливим джерелом збільшення доходів і рентабельності є зниження собівартості продукції. Режим економії матеріальних затрат здійснюється у таких напрямах:

покращення використання обладнання;

зниження фондоємності продукції;

комплексне використання сировини та відходів;

раціональне використання матеріалів, палива й електроенергії.

Однак, вирішити ці завдання можливо лише за умови корінної перебу­дови виробничого процесу в ресторанному господарстві. Тому, одним з найбільш актуальних завдань є перехід ресторанного господарства на ін­дустріальні, промислові методи виробництва продукції. Індустріальний шлях розвитку ресторанного господарства передбачає концентрацію виробництва на великих високомеханізованих фабриках і постачання решти підприємств напівфабрикатами високого ступеню готовності, готовими стравами та кулінарними виробами, включаючи охолоджену продукцію.

Необхідність такого процесу особливо відчутна нині, коли з'явилось безліч підприємств ресторанного господарства різної направленості, їх слабка матеріально-технічна база не дозволяє виконувати основну функ­цію ресторанного господарства, в результаті їх діяльність зводиться до пе­репродажу продуктів харчування вітчизняного промислового виробництва та тих, що закуповуються за кордоном (до речі, вони не завжди відповіда­ють вимогам щодо якості та терміну придатності).

У вирішенні завдань щодо збільшення випуску продукції, покращення її якості, виявлення та мобілізації внутрішньогосподарських резервів, зни­ження собівартості продукції важливе місце посідає раціональне, економ­не використання матеріалів, палива й електроенергії. В умовах напруже­ності енергетичного балансу це завдання має не тільки локальне, а й за­гальнодержавне значення.

У цьому відношенні певний ефект досягається за умови автоматизації режиму теплової обробки продуктів. Зокрема, застосування котлів для ва­ріння їжі, в яких забезпечено автоматичне переключання на режим варін­ня з режиму розігріву; перехід на 1/8 номінальної потужності шкафів для жарення, обладнаних терморегуляторами та іншого устаткування значно знижує витрати електроенергії.

Для невеликих підприємств ресторанного господарства досить еконо­мічними є надвисокочастотні апарати приготування їжі, застосування яких дозволяє скоротити витрати електроенергії на 50-70% за умови під­вищення якості їжі.

**ЗАДАЧА**

Визначити необхідність в касирах і офіціантах з урахуванням коефіцієнта підміни, якщо зал працює 10 годин в зміну. В перші 3 години працює одна каса в останній час – дві. Один із касирів виконує обов’язки старшого, на що додатково втрачає 2 години робочого часу.

В буфеті два робочих місця.

Коефіцієнт підміни 1,58.

Робочий день 8 годин.

*Рішення.*

1. Кількість касирів:

(3 год. х 1 касу) + (7 год. х 2 каси) + 2 год. = 2,4 чол.

8

з урахуванням підміни

2,4 чол. х 1,58 = 3,8 = 4 чол.

1. Кількість буфетників:

10 год х 2 роб. місця = 2,5 чол.

8

з урахуванням коефіцієнту підміни

2,5 х 1,58 = 3,95 = 4 чол.

**Варіант №1**

1.Сутність, склад, структура і характеристика товарообороту громадянського харчування.

2.Сутність і соціально-економічне значення ресторанного господарства

1. **Задача**

Розрахувати товарооборотність за квартал і товарні запаси в днях на 1 квітня на основі слідуючих даних:

Товарооборот за квартал складає 360 тис. грн;

Товарні запаси:

на 01.01. – 30 тис. грн.; на 01.03. - 28 тис. грн.;

на 01.02. – 34 тис. грн.; на 01.04. - 32 тис. грн.

**Варіант №2**

1.Виробнича програма та товарооборот підприємств ресторанного господарства

2.Виробнича потужність і пропускна спроможність підприємств ресторанного господарства

**3.ЗАДАЧА**

Визначити норматив запасу ковбасних виробів і копченостей в днях і в сумі, якщо буфет їдальні щоденно має три види ковбасних виробів по середній ціні за 1 кг – 48 грн.

Середньоденна реалізація ковбасних виробів планується в сумі 560 грн. дані товари надходять на підприємство один раз в два дні, по два види виробів в кожній партії. Гарантійний запас передбачено в розмірі 1,1 дні. При розрахунках врахувати час на прийом, розвантаження і підготовку до продажу 0,5 дні.

**Варіант №3**

1.Аналіз товарообороту підприємств ресторанного господарства

2.Ринок ,структура, функції ринку та умови діяльності

**3.ЗАДАЧА**

Скласти продуктовий баланс по м'ясу і птиці на ІУ квартал, якщо річні витрати сировини, необхідної для випуску продукції складають 12,2 т. Питома вага сировини ІУ кварталу в загальному обсязі складає 26%. Норма запасу м'яса і птиці 4 дні. В кварталі 90 днів.

Очікуваний запас м'яса і птиці на початок планового періоду 106 кг. Середня ціна за кг 48 грн.

**Варіант №4**

1.Сутність товарних запасів, їх види, показники виміру

2.Аналіз товарних запасів і товарооборотності

**3.ЗАДАЧА**

Проаналізувати валовий дохід підприємства, визначити недостаючі показники та розраховувати вплив зміни обсягу товарообороту та вплив зміни структури товарообороту на валові доходи підприємств ресторанного господарства

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Одиниця виміру | План | Факт | Відхилення (+, -) |
| 1. Товарооборот | тис. грн. | 800 | 830 |  |
| 2. Валові доходи:  а) сума  б) рівень | тис. грн.  % | 304  38 | 311,25  37,5 |  |

**Варіант №5**

1.Нормування та планування товарних запасів

2.Сутність і система цін

**3.ЗАДАЧА**

Загальний обсяг товарообороту їдальні за передплановий період складає 490 тис. грн. сума витрат 162, 9 тис. грн.

В плановому періоді передбачається обсяг реалізації (товарооборот) в розмірі 560 тис.грн., а сума витрат 169,8 тис. грн.

**Варіант №6**

1.Цінова політика підприємств

2.Інвестиції як джерело розвитку ресторанного господарства

**3.ЗАДАЧА**

Визначити середньорічну вартість основних фондів та суму амортизаційних відрахувань, які по механічному обладнанню складають 15 %, по холодильному – 17 %.

Розрахунок середньорічної вартості основних фондів підприємств ресторанного господарства.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Основні фонди | Первинна вартість на початок року | Ввод | | Вибуття | | Середня вартість тис. грн. |
| вартість тис. грн. | період | вартість тис. грн. | період |
| Обладнання:  а) механічне  б) холодильне | 11,4  18,2 | 2,5  3,0 | Липень  Липень | 2,0  2,0 | Лютий  Лютий |  |

**Варіант №7**

**1.Бізнес-план як плановий документ обгрунтування різноманітних проектів розвитку у ресторанному господарстві**

2.Суть структури управління підприємствами ресторанного господарства

**3.ЗАДАЧА**

Фонд заробітної плати населення області 14950 млн.грн.; інші доходи населення 8 % фонду заробітної плати.

Нетоварні витрати – 38 % всіх доходів.

Інорайонний попит визначено в розмірі 6 % купівельних фондів населення; продаж організаціям і підприємствам 1572 млн. грн.

Визначити купівельні фонди населення та ємкість ринку.

**Варіант №8**

1.Поняття аналізу господарської діяльності: предмет, об'єкт, функції, роль та задачі

2.Форми та системи оплати праці

**3.ЗАДАЧА**

Товарооборот обідньої продукції за квартал складає 800 тис. грн. в тому числі:

перші страви 200 тис. грн.

другі страви 480 тис. грн.

солодкі страви 56 тис. грн.

холодні страви 64 тис. грн.

Визначити питому вагу кожних страв

**Варіант №9**

1.Аналіз і планування фонду оплати праці

2.Поняття та принципи матеріального стимулювання праці та показники ефективності використання ФОП ЗРГ

**3.ЗАДАЧА**

Запланувати середньорічну продуктивність праці в розрахунку на одного робітника в гривнях умовного товарообороту, якщо фактичний загальний товарообороту в поточному році складає 820 тис. грн., питома вага обороту по продукції власного виробництва в загальному обсязі товарообороту складає 74 %; середньоспискова чисельність робітників 44 чол. В плановому році підприємство має можливість збільшити продуктивність праці на 3 %.

**Варіат №10**

1.Валовий доход підприємства ресторанного господарства

2.Прибуток та рентабельність підприємств ресторанного господарства

**3.ЗАДАЧА**

Визначити необхідність в касирах і офіціантах з урахуванням коефіцієнта підміни, якщо зал працює 10 годин в зміну. В перші 3 години працює одна каса в останній час – дві. Один із касирів виконує обов’язки старшого, на що додатково втрачає 2 години робочого часу.

В буфеті два робочих місця.

Коефіцієнт підміни 1,58.

Робочий день 8 годин.

**Список рекомендованої літератури**

1. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-ІУ
2. Про власність: Закон України від 07.12.1991 р. № 697 - ХІІ
3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань оподаткування: Закон України від 02.03.2000 р. № 1523 - ІІІ
4. Про внесення змін до Закону України "Про антимонопольний комітет України" від 13.07.2000 р. № 1907-14: Закон України // Голос України. – 2000.
5. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.1991 р. № 1576-ХІІ зі змін. і допов.
6. Про заставу: Закон України від 10.02.1992 р. № 2654-ХІІ-ВР зі змін. і допов.
7. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ зі змін. і допов.
8. Про захист споживчого ринку в Україні: Закон України від 25.06.1991 р. № 1255-ХІІ.
9. Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України від 22.05.1997 р. № 83/97 зі змін. і допов.
10. Національні стандарти бухгалтерського обліку в Україні: Закон. Положення. Інструкції: Зб. норм.-прав.актів/ Упоряд. Д.О. Горлов, Ї. В. Шпак. - К.: Юрінком Інтер, 2000.
11. Про цінні папери та фондову біржу: Закон України від 18.06.1991 р. № 1206-ХІІ зі змін. і допов.від 25.06.1991 р. № 1251-ХІІ зі змін. і допов.
12. Ефимова О. П. Экономика общественного питання / Под ред. Н. И. Кабушкина.- Минск: ООО "Новое знание", 2000.
13. Ефимова О. П., Ефимова А. И. Экономика общественного питання и гостинничного хозяйства / Под ред. Н. И. Кабушкина. - Минск: ООО "Новое знание", 2003.
14. Мазаракі А. А., Лігоненко Л. О., Ушакова Н. М. Економіка торговельного підприємства: Підруч. для вузів / За ред. проф.. Н. М. Ушакової. - К.: Хрещатик, 1999.
15. Ткаченко Т. І., Міска В. Г., Каролоп О. О.Економіка готельного та ресторанного господарства: Опор. Конспект лекцій. - К.: КНТЕУ, 2006.