

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.03.01 Планирование и прогнозирование в общественном питании**

**Направление подготовки:** 19.04.04 Технология продукции и организация  
общественного питания

**Профиль подготовки:** Технология и организация производства продуктов питания

**Квалификация выпускника:** магистр

**Форма обучения:** заочная

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1</b>	<b>Конспект лекций</b>	<b>3</b>
<b>1.1</b>	<b>Лекция 1 (Л-1)</b> Особенности планирования и прогнозирования отрасли в условиях рынка	<b>3</b>
<b>1.2</b>	<b>Лекция 2 (Л-2)</b> Система планирования и прогнозирования на предприятиях общественного питания	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Методические указания по выполнению лабораторных работ</b>	<b>8</b>
<b>2.1</b>	<b>Лабораторная работа 1 (ЛР 1)</b> Планирование товарных запасов	<b>8</b>
<b>2.2</b>	<b>Лабораторная работа 2 (ЛР 2)</b> Планирование и прогнозирование издержек производства и обращения	<b>13</b>
<b>2.3</b>	<b>Лабораторная работа 3 (ЛР 3)</b> Планирование и прогнозирование прибыли и рентабельности	<b>18</b>
<b>2.4</b>	<b>Лабораторная работа 4-5 (ЛР 4-5)</b> Разработка бизнес-плана в общественном питании	<b>23</b>
<b>3</b>	<b>Методические указания по проведению практических занятий</b>	<b>26</b>
<b>3.1</b>	<b>Практическое занятие 1 (ПЗ-1)</b> Система планирования и прогнозирования на предприятиях общественного питания	<b>26</b>
<b>3.2</b>	<b>Практическое занятие 4 (ПЗ-2)</b> Планирование и прогнозирование трудовых ресурсов	<b>26</b>

## 1. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

### 1.1 Лекция 1 (2 часа)

#### Тема: «ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ РЫНКА»

##### 1.1.1 Вопросы лекции:

- 1 Понятие отрасли, ее спецификация и перспективы развития
- 2 Особенности формирования и использования материальных, сырьевых, трудовых и финансовых ресурсов отрасли
- 3 Структура и принципы планирования и прогнозирования отрасли

##### 1.1.2. Краткое содержание вопросов

###### 1 Понятие отрасли, ее спецификация и перспективы развития

**Отрасль** – группа качественно однородных хозяйственных единиц, характеризующаяся особыми условиями производства в системе общественного разделения труда, однородной продукцией и выполняющих общую функцию в национальном производстве.

**Пищевая промышленность** – одна из важнейших отраслей народного хозяйства, обеспечивающая удовлетворение потребностей населения в продуктах питания.

Пищевая промышленность включает в себя около тридцати подотраслей, имеющих производственно-технологические, организационно-технические, финансово-экономические и другие особенности. К ней относятся:

- масложировая;
- сахарная;
- хлебопекарная;
- кондитерская;
- макаронная;
- спиртовая;
- пивоваренная;
- винодельческая;
- молочная;
- мясная и т.д.

Основное звено пищевой промышленности – предприятие, где совершается производственный процесс и создаются продукты питания.

К существенным особенностям предприятий пищевой промышленности можно отнести: назначение продукции, ее потребительскую ценность, виды перерабатываемого сырья и материалов, объем производства продукции, ее ассортимент, непрерывность или сезонность производства, условия производства и реализации продукции, формы собственности и др.

Государство уделяет развитию пищевой промышленности большое значение, т.к. она наряду с сельским хозяйством составляет АПК (агро-промышленный комплекс), от которого зависит продовольственная безопасность страны.

###### 2 Особенности формирования и использования материальных, сырьевых, трудовых и финансовых ресурсов отрасли

**Ресурсы** – факторы, используемые для производства экономических благ.

Под экономическими ресурсами понимаются все природные, людские и произведенные человеком ресурсы, которые используются для производства товаров и услуг.

Все разнообразие ресурсов можно классифицировать на:

- сырьевые – сырьевые материалы,

- материальные – все рукотворные средства производства,
- трудовые – население в трудоспособном возрасте,
- финансовые – денежные средства, которые общество может выделить на функционирование производства.

Все экономические ресурсы, или факторы производства, обладают одним общим свойством: они редки или имеются в ограниченном количестве. Это означает, что ресурсов, как правило, меньше, чем необходимо для удовлетворения всех потребностей при данном уровне экономического развития; имеют определенный предел и пахотные земли, и полезные ископаемые, и средства производства, и рабочая сила. Вследствие редкости ресурсов объем производства ограничен. Общественное производство не способно произвести, а следовательно, и потребить весь объем товаров и услуг, который общество хотело бы получить.

Ограниченность ресурсов бывает абсолютной и относительной:

- под абсолютной ограниченностью имеется ввиду их недостаточность для полного удовлетворения всех потребностей;
- выбор наилучшего варианта использования ресурсов превращает абсолютную ограниченность в относительную.

По мере развития общественного производства значимость одних и тех же ресурсов меняется:

- в доиндустриальном обществе доминируют сырьевые и трудовые ресурсы;
- в индустриальном обществе доминируют материальные и финансовые ресурсы;
- в постиндустриальном обществе доминируют информационные и интеллектуальные ресурсы.

Ресурсы всегда используются в определенном сочетании, в определенных пропорциях, иногда часть из них может быть невостребованной (при спаде производства не полностью используются трудовые ресурсы и производственные мощности). Кроме этого на них влияет экономическая и политическая ситуация в стране (отсутствие законодательства о защите инвесторов ограничивает инвестиции в экономику страны).

Условия успешного функционирования любой экономической системы – эффективное использование ресурсов с целью удовлетворения реальных потребностей общества.

### 3 Структура и принципы планирования и прогнозирования отрасли

**Отраслевая структура** – характеризует совокупность пропорций и отношений между отраслями производственной деятельности.

Отрасль как совокупность фирм включает в себя:

- индивидуальные фирмы (фирмы индивидуальных собственников, каждой из которых владеет одно физическое лицо);
- партнерства (товарищества) – фирмы, находящиеся в собственности двух или более лиц;
- корпорации (акционерные общества) – отдельные юридические лица.

Отрасль предполагает свободный вход в отрасль и свободный выход из отрасли. Вступление в отрасль определяется извлечением экономической прибыли больше нормальной. Выход из отрасли определяется извлечением прибыли ниже нормальной.

*Экономическая прибыль* – разница между доходом от продажи товаров, услуг и вмененными издержками (издержками упущенных возможностей или альтернативными издержками) на ресурсы, использованными при производстве данных товаров и услуг.

*Нормальная прибыль* – прибыль, достаточная для того, чтобы обеспечить предложение фирмой своего блага. Согласно теории рынков, нормальная прибыль входит в состав затрат производства. Если уровень прибыли, извлекаемой на каком-либо конкретном рынке, очень низок в сравнении с уровнем прибыли, извлекаемой на другом рынке с той же

степенью риска, то фирма либо переориентируется на другое направление деятельности, более доходное, либо откажется от выпуска данного блага ради получения заработной платы.

Если фирмы извлекают экономическую прибыль, то эта прибыль будет стимулировать другие фирмы войти в данную отрасль. Вход в отрасль новых фирм увеличивает предложение благ и снижает цену на благо до тех пор, пока экономическая прибыль в отрасли не станет нулевой, т.е. когда доход равен издержкам. Отрицательная экономическая прибыль вынуждает фирмы уходить из данной отрасли. Предложение сокращается до тех пор, пока экономическая прибыль снова не становится нулевой. Таким образом, экономическая прибыль на конкурентном рынке выступает своего рода сигналом. Выполнив свою роль – понизив или повысив выпуск, - она вновь возвращается к нулевой отметке. Нулевая экономическая прибыль удовлетворяет фирмы, поскольку все ресурсы приносят выгоду не меньшую, чем они бы приносили, если их использовали бы наилучшим альтернативным путем. Положительную экономическую прибыль фирма будет иметь в том случае, если она так использует факторы производства, что приносимая ими выгода превышает выгоду, которую фирма могла бы получить, если бы использовала эти ресурсы иным, наилучшим способом.

## **1.2 Лекция 2 (2 часа)**

**Тема: «Система планирования и прогнозирования на предприятиях общественного питания»**

### **1.2.1. Вопросы лекции:**

- 1 Издержки производства и обращения: понятие, сущность и классификация. Факторы, влияющие на величину и структуру издержек
- 2 Экономическое обоснование и прогнозирование издержек производства и обращения

### **1.2.2. Краткое содержание вопросов**

#### **1 Издержки производства и обращения: понятие, сущность и классификация. Факторы, влияющие на величину и структуру издержек**

**Издержки производства** – совокупные затраты живого труда и овеществленного труда на производство продукта.

Издержки производства представляют собой производственные затраты на покупку средств производства и оплату рабочей силы. Издержки производства показывают себестоимость продукции. Действительная стоимость товара определяется всеми затратами труда на его производство. Количественно издержки производства отличаются от стоимости на величину прибавочной стоимости. Результат производства определяется разницей между выручкой предпринимателя и издержками производства. В основе анализа процесса капиталистического воспроизводства лежит разграничение издержек производства как затрат труда, равных  $(c+v+m)$  и как затрат капитала, равных  $(c+v)$ .

Издержки производства образуют действительную стоимость товара для производителя, выступают базой для определения исходной цены продажи – цены предложения. На практике Издержки производства исчисляются:

- средние издержки (они определяются делением общей суммы издержек производства на количество произведенных единиц товара;
- приростные (предельные) издержки, т.е. дополнительные издержки, обусловленные производством дополнительной единицы продукта более дешевым способом;
- валовые издержки – совокупность всех денежных затрат на производство данного товара (услуги), в валовые издержки включаются издержки постоянные и переменные.

В нашей стране для определения издержек производства применяется категория себестоимости продукции.

**Издержки обращения** – совокупные затраты живого и овеществленного труда, связанные с процессом обращения товаров, выраженные в денежной форме. Издержки обращения, исходя из их участия в образовании стоимости товара, делятся на две группы.

- Чистые издержки обращения – обусловленные актом купли-продажи, сменой форм собственности в процессе реализации товаров. Они имеют непроизводительный характер. К чистым издержкам обращения относятся расходы на содержание продавцов, торговых агентов, торговых контор, на рекламу товаров, на ведение бухгалтерии, а также канцелярские расходы. Работники, занятые в сфере собственно обращения, не создают ни стоимости, ни прибавочной стоимости. Чистые издержки обращения возмещаются из совокупной прибавочной стоимости, созданной в производстве.

- Дополнительные издержки обращения связаны с процессом продолжения производства в сфере обращения, носят производительный характер и, следовательно, увеличивают стоимость товара и создают прибавочную стоимость. Они состоят из затрат на заготовку, транспортировку, доработку, хранение и фасовку.

Издержки обращения потребителей (покупателей) могут включать уплату таможенных пошлин, почтовых сборов и налогов; расходы на открытие аккредитивов; предоставление банковских гарантий и другие банковские операции; расходы на привлечение товарных экспертов; представительские и другие расходы. Эти процессы ведут к увеличению издержек обращения. При переходе к рыночной экономике в нашей стране указанные расходы будут увеличиваться, поскольку возникнут новые формы обслуживания покупателей, расширится сфера посреднических услуг, маркетинга, рекламы и др.

К факторам, влияющим на величину и структуру издержек относятся:

- фактор времени: с этой целью условно выделяют «короткий» и «длительный» периоды времени и рассматривают, как изменяются в их пределах затраты;
- состояние равновесия, которое определяется условиями получения максимальной прибыли (при минимизации затрат);
- увеличивающийся эффект роста масштаба производства, который характеризуется увеличением объема выпуска в пропорции, которая превышает пропорцию увеличения затрат ресурсов;
- постоянный эффект роста масштаба производства, который характеризуется тем, что объем выпуска продукции увеличивается в той же пропорции, что и затраты ресурсов;
- убывающий эффект роста масштаба производства, который характеризуется тем, что объем выпускаемой продукции увеличивается в меньшей степени, чем затраты ресурсов.

То, каким будет эффект роста масштаба производства, зависит от возможностей для специализации труда и экономии на затратах определенных ресурсов при расширении производства в фирме.

## **2 Экономическое обоснование и прогнозирование издержек производства и обращения**

В условиях свободной конкуренции цена продукции, произведенной предприятиями, фирмами, выравнивается автоматически. На нее воздействуют законы рыночного ценообразования. В тоже время каждый предприниматель стремится к получению максимально возможной прибыли. И здесь, помимо факторов увеличения объема производства продукции, продвижения ее на незаполненные рынки и др., неумолимо выдвигается проблема снижения затрат на производство и реализацию этой продукции, снижения издержек производства.

Прогнозирование издержек производства и обращения начинают с предварительного расчета их снижения за счет влияния технико-экономических факторов. Этот расчет должен учитывать возможности предприятия в области внедрения новой техники, совершенствования технологии, организации производства, труда и управления.

Пищевые предприятия планируют издержки производства методом суммирования затрат, полученных в результате расчетов всех разделов бизнес-плана, а также расчетов затрат по амортизационным отчислениям и другим расходам. Рассчитываются затраты на рубль товарной продукции и планируется их снижение. Сводный расчет снижения затрат на 1 рубль товарной продукции за счет снижения технико-экономических факторов рекомендуется разрабатывать в следующем порядке:

- определить затраты на 1 рубль товарной продукции в базисном году;
- определить издержки на товарную продукцию планируемого года умножением объема этой товарной продукции на затраты базисного года; расчет выполняется при сохранении условий производства и реализации изделий в базисном году;
- установить влияние каждого технико-экономического фактора на уровень затрат в сопоставимых с базисным годом ценах и условиях;
- определить издержки на товарную продукцию планируемого года, для чего из ранее подсчитанной себестоимости планируемого года вычесть суммы экономии за счет технико-экономических факторов;
- определить конечный уровень затрат на 1 рубль товарной продукции в условиях производства планируемого года.

Влияние изменения цен и других условий на издержки производства и обращения планируемого года определяется специальными расчетами.

К основным технико-экономическим факторам относятся:

- изменение структуры и объема вырабатываемой продукции;
- повышение технического уровня производства;
- повышение уровня организации производства и труда;
- экономия основного сырья за счет внедрения прогрессивных схем технологического процесса;
- изменение стандартов и др.

## 2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

### 2.1 Лабораторная работа № ЛР-1 (2 часа).

**Тема:** «Планирование товарных запасов»

**2.1.1 Цель работы:** Изучить планирование товарных запасов.

**2.1.2 Задачи работы:**

1. Сущность, задачи и значения планирования товарных запасов
2. Рациональная организация товарных запасов в общественном питании

**2.1.3 Перечень приборов, материалов, используемых в лабораторной работе:**

1. Калькулятор
2. Компьютер
3. Доска

**2.1.4 Описание (ход) работы:**

### Задача 1

Рассчитать среднюю норму и норматив товарных запасов по магазину на основе данных таблицы:

Таблица

Товарные группы	Розничный товароборот, тыс.руб.		Норма ТЗ, дни	Норма-тив ТЗ, тыс..руб.
	квартальный	среднедневной		
А	1	2	3	4
Молоко и молочные продукты	108		3	
Мясо и мясные продукты	170		11	
Мука и крупа	82		27	
Прочие	210		33	
Итого				

*Решение:*



1. Определяем общий объем товарооборота магазина за квартал:

$$108 + 170 + 82 + 210 = 570 \text{ (тыс. руб.)}$$

2. Определяем среднедневной товарооборот:

$$\text{- по молоку: } 108/90 = 1,2 \text{ (тыс. руб.)}$$

$$\text{- по муке: } 82/90 = 0,91 \text{ (тыс. руб.)}$$

$$\text{- по мясу: } 170/90 = 1,89 \text{ (тыс. руб.)}$$

$$\text{- по прочим: } 210/90 = 2,23 \text{ (тыс. руб.)}$$

Общий оборот магазина за день составляет:

$$1,2 + 1,89 + 0,91 + 2,23 = 6,33 \text{ (тыс. руб.) или } 570/90 = 6,33 \text{ (тыс. руб.)}$$

Определяем норматив товарных запасов:

$$\text{- по молоку: } 3 \cdot 1,2 = 3,6 \text{ тыс. руб. ;}$$

$$\text{- по муке: } 27 \cdot 0,91 = 24,57 \text{ тыс. руб. ;}$$

$$\text{- по мясу: } 11 \cdot 1,89 = 20,79 \text{ тыс. руб. ;}$$

$$\text{- по прочим: } 33 \cdot 2,23 = 76,89 \text{ тыс. руб.}$$

Общий норматив товарных запасов по магазину составляет:

$$3,6 + 20,79 + 24,57 + 76,89 = 125,85 \text{ (тыс. руб. )}$$

4. Определяем среднюю норму товарных запасов по магазину:

$$125,85 : 6,33 = 19,9 \text{ (дня)}$$

## Задача 2

Рассчитать товарооборачиваемость по магазину и сумму высвобожденных (или вовлеченных) в оборот средств на основе данных таблицы, тыс. руб.

Товарные группы	Товарооборот	Фактические товарные запасы на				Средние товарные запасы	Товарооборачиваемость, дни	Высвобожденные (вовлеченные) в оборот средства		
квартальный	среднедневной	1.10	1.11	1.12	31.12			норма	фактически	отклонение
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

Мясо, птица	600	65	62	61	64	9,5
Молоко, молочные продукты	320	3,7	3,1	3,6	3,2	1
Прочие товары	800	228	271	196	216	25,5
Итого	1720	296,7	336,1	260,6	283,2	15,4

*Решение:*

1. Рассчитаем среднедневной товарооборот:

а) по группе мясо, птица:  $600 / 90 = 6,67$  (тыс. руб.) ;

б) по группе молоко:  $320 / 90 = 3,56$  (тыс. руб.);

в) по прочим товарам:  $800 / 90 = 8,89$  (тыс. руб.);

В целом по магазину:  $1720 / 90 = 19,1$  (тыс. руб.)

2. Рассчитаем по формуле средней хронологической средние запасы товаров:

а) по мясу:

$$\frac{1/2 \times 65 + 62 + 61 + 1/2 \times 64}{4 - 1} = 62,5 \text{ (тыс. руб.)}$$

б) по молоку:

$$\frac{1/2 \times 3,7 + 3,1 + 3,6 + 1/2 \times 3,2}{4 - 1} = 3,38 \text{ (тыс. руб.)}$$

в) по прочим товарам:

$$\frac{1/2 \times 228 + 271 + 196 + 1/2 \times 216}{4 - 1} = 229,67 \text{ (тыс. руб.)}$$

В целом по магазину:

$$\frac{1/2 \times 296,7 + 336,1 + 260,6 + 1/2 \times 283,2}{4 - 1} = 295,55 \text{ (тыс. руб.)}$$

3. Определяем фактическую товарооборачиваемость:

а) по мясу:  $62,5 / 6,67 = 9,37$  (дня);

б) по молоку:  $3,38 / 3,56 = 0,95$  (дня);

в) по прочим товарам:  $229,67 / 8,89 = 25,83$  (дня);

В целом по магазину:  $295,55 / 19,1 = 15,5$  (дня).

4. Определяем сумму высвобожденных (-) или вовлеченных (+) в оборот средств:

а) по мясу:  $(9,37 - 9,5) 6,67 = -0,87$  (тыс. руб.);

б) по молоку:  $(0,95 - 1,0) 3,56 = -0,18$  (тыс. руб.);

в) по прочим товарам:  $(25,83 - 25,5) 8,89 = 2,93$  (тыс. руб.);

В целом по магазину:  $-0,87 - 0,18 + 2,93 = +1,88$  (тыс. руб.)

### Задача 3

Рассчитать влияние изменения структуры товарооборота на товарооборачиваемость по магазину, на основе данных таблицы.

Данные о товарообороте и товарооборачиваемости

по отдельным группам товаров

Товарные группы	Товарооборот, тыс. руб.		Товарооборачиваемость, прошлый год, дни
	прошлый год	отчетный год	
А	1	2	3
Молоко и молочные продукты	1320	1470	4

Мясо и мясные продукты	2740	2130	11
Мука и крупа	1390	1380	27
Хлеб и хлебобулочные изделия	970	1090	3
Прочие товары	3420	3900	28
Всего	9840	9970	x

*Решение:*

Влияние изменения структуры товарооборота на товарооборачиваемость производится методом процентных чисел.

Для этого составим расчетную таблицу.

Таблица

Расчет влияния изменения структуры товарооборота на среднюю товарооборачиваемость по магазину.

Товарные группы	Структура товарооборота, %			Процентные числа, %	
	прошлый год	отчетный год	прошлый год	Товарооборачиваемость, дни	отчетный год
A	1	2	3	4 [13]	5 [23]
Молоко и молочные продукты	13,4	14,7	4	53,6	58,8
Мясо и мясные продукты	27,8	21,4	11	305,8	235,4
Мука и крупа	14,1	13,8	27	380,7	372,6

Хлеб и хлебобулочные	9,9	10,9	3	29,7	32,7
Прочие товары	34,8	39,1	28	974,4	1094,8
Всего	100	100	х	1744,2	1794,3

Рассчитаем изменение товарооборачиваемости за счет изменения структуры товарооборота

$$\Delta B_{\text{стр.}} = \frac{1794,3 - 1744,2}{100} = +0,5 \text{ (дня)}$$

Таким образом, за счет изменения структуры товарооборота, а именно, увеличения удельного веса товарных групп, имеющих более длительное время обращения, средняя товарооборачиваемость по магазину замедлилась на 0,5 дня.

#### Задача 4

Рассчитать влияние изменения среднего размера товарного запаса и объема товарооборота на товарооборачиваемость по магазину исходя из следующих условий:

а) товарооборот отчетного года оставил 5320 тыс. руб. , увеличившись по сравнению с прошлым годом на 21%.

б) средний размер товарных запасов составил в отчетном году 390,7 тыс. руб., что больше прошлогоднего показателя на 35,9 тыс. руб.

*Решение:*

1. Определим время товарного обращения ( $Од_1$ ) в отчетном году:

а) рассчитаем среднедневной товарооборот

$$\overline{Р_{дн}} = \frac{5320}{360} = 14,8 \text{ (тыс. руб.)}$$

б)  $Од_1 = \frac{390,7}{14,8} = 26,4 \text{ (дня)}$

2. Определим время товарного обращения ( $Од_0$ ) в прошлом году:

а) рассчитаем товарооборот прошлого года:

$$Р_{пр} = \frac{5320 \times 100}{121} = 4396,7 \text{ (тыс. руб.)}$$

б) рассчитаем среднедневной товарооборот  $4396,7 / 360 = 12,2$  (тыс. руб.)

в) рассчитаем средний товарный запас в прошлом году

$$\overline{TЗ_{пр}} = 390,7 - 35,9 = 354,8 \text{ (тыс. руб.)}$$

$$г) \quad О_{д_0} = \frac{354,8}{12,2} = 29,1 \text{ (дня)}$$

3. Методом цепных подстановок произведем следующие расчеты:

$$О_{д_0} = \frac{354,8}{12,2} = 29,1 \text{ (дня)}; \quad О_{д^1} = \frac{354,8}{14,8} = 24 \text{ (дня)}; \quad О_{д_1} = \frac{390,7}{14,8} = 26,4 \text{ (дня)}$$

4. Рассчитаем влияние факторов на товарооборачиваемость.

а) влияние изменения среднедневного товарооборота

$$\Delta О_{д}(\Delta P_{ср}) = 24,0 - 29,1 = -5,1 \text{ (дня)}$$

б) влияние среднего размера товарных запасов

$$\Delta О_{д}(\Delta \overline{TЗ}) = 26,4 - 24 = 2,4 \text{ (дня)}$$

Таким образом, ускорение товарооборачиваемости по магазину произошло исключительно за счет роста среднедневной выручки, время товарного обращения сократилось на 5,1 дня. К снижению товарооборачиваемости на 2,4 дня привел рост среднего размера товарных запасов. Совокупное влияние двух этих факторов снизило время обращение товаров на 2,7 дня.

## **2.2 Лабораторная работа № ЛР-2 (2 часа).**

**Тема: «Планирование и прогнозирование издержек производства и обращения»**

**2.2.1 Цель работы:** Изучить структуру и состав издержек производства и обращения в общественном питании

**2.2.2 Задачи работы:**

1 Виды экономического анализа издержек производства и обращения в общественном питании

2 Показатели экономического анализа издержек производства и обращения в общественном питании

3 Сущность издержек производства и обращения в общественном питании, их значение и структура

### **2.2.3 Перечень приборов, материалов, используемых в лабораторной работе:**

1. Калькулятор
2. Компьютер
3. Доска

### **2.2.4 Описание (ход) работы:**

Планирование розничного товарооборота предприятия общественного питания, особенно нового, целесообразно начинать с определения минимального объема товарооборота, который обеспечит ему безубыточную работу. Такой объем товарооборота принято называть **критическим**. Все расчеты по определению этого объема сводятся к определению точки безубыточности предприятия или реализации продукции по себестоимости.

В процессе осуществления производственно – торговой деятельности предприятие несет определенные расходы (издержки), связанные с основными функциями, которые в практике экономического анализа принято подразделять на условно-постоянные и условно-переменные.

**Издержки производства и обращения предприятия общественного питания** – это выраженные в денежной форме затраты производственных процессов, мероприятий по оказанию услуг, необходимые для осуществления предприятием своей уставной деятельности.

**Условно-постоянные издержки** - это сумма затрат, которые остаются неизменными в течение длительного периода времени (аренда зданий, амортизация оборудования, основная заработная плата, расходы на содержание зданий, помещений, сооружений, коммунальные расходы и т.д.). Для покрытия этих расходов предприятие должно осуществлять производственно-торговую деятельность, т.е. осуществлять производство и реализацию кулинарных блюд и товаров;

**Условно-переменные издержки** - это сумма затрат, связанные с ежедневной покупкой сырья и товаров, их транспортировкой и хранением, переработкой и упаковкой, реализацией, начислением дополнительной заработной платы. Предполагается, что условно-переменные издержки развиваются в том же направлении и с теми же темпами, что и объем товарооборота.

Издержки производства и обращения предприятия питания включают наряду с затратами на производство продукции, затраты на реализацию, организацию потребления и досуг потребителей. Издержки производства и обращения на предприятиях питания учитываются, как в абсолютном выражении – в денежных единицах, так и в относительных величинах – в процентах к товарообороту. Относительная величина издержек в процентах к товарообороту **называется уровнем издержек** и рассчитывается, как

$$Уи = \frac{ИО}{Т} \times 100\%$$

, где (10)

И – издержки производства;

Т – валовой товарооборот;

**К постоянным издержкам относят:**

- Зарплату персонала по окладам и тарифным ставкам;
- Расходы на аренду и содержание помещений;
- Износ основных средств;
- Расходы на капитальный и текущий ремонт;
- Расходы на рекламу;

- Отчисления на социальные нужды;
- Прочие расходы.

**К переменным издержкам относят:**

- Расходы на транспортировку сырья и товаров и продукции;
- Расходы на хранение, упаковку товаров, продукции, полуфабрикатов;
- Расходы на топливо, потери товаров при хранении, транспортировании, расходы товаров на тару;
- Сдельный приработок, премиальные выплаты, прочие выплаты.

В составе издержек основное место занимают издержки производства – 50 – 55%., на долю издержек, связанных с организацией потребления – 35 – 40%, на долю издержек, связанных с реализацией – 10 – 15%

С увеличением объёма товарооборота возрастает сумма переменных издержек и снижается уровень постоянных издержек. На крупных предприятиях с большим объёмом товарооборота уровень издержек ниже, чем на небольших предприятиях.

**Номенклатура издержек** состоит из 15 статей:

- Расходы на оплату труда;
- Расходы на транспорт;
- Расходы на аренду;
- Затраты на ремонт основных средств;
- Амортизация основных средств;
- Износ малоценных и быстро изнашиваемых предметов;
- Расходы на топливо;
- Расходы на рекламу;
- Проценты за пользование кредитом;
- Расходы на хранение;
- Потери товаров на хранение и реализацию;
- Расходы на тару;
- Отчисления в социальные фонды;
- Налоги;
- Прочие расходы.

Анализ издержек начинают с сопоставления фактических данных с плановыми показателями: за год, квартал, месяц. Разница между фактической и плановой суммой издержек представляет собой **абсолютное отклонение**.

**Темп изменения** показывает, на сколько процентов изменился уровень расходов по отношению к базисному периоду, и рассчитывают сумму относительной экономии (перерасход) издержек.

$$\text{Эо} = \frac{\text{Т} \times \text{Уиз.}}{100\%}, \text{ где (11)}$$

Эо – экономия издержек;

Т – товарооборот;

Уиз. – уровень изменения издержек;

**Задача 7.** Провести анализ издержек производства и обращения, в зависимости от объёма товарооборота.

Показатель	Отчётный год	Отклонение	%
			выполнения



	План	Отклонение от плана	от плана	плана
Валовой товарооборот, т.р.	4504,1	6008,8	+1504,7	133,4
	2345,0	3059,0	+714,0	130,4
Издержки производства и обращения	52,1	50,9	- 1,2	97,6

Уровень издержек

**Решение:** Из таблицы видно, что абсолютный перерасход издержек составил 714,0 т.р. Однако план товарооборота перевыполнен на 33,4%, а сумма издержек возросла на 30,4%, что и обусловило снижение уровня издержек на 1,2% к товарообороту. Данная ситуация свидетельствует об эффективности использования текущих затрат.

Анализ издержек предприятия проводится по статьям расходов. При анализе издержек необходимо рассчитывать и исследовать изменение издержек по продукции собственного производства и по покупным товарам. Классификация издержек производства и обращения позволяет выявить резервы экономии материальных, трудовых, финансовых затрат, снижать себестоимость продукции, увеличивать рентабельность. Классификация на постоянные и условно – переменные издержки, позволяет рассчитать порог рентабельности, запас финансовой прочности, экономическую прибыль предприятия.

В результате объем товарооборота в своей критической точке позволяет покрыть не только постоянные, но и переменные затраты. При этом расчёт минимально необходимого объема товарооборота позволяет обеспечить предприятию только безубыточную работу.

Расчет минимально необходимого объема товарооборота можно выполнить, разложив товарооборот на составляющие его элементы. В свою очередь, розничная цена на кулинарную продукцию состоит из закупочной цены на сырьё и установленной наценки на предприятии. Наценка на реализуемую продукцию предназначена для покрытия издержек производства и обращения, а также для получения предприятием прибыли.

**Вывод:** При ускорении товарооборачиваемости сырья уменьшаются издержки. При увеличении в общем товарообороте продукции собственного производства приводит к увеличению уровня издержек. Увеличение в товарообороте доли оборота мелкорозничной торговли на 1% приводит к снижению издержек на 0,05%. Увеличение товарооборота на одно место в обеденном зале на 1% снижает уровень издержек на 0,02%.

**Критическим товарооборотом**, называют товарооборот, при котором сумма валового дохода покрывает издержки производства и обращения и прибыль при этом не образуется. Критический товарооборот рассчитывают по формуле:

$$\text{Тр.ц.} = \frac{\text{Ипос.}}{\text{Увд} - \text{Уи.пер.}} \times 100\% \quad (12)$$

где Тр.ц. — объем товарооборота по розничным ценам, руб.;

Ипос.—сумма условно-постоянных издержек производства и обращения;

Увд – уровень валового дохода в процентах к товарообороту (без налогов);

Уи.пер. – уровень условно-переменных издержек;

Точка **минимальной рентабельности** показывает объём товарооборота, при котором обеспечивается получение минимальной прибыли на инвестируемый капитал. Рассчитывается по формуле:

$$T_{\text{мин.}} = \frac{\text{Ипос.} + \text{Пин.}}{\text{У в д} - \text{Уи. пер.}} \times 100\% \quad (13)$$

где Пмин. – минимальная прибыль определяется величиной авансированного капитала (К), авансированный капитал может быть в виде суммы остаточной стоимости основных фондов, суммы собственных оборотных средств, уровнем минимальной рентабельности равной ставке рефинансирования Центрального банка РФ,

$$\Pi = \frac{K \times R_{\text{мин}}}{100 - C_{\text{н}}}, \quad (14)$$

где Rмин.- ставка депозита банка;

Cн - проценты налогов и другие платежи, выплачиваемые из прибыли.

Определив минимальный критический объём товарооборота или товарооборот по себестоимости, обеспечивающий предприятию безубыточную работу, переходят к расчету возможного объема товарооборота на планируемый год.

**Задача 8:** В отчётном году в ресторане «Заря» общая сумма условно-постоянных расходов составила 2497,2 т.р., уровень валового дохода 26,87%, уровень переменных издержек – 21,85% к товарообороту. Фактический товарооборот ресторана «Заря» составил 49450,0 т.р. Рассчитать критический объём товарооборота, если известно, что предполагаемый индекс цен – 1,11, тарифов – 1,14. Уровень валового дохода оставить без изменения.

**Решение:** 1. С учётом роста тарифов условно-постоянные расходы на планируемый год составят  $2497,2 \times 1,14 = 2846,8$  т.р.

2. Расчитаем коэффициент опережения роста тарифов над ростом цен (для определения роста переменных издержек)

$$1,14 : 1,11 = 1,02$$

3. Корректируем уровень условно-переменных расходов на плановый период:

$$21,85 \times 1,02 = 22,29$$

4. Определяем критический товарооборот

$$2846,8 : (26,87\% - 22,29\%) \times 100\% = 62157,0 \text{ т.р.}$$

5. Расчитаем, во сколько раз при росте цен в 1,11 раза необходимо увеличить товарооборот  $62157,0 : 49450,0 = 1,25$  раза

6. Определим требуемый рост физического объёма товарооборота в сопоставимых ценах:

$$1,25 : 1,11 = 1,13$$

Для обеспечения безубыточной работы в планируемом году требуется увеличить физический объём товарооборота на 13%.

**Вывод:** При рыночной экономике план товарооборота должен быть установлен выше точки минимальной рентабельности, чтобы оправдать вложения капитала и получить минимальную прибыль на авансированный капитал.

На предприятии общественного питания планируется также объём производства и реализации прочей продукции собственного производства. Это проведение торжественных обслуживаний, свадеб, юбилеев, кейтеринга, реализация продукции вне предприятия. Расчёт производится по каждому объекту общественного питания исходя из его производственной мощности, спроса, состава кадров, норм выработки, наличия сырья, анализа ожидаемого выполнения плана. Оборот по продукции собственного производства исчисляется суммированием оборотов по обеденной продукции и прочей продукции собственного

производства. Соотношение собственной продукции и покупных товаров в товарообороте общественного питания зависит от типа предприятия, его месторасположения, платёжеспособности и спроса потребителей.

При планировании снабжения наиболее сложным является определение потребности в сырье и товарах по отдельным товарным группам и в целом по предприятию. Применяют следующие методы определения потребности в сырье:

- На основе индивидуальных норм расхода сырья на одно блюдо;
- На основе среднегрупповых норм расхода сырья на одно блюдо;
- На основе корректировки расхода сырья за отчётный год.

Нормы расхода сырья на одно блюдо приведены в сборниках рецептур блюд для предприятий общественного питания. При исчислении потребности в сырье на планируемый период используют раскладки брутто. Если предприятие узкоспециализированное, то потребность в сырье определяют умножением нормы расхода сырья на количество блюд данного наименования по плану. Наиболее часто применяют данный метод при обеспечении питанием организованных групп населения.

**Среднегрупповые нормы расхода сырья на одно блюдо.** Это расчётная норма среднего количества сырья разных цен, одной группы, но используемых для приготовления одного и того же блюда. Определяется по средней арифметической взвешенной.

**Задача 9.** Рассчитать среднегрупповые нормы расхода сырья на одно блюдо.

Наименование блюд	Кол-во блюд, (K1)	Норма брутто, г. (H1)	Выход, г
Котлеты рубленые	40	100	4000
Мясо тушёное	15	169	2535
Гуляш	15	161	2415
Тефтели	13	103	1339
Рагу	10	149	1490
Бифштекс	7	161	1127
Итого:	100	X (129,06)	12906

Решение: Среднегрупповая норма (X) определяется с учётом ассортимента блюд и норм расхода сырья по формуле:

$$X = \frac{N1 \times K1}{\sum K1} \quad (12)$$

N1 – норма расхода сырья на каждое наименование блюда;

K1 – количество блюд определённого наименования;

$\sum K1$  – общее количество блюд.

$$X = \frac{100 \times 40 + 15 \times 169 + 15 \times 161 + 13 \times 103 + 10 \times 149 + 7 \times 161}{100} = 129,06 \text{ г.}$$

Контрольные вопросы:

1. Критический товарооборот.
2. Условно – постоянные затраты.
3. Условно – переменные затраты.
4. Точка минимальной рентабельности.
5. Минимальная прибыль.
6. Методы планирования в сырье.
7. Среднегрупповые нормы расхода сырья.
8. Методы планирования розничного товарооборота
9. Опытный – статистический метод
10. Определение численности питающихся в предприятиях общественного питания.
11. Издержки производства и обращения. Уровень издержек.
12. Условно-постоянные издержки. Условно-переменные издержки.
13. Номенклатура издержек предприятия общественного питания.
14. Темп изменения издержек.

### **2.3 Лабораторная работа № ЛР-3 (2 часа).**

**Тема: «Планирование и прогнозирование прибыли и рентабельности»**

**2.3.1 Цель работы:** Изучить планирование и прогнозирование прибыли и рентабельности.

#### **2.3.2 Задачи работы:**

1. Сущность, задачи и значения рациональной организации труда
2. Рациональная организация труда в общественном питании

#### **2.3.3 Перечень приборов, материалов, используемых в лабораторной работе:**

1. Калькулятор
2. Компьютер
3. Доска

#### **2.3.4 Описание (ход) работы:**

Спрос в общественном питании выступает как форма проявления потребностей на продукты питания и услуги предприятий массового питания.

Прогнозирование спроса осуществляется не только в целом, но и по товарным группам. Товарно-групповая структура спроса – соотношение расходов населения на приобретение различных групп товаров в пределах общего объема платежеспособного спроса. Составным элементом товарно-групповой структуры спроса является спрос на продукцию общественного питания.

Спрос на продукцию общественного питания изучается и прогнозируется на уровне отрасли, предприятия. Исследование спроса на уровне отрасли направлено на решение таких задач, как определение направления развития отрасли, прогнозирование и планирование товарооборота в целом по отрасли или по отдельным регионам. Результаты исследования спроса на уровне предприятия необходимы для текущего планирования и оперативного управления непосредственно на предприятии.

Прогнозирование опирается на различные методы, выбор которых определяется разными задачами прогнозирования.

Нормативные методы базируются на использовании физиологических норм потребления продуктов питания. На основе этих норм суточный рацион продуктов распределяется по отдельным приемам пищи и определяется расчетная норма потребности населения в кулинарной продукции по контингентам потребителей.

Один из методов прогнозирования спроса на продукцию общественного питания базируется на применении структурных моделей спроса, построенных на основе данных выборочных обследований бюджетов семей в разрезе отдельных социальных групп населения. Структурная модель спроса представлена в таблице 1, где даны группировка семей по размерам душевого дохода и числовая характеристика денежных расходов на покупку товаров, в том числе на продукцию и услуги общественного питания.

На основе структурной модели спроса можно определить средние годовые расходы на одного члена семьи на продукцию общественного питания. Они будут равны 7,8 млн. руб.  $(4*10+5,5*20+7*35+9*20+12,1*10+16,2*5):100$ ). Зная численность населения и средние расходы на продукцию общественного питания на одного члена семьи, можно рассчитать спрос на продукцию общественного питания.

Использование структурной модели спроса основывается на том, что влияние денежных доходов на величину спроса во времени аналогично его влиянию в статике, поэтому при переходе населения из одной группы в другую по размеру среднедушевых доходов спрос этой группы в планируемом году будет таким же, как у населения с этим размером доходов в базисном году.

Из данных выборочного бюджетного обследования видно, что с повышением уровня среднедушевых доходов расходы на продукцию общественного питания увеличиваются в 8,8 до 15% (таблица 1).

Таблица 1 - Расходы на общественное питание в семьях рабочих и служащих

Группа семей по среднедушевым доходам	Удельный вес семьи в их общей совокупности, %	Расходы на общественное питание, %, ко всем расходам на питание, %
1	11,2	8,8
2	15,7	9,0
3	18,7	9,4
4	28,9	9,3
5	15,5	12,5
6	10,0	15,0

Если в планируемом году возрастет среднедушевой доход членов семьи, то соответственно возрастет и среднедушевой расход на продукцию общественного питания. Средний удельный вес расходов на продукцию общественного питания будет равен 10,28%  $((8,8*11,2+9*15,7+9,4*18,7+9,3*28,9+12,5*15,5+15*10):100)$ . Допустим, что в планируемом году удельный вес семей 1-й группы снизится на 4% и соответственно повысится удельный вес семей 2-й группы, снизится на 2% и удельный вес семей 5-й группы и соответственно повысится удельный вес семей 6-й группы. В этом случае средний удельный вес среднедушевых расходов на продукцию общественного питания составит 10,79%. Если в

планируемом году объем спроса на продовольственные товары составит 50 млрд. руб., то объем спроса на продукцию общественного питания будет равен 5,4 млрд. руб.  $((50 \cdot 10,79) : 100)$ .

Этот метод отражает спрос на всего населения, так как выборочные обследования охватывают не все социальные группы.

При прогнозировании спроса на ближайшую перспективу может быть использован метод экспертных оценок спроса. Сущность его заключается в обобщении опыта работников, занимающихся изучением спроса, хорошо знающих особенности формирования рынка кулинарной продукции и обладающих необходимой информацией. Применение метода экспертных оценок предполагает проведение опроса практических и научных работников. Индивидуальные оценки, которые делаются экспертами в процессе опросов, обобщаются и обрабатываются с помощью методов математической статистики.

При прогнозировании спроса используется метод с расчетом коэффициента эластичности. Зависимость спроса на продукцию и услуги предприятия питания от уровня цен, денежных доходов населения или других факторов может быть выявлена на основе изучения эластичности спроса. Под эластичностью спроса понимается его способность изменяться под влиянием факторов. Изменение спроса, то есть его эластичность, может быть количественно выражено путем исчисления коэффициента эластичности, который представляет собой отношение сравнительного изменения спроса на продукцию общественного питания к сравнительному изменению определяющего фактора. Этот коэффициент показывает, на сколько процентов изменится спрос на продукцию общественного питания при изменении определяющего фактора (например, денежных доходов) на 1%.

Коэффициент эластичности в зависимости от изменения доходов рассчитывается по формуле:

$$K_{\varepsilon} = \frac{\frac{\Delta y}{y}}{\frac{\Delta x}{x}}$$

или

$$K_{\varepsilon} = \frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{x}{y},$$

где  $y$  – среднедушевой размер спроса на продукцию общественного питания, млн. руб.;

$\Delta y$  – прирост (изменение) среднедушевого спроса на продукцию общественного питания, млн. руб.;

$x$  – среднедушевой размер денежных доходов, млн. руб.;

$\Delta x$  – прирост (изменение) среднедушевого дохода, млн. руб.

Темп прироста среднедушевого размера спроса на продукцию общественного питания в планируемом периоде в процентах определяется по формуле:

$$ТП = K_{\varepsilon} \cdot ТП_x,$$

где  $ТП_x$  – темп прироста среднедушевого размера денежных доходов в планируемом году, %.

Затем рассчитывается среднедушевой размер спроса на продукцию общественного питания в планируемом году, млн. руб.;

$$СДС_{\text{спр}} = СДС_{\text{отч}} (100 + ТП_{\text{с}}) : 100,$$

где  $СДС_{\text{спр}}$  – среднедушевой размер спроса на продукцию общественного питания в прогнозируемом периоде, млн. руб.;

$СДС_{\text{отч}}$  – среднедушевой размер спроса на продукцию общественного питания в отчетном году, млн. руб.

Общий объем спроса на продукцию общественного питания по региону в прогнозируемом периоде (млн. руб.) определяется так:

$S_{пр} = C D_{Спр} \cdot Ч_{пр}$ ,  
 где  $Ч_{пр}$  – численность населения в прогнозируемом году, тыс. чел.

Данные расчета коэффициента эластичности

Показатель	Условные обозначения	Базисный год, млн. руб.	Отчетный год, млн. руб.
Среднедушевой размер денежных доходов	x	80	99,3
Прирост среднедушевого размера денежных доходов	$\Delta x$	-	19,3
Среднедушевой размер расходов на продукцию ОП	y	2,4	5
Прирост среднедушевого размера расходов на продукцию ОП	$\Delta y$	-	2,6

Рассчитаем коэффициент эластичности:

$$K_{\varepsilon} = \frac{\frac{2,6}{2,4}}{\frac{19,3}{80}} = 4,49.$$

Это значит, что при увеличении среднедушевых доходов на 1% спрос на продукцию ОП возрастет на 4,5%.

Известно, что среднедушевые доходы населения региона увеличатся в планируемом году на 37%, а численность населения составит 600 тыс. чел. Тогда темп прироста среднедушевого размера спроса на продукцию общественного питания в планируемом году составит 166,5% ( $4,5 \cdot 37$ ). Среднедушевой размер спроса на продукцию ОП в планируемом году будет равен 13,3 млн. руб. ( $5 \cdot 2,665$ ), а общий объем спроса на продукцию общественного питания по региону в планируемом году определен в размере 7980 млрд. руб. ( $13,3 \cdot 600000$ ).

При прогнозировании спроса на продукцию ОП следует использовать экономико-математическое моделирование. В общем виде экономико-математическая модель представляет собой отражение определенного процесса или явления. Математическая формализация отбрасывает все несущественные элементы этих процессов и в то же время позволяет количественно учесть влияние основных факторов, формулирующих их развитие. Сущность данного метода состоит в том, что спрос представляется как функция факторов, характеризующих его развитие. При этом рассчитывается количественная степень воздействия изменения каждого фактора на величину спроса. Затем, зная, какие значения примет в прогнозируемом периоде каждый из факторов, рассчитывают прогнозируемую величину спроса.

Прогнозирование валового дохода

Предприятие питания за оказываемые им услуги по производству, реализации и организации потребления взимает плату, которую можно назвать ценой услуг. Этой платой становится торговая надбавка к цене закупленного сырья и товаров, а также наценка на продукцию общественного питания. Поэтому валовой доход предприятия питания можно представить как сумму надбавок и наценок на реализуемую продукцию. Валовой доход как экономическая категория представляет собой часть продажной цены на продукцию

общественного питания, которая предназначена для покрытия издержек производства и обращения предприятия питания и образования прибыли.

Роль и значение валового дохода как экономического показателя заключается в следующем:

- валовой доход является источником формирования прибыли;
- за счет валового дохода возмещаются издержки производства и обращения;
- валовой доход служит источником пополнения собственных оборотных средств;
- за счет валового дохода формируются различные бюджетные фонды;
- за счет валового дохода предприятия питания уплачивают акцизы и таким образом участвуют в формировании бюджета страны.

Валовой доход предприятия питания измеряется в абсолютных и относительных величинах. В абсолютных величинах валовой доход характеризуется суммой, выраженной в денежных единицах, в относительных величинах – уровнем. Уровень валового дохода (Ув.д.) рассчитывается как отношение суммы валового дохода к валовому товарообороту, выраженная в процентах:

$$\text{Ув.д.} = \text{ВД} : \text{ВТ} \cdot 100,$$

где ВД – сумма валового дохода;

ВТ – валовой товарооборот.

На предприятия питания рекомендуется исчислять валовой доход по продукции собственного производства и покупным товарам.

Расчет уровня валового дохода по продукции собственного производства производится по формуле:

$$\text{Ув.д. (п.с.п.)} = \frac{\text{Ув.д.} \times \text{Ав.д.} \times 100}{\text{Дп.с.п.} (\text{Ав.д.} - 1) + 100},$$

где Ав.д. – соотношение уровня валовых доходов по продукции собственного производства к уровню валовых доходов по покупным товарам, %;

Дп.с.п. – доля собственной продукции в товарообороте (базисная), %.

Уровень валового дохода по покупным товарам можно рассчитать следующим образом:

$$\text{Ув.д. (п.т.)} = \text{Ув.д. (п.с.п.)} : \text{Ав.д.}$$

За счет валового дохода предприятия питания уплачивают акцизы, НДС, производят отчисления в различные бюджетные фонды. В связи с этим необходимо определять и оценивать валовой доход, остающийся в распоряжении предприятия, или чистый валовой доход. Его величина определяется так:

$$\text{ЧВД} = \text{ВД} - \text{ОС} - \text{А} - \text{БФ},$$

где ЧВД – чистый валовой доход, млн. руб.;

ОС – отчисления на пополнение оборотных средств, млн. руб.;

А – акцизный налог;

БФ – отчисления в бюджетные фонды.

Уровень чистого валового дохода находится делением его суммы на валовой товарооборот и умножением на сто:

$$\text{Уч.в.д.} = \text{ЧВД} : \text{ВТ} \cdot 100.$$

Цель научно обоснованного прогноза валового дохода – определение возможного его объема при заданных (прогнозных) ограничениях исходя из целевых приоритетов, выбранных предприятием питания для своей деятельности. Планирование валового дохода является важной стадией экономического обоснования прогнозных расчетов прибыли, а следовательно, и расчетов финансового плана.

Для прогнозирования валового дохода используются следующие методы:

- метод прямого расчета;
- расчетно-аналитический;
- экономико-статистические;
- на основе прогнозируемой величины прибыли.



Метод прямого расчета. На первом этапе прогнозируется уровень торговых надбавок, затем рассчитывается наценка на продукцию собственного производства и покупные товары с учетом себестоимости и нормы рентабельности.

На втором этапе, зная структуру расходуемого сырья по видам продуктов, нормы надбавок и наценок по каждому виду сырья рассчитывается сумма надбавок и наценок. Общая сумма валового дохода определяется суммированием надбавок, наценок по всем товарным группам.

Уровень валового дохода будет равен отношению суммы валового дохода к общему объему валового товарооборота в продажных ценах (то есть к стоимости сырья и товаров по розничным ценам плюс сумма наценок).

Прогноз валового дохода по ресторану методом прямого расчета на год составил 5221,6 млн. руб. (3800+1421,6). Следовательно, прогнозируемый уровень валового дохода – 39,3% к обороту ( $5221,6 : (9500+3800) \cdot 100$ ).

Наиболее простым методом является расчетно-аналитический. Его сущность состоит в том, что на основе отчетных данных за истекший период и изучение динамики уровня валового дохода за два предшествующих года определяется ожидаемый уровень валового дохода за текущий год. Этот показатель принимают за базовую величину для прогнозирования суммы валового дохода.

Ожидаемый уровень за текущий год определяется умножением среднего соотношения за два предшествующих периода годового уровня валового дохода к его уровню за шесть месяцев на уровень валового дохода текущего периода, который сложился за шесть месяцев:

$$\text{Ув.д тек.} = (102,56 + 97,67) : 2 \cdot 41 : 100 = 41,05\%.$$

Данный метод имеет недостатки, т. к. он не учитывает изменения в структуре расходуемого сырья и товаров, однако он может быть использован для расчета одного из вариантов прогнозируемого валового дохода.

## **2.4 Лабораторная работа № ЛР-4-5 (4 часа).**

### **Тема: «Разработка бизнес-плана в общественном питании»**

**2.4.1 Цель работы:** Изучить структуру и состав бизнес-плана в общественном питании

#### **2.4.2 Задачи работы:**

- 1 Виды экономического анализа и основные этапы аналитической работы
- 2 Показатели экономического анализа и методы их расчета
- 3 Сущность бизнес-плана, его назначение и структура

#### **2.4.3 Перечень приборов, материалов, используемых в лабораторной работе:**

1. Калькулятор
2. Компьютер
3. Доска

#### **2.4.4 Описание (ход) работы:**

Любителей красиво поесть и со вкусом отдохнуть хватает во все времена и при любых экономических ситуациях – именно поэтому заведения общепита приносят своим владельцам немалый доход даже в современных условиях повышенной конкуренции. Рентабельность этого бизнеса, достигающая в некоторых случаях 60 %, напрямую зависит как от класса заведения, которое Вы планируете открывать, так и от множества других немаловажных факторов, каждый из которых должен занимать отдельный раздел в составляемом бизнес-плане предприятия общественного питания. Первостепенные задачи, стоящие перед начинающими рестораторами, сопряжены с поиском источника финансирования и с разработкой четкой концепции проекта.

#### **Цели проекта**

- привлечение инвестиций для открытия предприятия общественного питания (кредит);

- обоснование рентабельности открытия заведения;
- создание подробного плана организации и развития;
- расчет расходов и доходов;
- оценка эффективности.

#### ***Задачи проекта***

- регистрация предприятия общественного питания и получение разрешительных документов (СЭС, пожарники);
- поиск и аренда помещения для заведения;
- ремонт и оформление;
- покупка необходимой мебели, оборудования, инвентаря, посуды;
- покупка необходимых продуктов на первое время;
- подбор персонала;
- организация рекламной компании;
- запуск работы предприятия.

#### ***Концепция***

Выбор концепции заведения, определяющей дальнейший ход планирования, начинается с принятия решения о том, к какому классу будет относиться предприятие общепита. На облик и судьбу будущего ресторана, бара, кафе, столовой или фаст-фуда повлияет не только объем предполагаемых инвестиций, но и район дислокации, а точнее контингент, преобладающий в конкретной части города. Благодаря сведениям, полученным посредством проведения маркетинговых исследований, удастся выявить среднюю проходимость, оценить уровень конкуренции, удобство подъезда и парковки, возможности оформления, особенности ближайших сооружений (офисы, жилые дома, магазины).

Подробный анализ проводится непосредственно в тылу ближайших соседей-конкурентов, благодаря чему удастся выяснить посещаемость, платежеспособность и предпочтения потенциальных клиентов, стоимость чека, качество услуг и особенности оформления интерьера. Собранный арсенал данных поможет определиться с собственной бизнес-идеей, которая будет иметь свои конкурентные преимущества и оригинальные отличия.

#### ***Меню***

После определения класса заведения необходимо тщательно продумать меню, которое повлияет не только на стиль будущего кафе или ресторана, но и на строку расхода, позволяющую рассчитать ежемесячные затраты на продукты и напитки. Ассортимент, рассматриваемый в бизнес-плане предприятия общественного питания, будет корректироваться в процессе работы, но даже приблизительный анализ меню, состоящего из скоропортящихся свежих продуктов или полуфабрикатов, позволит выявить экономическую эффективность, размер первоначальных вложений и срок окупаемости.

#### ***Реклама***

Проведение рекламной компании предприятия общепита – это важный этап планирования, направленный на стимулирование сбыта и формирование устойчивого спроса. Выбор мероприятий, которые могут поспособствовать сокращению срока окупаемости и расширению рыночной доли предприятия, зависит от предполагаемых объемов инвестиций и специфики заведения. В некоторых случаях рекламная компания в СМИ будет излишней – для продвижения кафе и ресторанов, расположенных в спальных районах, достаточно оформить привлекательную вывеску, создать свой сайт, разместить контекстную рекламу, заказать изготовление полиграфической и сувенирной продукции. Для элитных ресторанов в центре города будет уместна более масштабная компания, нацеленная на привлечение постоянных клиентов. В зависимости от выбранных методов определяется приблизительная единовременная и ежемесячная сумма затрат на рекламу.

- Реклама на телевидении (от 3000 рублей за показ)
- Презентация заведения с участием представителей СМИ и руководителей предприятий (40000 рублей)

- Реклама в газетах и журналах (от 9000 рублей)
- Реклама на радио (от 5000 рублей)
- Распространение буклетов (от 4000 рублей)
- Изготовление сувениров с логотипом заведения (от 5000 рублей)

#### ***Организационный план***

Организацию бизнеса, связанного с заведением общественного питания, следует начинать с поиска персонала, который составит высший эшелон предприятия – управляющего и шеф-повара. Эти сотрудники станут правой и левой рукой руководителя, оказывая помощь в решении многочисленных организационных вопросов, связанных с формированием концепции, подбором меню, оборудования, персонала. Квалифицированный управляющий поможет обойти подводные камни при открытии заведения, а шеф-повар высокого класса позаботится о формировании положительной репутации. Все сотрудники должны быть включены в бизнес-план предприятия общественного питания для расчета еще одной части расходов – заработной платы.

#### ***Производственный план***

Выгодное местоположение – залог успеха будущего ресторана или кафе. После того, как определится адрес заведения, и помещение будет выкуплено или арендовано, необходимо произвести ремонтно-оформительские работы, которые могут включать в себя реконструкцию и перепланировку. Дизайн интерьера должен выражать концепцию заведения, ориентируясь на принципы функциональности (деление на зоны) и удобства. В зависимости от класса заведения и выбранного принципа обслуживания подбирается основное оборудование (плита, духовой шкаф, холодильная камера, разделочный стол), посуда, мебель для зала.

#### ***Необходимая документация***

- Зарегистрированный договор аренды;
- Лицензия на продажу алкоголя;
- Свидетельство о внесении предприятия в Торговый реестр;
- Заключение СЭС;
- Разрешение пожарной охраны;
- Согласование размещения наружной рекламы;
- Договоры (дезинфекция, дератизация, дезинсекция, вывоз мусора, установка сигнализации);
- Согласование проведения перепланировки (архитектурное управление, УГПС, СЭС и т.п.).

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ**

#### **3.1 Практическое занятие 1 (ПЗ-1) (2 часа).**

**Тема: «Система планирования и прогнозирования на предприятиях общественного питания»**

##### **3.1.1 Задание для работы:**

1 Организация: понятие, основные признаки и цели функционирования.

Классификация организаций по различным признакам: отраслевая принадлежность, уровень специализации, характер производства, размеры

2 Отраслевые особенности предприятий пищевой промышленности

##### **3.1.2 Краткое описание проводимого занятия:**

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

##### **3.1.3 Результаты и выводы:**

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

#### **3.2 Практическое занятие 2 (ПЗ-2) (2 часа).**

**Тема: «ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ»**

##### **3.2.1 Задание для работы:**

1 Эффективность и производительность труда: понятие и показатели, факторы роста производительности труда

2 Персонал предприятия: структура, состав, планирование численности

3 Заработная плата: понятие, формы и системы оплаты труда, достоинства и недостатки, область применения

##### **3.2.2 Краткое описание проводимого занятия:**

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

##### **3.2.3 Результаты и выводы:**

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

