

Таблиця 2

**Показники оцінки економічного ефекту від запровадження стратегії
диверсифікації для НВ ТОВ «Промелектроніка»**

Показник	Значення, тис. грн
Обсяг продажу товарів	1058,6
Витрати на придбання товарів	661,6
Витрати на оплату праці	120,0
Витрати на інформаційне обслуговування електронного магазину	48,0
Витрати на доставку товару покупцю	11,0
Витрати на рекламу та маркетинг	76,8
Інші витрати (гарантійне та післягарантійне обслуговування)	52,9
Всього витрат	970,3
Економічний ефект	88,3

Використання електронної торгівлі у господарській діяльності торговельних підприємств дозволяє забезпечити отримання додаткового обсягу прибутку, збільшити кількість споживачів, удосконалити управління системою продажу та запровадити ефективну стратегію на довготривалу перспективу. Разом з тим, як будь який вид діяльності, торгівля через електронний магазин має низку переваг і недоліків, але, враховуючи зміни економічної кон'юнктури та можливості суб'єктів господарювання торговельної сфери, інтернет-торгівля має стати важливим елементом системи збуту, що забезпечить ефективне використання потенціалу торговельних підприємств і збереже стабільні відносини з існуючими покупцями.

ЛІТЕРАТУРА

1. Верхоглядова Н. І. Основи ціноутворення : навч. посіб. / Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна, Н. А. Іваннікова, Я. Я. Слабко [та ін.]. – К. : Кондор, 2007. – 252 с.
2. Дайновська С. М. Ціноутворення / С. М. Дайновська. – К. : ЦУЛ, 2009. – 320 с.
3. Корінев В. Л. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. / В. Л. Корінев, М. Х. Корецький, О. І. Дацій. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 200 с.
4. Пінішко В. С. Ціно- і тарифоутворення : навч. посіб. / В. С. Пінішко. – Л. : Магнолія 2006, 2009. – 303 с.
5. Шкварчук Л. О. Ціноутворення : підручник / Л. О. Шкварчук. – К. : Кондор, 2008. – 460 с.

УДК 657:004:640.4(045)

ОБЛІК І КОНТРОЛЬ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЗА ДОПОМОГОЮ СИСТЕМИ R-KEEPER

Л. П. Шевчук, кандидат економічних наук

Наразі найбільш динамічного розвитку досягає така галузь економіки як ресторанний бізнес, що спричиняє виникнення досить жорсткої конкуренції між кафе, барами та ресторанами. Гостра конкуренція призводить до необ-

хідності повного обліку та контролю за рухом товарно-матеріальних цінностей і грошових засобів з метою мінімізації витрат, пов'язаних з виробничим процесом і зменшуючи зловживання з боку персоналу. Для цього слід чітко

контролювати роботу кожної з ділянок підприємств ресторанного бізнесу, здійснюючи складні та трудомісткі процеси розрахункового й облікового характеру.

Використання комп'ютерних технологій для ведення обліку в даній галузі допоможе раціонально використовувати ресурси та значно пришвидшить процес оперативного та точного отримання облікової інформації спеціалістами для здійснення контролю.

Проблемам обліку та контролю за використанням ресурсів на підприємствах ресторанного господарства присвячено праці вітчизняних науковців, зокрема Ф. Ф. Бутинця, С. І. Байлик, К. С. Федосова та ін. Професор Бутинець Ф. Ф. приділяє велику увагу обліку ресурсів, звертаючи увагу при цьому увагу на відображення прямих виробничих витрат в обліку, використовуючи рахунок 91 «Загально-виробничі витрати». Проте слід зазначити, що темі використання комп'ютерних технологій у галузі ресторанного бізнесу, яка сприятиме веденню обліку використанням ресурсів і дасть можливість здійснювати процес контролю за раціональним їх витрачанням, досліджено недостатньо, а отже, потребує подальшого вивчення.

Основною метою статті є аналіз сучасної практики використання новітніх інформаційних технологій обліку та контролю за ресурсами підприємств ресторанного господарства для визначення переваг і обґрунтування пропозицій щодо можливих способів ефективного впровадження R-Keereg на підприємствах ресторанного бізнесу.

Для підприємств ресторанного господарства трудомісткими процесами розрахункового та облікового характеру є розрахунок калькуляції на основі збірника рецептур і технологічних карт блюд і кулінарних виробів, що описують технологію приготування напівфабрикатів і страв. Визначення ціни блюда повинно враховувати норми закладки сировини, визначення собівартості та ціни на реалізовану продукцію, що потребує значних затрат часу для здійснення даних облікових процесів.

Висока динаміка закупівельних цін на сировину зумовлює необхідність частого перерахунку уже наявних калькуляційних карток,

що значно ускладнює та підвищує трудомісткість роботи та дає незначний результат. Тому в таких ситуаціях доречно використовувати комп'ютерні технології для ведення обліку в даній галузі, що допоможе здійснювати контроль за раціональним використанням ресурсів.

Сьогодні прогресивними спеціалізованими програмами для роботи у галузях ресторанного господарства на території України є системи «1С-Рарус: Общепит 1.5 Украинская версия» та ресторанна система R-Keereg.

Система «1С-Рарус: Общепит 1.5 Украинская версия» адаптована для потреб українського обліку та є однією з найбільш популярних програм для автоматизації. Дана система дає можливість ведення обліку на підприємствах ресторанного господарства, при цьому дозволяє поєднувати бухгалтерський і податковий облік.

Програмний продукт «1С-Рарус: Общепит 1.5 Украинская версия» призначений для ведення бухгалтерського обліку на підприємствах ресторанного бізнесу – як самостійних структур, так і підрозділів, що входять до складу великих підприємств. Облік може здійснюватись у невеличких кафе, де робота з програмою зводиться до оформлення декількох документів і формування звітів, так і у мережах громадського харчування з великою мережею підрозділів: складів, кухонь, точок оптової та роздрібної торгівлі.

Система «1С-Рарус: Общепит 1.5 Украинская версия» є універсальним інструментом не лише для бухгалтера, але і для менеджера, шеф-кухаря, технолога і найголовніше для самого власника ресторанного бізнесу. Дана програма забезпечує реальну допомогу у виконанні багатьох функцій, що виконуються різними співробітниками. Весь облік ведеться в єдиній інформаційній базі, що дозволяє виконувати кожному працівнику свої функціональні обов'язки одночасно, а зміну інформації здійснюють у режимі реального часу [2].

Більш досконалою системою для ведення обліку і здійснення контролю роботи у ресторанному господарстві є Українська версія програми – система R-Keereg. Дана система здійснює повний цикл розрахунково-облікових операцій, від оформлення оприбуткуван-

ня продуктів на склад до видачі фірмового чека клієнтові. Вітчизняна система R-Keereg вирізняється легкістю навчання, простотою використання й надійністю порівняно з аналогічними закордонними. Модульний принцип побудови системи дозволяє не тільки визначити конкретний склад модулів при придбанні програмного забезпечення, але й знизити рівень витрат при освоєнні комплексу, встановивши мінімальну конфігурацію, адже вибір робить сам власник.

Система складається з набору програмних модулів, склад яких визначається конфігурацією конкретної системи: «Менеджер» (обов'язковий компонент системи), «Каса», «Бар», «Термінал офіціанта». Касові термінали можуть експлуатуватися як інтегровано (при наявності зв'язку з касовим апаратом), так і автономно.

Перелічимо можливості системи R-Keereg:

- автоматизація процесу вводу і зберігання замовлення;
- автоматична передача змін у меню з комп'ютера менеджера в зал у режимі on-line;
- досягнення максимальної швидкості та простоти роботи барменів і офіціантів під час обслуговування клієнтів;
- автоматична передача замовлення на кухню та на бар через мережу;
- можливе використання сканера штрихкодів.

Дані можливості сприяють здійсненню обліку та контролю за рухом ресурсів на кухні, у барі та залі й забезпечать максимальний захист від зловживань персоналу щодо раціонального використання ресурсів підприємства.

Також варто виділити функціональні можливості системи R-keereg для різних працівників підприємства ресторанного господарства, які дають можливість зробити висновок, що дана система має різні ступені доступу до інформації та забезпечує її конфіденційність.

Зрозуміло, що найбільший рівень доступу має власник і менеджер, тобто ті люди, які приймають управлінські рішення щодо раціонального використання ресурсів і здійснення контролю за ними.

Ведення обліку на підприємствах ресторанного господарства за допомогою інформацій-

ного програмного продукту системи R-Keereg значно зменшує трудомісткий процес, зокрема розрахунків торгової націнки на реалізовані товари і готову продукцію та визначення собівартості реалізованих товарів.

Адже сформований даною системою кожний день звіт реалізації дає інформацію про продаж у цінах собівартості та цінах продажу, а також різницю, яка і є реалізованою торговою націнкою за день (рис.).

Отже, даний звіт дає можливість власнику ресторанного бізнесу здійснювати контроль за використанням ресурсів і аналізувати розмір націнки на блюда та покупні товари з метою оптимізації витрат і отримання позитивного фінансового результату, що сприятиме розвитку власного бізнесу. Розглянемо акт реалізації за 18 березня 2011 р. по підприємству ресторанного господарства (рис.). Відповідно до даного звіту реалізації програма системи R-Keereg здійснює бухгалтерське відображення господарських операцій:

- суми реалізації за день: Дт 301 Кт 702 на суму 1967,10 грн;
- нарахування ПДВ: Дт 702 Кт 641 на суму 327,85 грн;
- віднесення чистого доходу на фінансовий результат: Дт 702 Кт 791 на суму 1639,25 грн;
- собівартість реалізованого товару: Дт 902 Кт 282 в сумі 688,50 грн;
- віднесення собівартості реалізованого товару на фінансовий результат: Дт 791 Кт 902 в сумі 688,50 грн.

Згідно з даним звітом видно, що власник отримав валовий прибуток за 18 березня 2011 р. у розмірі 950,75 грн, націнка становила майже 286 %.

Власник повинен підходити дуже виважено до необґрунтованого підвищення націнки, яке сприятиме збільшенню ціни блюда та може призвести до зменшення замовлень на даний вид продукції.

Здійснюючи контроль за ресурсами на основі інформації проаналізованого звіту реалізації власник обов'язково повинен під час прийняття управлінського рішення враховувати ціни на аналогічні блюда у своїх конкурентів і зменшувати націнку у разі потреби.

Унифицированная форма № ОП-12
Утверждена постановлением Госкомстата
России от 25.12 № 132

Организация: _____
Предприятие: _____

Форма по ОКУД
по ОКПО

Вид деятельности
Вид операции

Код
0330512

УТВЕРЖДАЮ

Директор _____

_____ 20__ г.

АКТ РЕАЛИЗАЦИИ

Комиссия установила:

Номер документа	Дата составления
78	18.03.11

№	№ К. К.	Готовое изделие		Реализовано				Примечание	
		наименование	Код	Кол-во	по ценам факт. реализации		по учетным ценам пр-ва		
					Цена	Сумма	Цена		Сумма
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1		Чай «Английский завтрак»	208,4	8,000	13,48	107,80	2,72	21,76	
2		Чай «Альпийский луг»	7620	2,000	14,00	28,00	2,72	5,44	
3		Чай «Земляника со сливками»	7830	1,000	14,00	14,00	2,72	2,72	
4		Чай «Маракеш»	411,1	3,000	14,00	42,00	2,72	8,16	
5		Чай «Напиток Богов»	397,2	6,000	13,65	81,90	2,72	16,32	
6		Чай «Порох Поднебесный»	764,1	3,000	13,53	40,60	2,72	8,16	
7		Чай «Эрл Грей»	209,4	1,000	14,00	14,00	2,72	2,72	
8		И т. д.							
			Итого по группе			1967,10		688,50	

СПРАВКА: Израсходовано на приготовление блюд специй _____ % к обороту на сумму _____

Соли _____ % к обороту на сумму _____

Итого _____

Члены комиссии:

Зав. производством _____
подпись, расшифровка подписи

должность _____ подпись, расшифровка подписи

должность _____ подпись, расшифровка подписи

Выручка кассы _____

Количество и цены реализованных готовых изделий, указанные в настоящем акте, соответствуют кассовый чекам.

Кассир _____ подпись Проверил бухгалтер _____ подпись, расшифровка

Рис. Акт реализации за 18 березня 2011 р.

На нашу думку, система R-Keeper є найбільш оптимальним і сучасним програмним продуктом ведення обліку, яка забезпечить вирішення проблем контролю ресурсів і стане

ефективним способом управління на підприємствах ресторанного бізнесу.

Аналізуючи вищезазначене, можна зробити такі висновки, що новий програмний продукт

– система R-Keerger забезпечить власнику ресторанного бізнесу: підвищення рівня сервісу й обслуговування за рахунок скорочення часу на формування рахунків відвідувачів та передачі інформації по мережах на кухню;

- облік і контроль за використанням сировини на кухні, оскільки здійснюється кількісний і вартісний облік у розрізі всіх найменувань сировини;

- зменшення трудомісткого процесу обліку розрахунку торгової націнки та визначення собівартості реалізованих товарів, оскільки отримання звіту реалізації за день дає повну оперативну інформацію;

- оптимізацію витрат за рахунок зменшення ціни закупівлі у постачальників – виробників основних видів сировини, що сприятиме розвитку ресторанного бізнесу та збільшення прибутку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство: проблемы, перспективы / С. И. Байлик. – К. : ВИРА-Р, «Альтерпрес», 2007. – 208 с.
2. Федосова К. С. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі / К. С. Федосова, Л. М. Тележенко. – О. : ТЕС, 2010. – 264 с.

УДК 339.138:658.11

СУТНІСТЬ І ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ «УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ» ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

І. В. Юрко, кандидат економічних наук; К. М. Краус

Господарювання вітчизняних підприємств в умовах ринкової економіки змінило характер їх діяльності, підвищило рівень нестабільності та невизначеності, відтак, набуває актуальності уміння адаптуватися до мінливої економічної ситуації, що швидко змінюється. Успіх підприємств за таких обставин залежить від уміння пристосуватися до мінливого маркетингового середовища. З огляду на це повинна змінюватися і «управлінська філософія» підприємств.

Сьогодні, коли життєвий цикл товарів і послуг стає все коротшим, діяльність господарюючих суб'єктів має бути більш гнучкою і динамічною. Керівникам підприємств слід швидко освоювати нові методи і техніку управління. Відтак, основою управління в умовах ринку стає маркетинг.

Проблема управління маркетингом підприємств є однією із найбільш неоднозначно трактованих в економічній науці. Питаннями маркетингового управління в різний час зай-

малися такі видатні зарубіжні та вітчизняні науковці як О. М. Азарян, Л. В. Балабанова [9], Б. І. Баркан, А. В. Войчак [10], Т. П. Данько, П. Діксон [8], П. Друкер, Ф. Котлер [7], Д. Макконелл, Б. А. Соловйов, О. О. Шубіна та багато ін.

У працях цих авторів широко розглядаються теоретичні основи управління маркетингом, його особливості на підприємствах різних сфер господарювання та організація ефективного маркетингового управління. Однак досі серед учених не існує єдиного трактування управління маркетингом, методології побудови та функціонування системи управління маркетинговою діяльністю. Тому виникає необхідність порівняльного аналізу поглядів зарубіжних і вітчизняних спеціалістів на сутність управління маркетингом і уточнення відмінностей у поглядах провідних спеціалістів в галузі маркетингу.

Метою статті є подальший розвиток теоретичних положень управління маркетинговою