

І.С. Андрищенко, канд. екон. наук (*ХДУХТ, Харків*)

О.В. Томілов, студ. (*ХДУХТ, Харків*)

МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Одним з основних інструментів системи управління витратами є методи обліку витрат, які характеризують процес їх виникнення і формування й методи калькулювання – процесу формування собівартості. У працях сучасних вчених-економістів, зокрема, розкрито сутність, умови й процедури застосування таких методів обліку витрат і калькулювання собівартості: стандарт-кост, ABC-кост, директ-кост, нормативний, позамовний, абзорпшин-костінг, таргет-костінг, кост-кіллінг, кайзен-костінг. Як свідчить практика господарювання підприємств різних галузей економіки та ресторанного господарства, застосування окремо взятого методу можливе, проте надає не достатньо точну й повну інформацію про собівартість продукції, й формування витрат в цілому. Тому, одним із завдань системи управління витратами є необхідність застосовуючи окремі методичні аспекти поданих вище методів, обирати найбільш прийнятні для підприємств досліджуваної галузі. Поєднання в єдину методологічну систему окремих прийомів існуючих методів дозволило рекомендувати найбільш економічно-обґрунтований метод формування витрат для різних типів підприємств ресторанного господарства (рис. 1). Основними ознаками запропонованого методичного підходу формування витрат операційної діяльності підприємств ресторанного господарства є такі:

1) при формуванні вартості окремих замовлень, використовувати елементи позамовного методу (банкети, виїзний кейтерінг, оформлення свят тощо) поряд з нормативним або існуючим на сьогодні через додавання до вартості сировинного набору відповідної торговельної надбавки;

2) визначати витрати операційної діяльності підприємства в цілому, варто застосовуючи методичні аспекти методу «директ-костінг» із застосуванням елементів методу ABC, який забезпечує чітке віднесення накладних витрат до об'єктів (страва, процес), окрім прямих витрат сировини, які закладені у вартість страв шляхом формування сировинного набору та подальшим додаванням передбаченої норми прибутку. Такий методичний підхід дозволяє

визначати рентабельність страв і «продуктів» на основі маржинального доходу і формувати меню за найбільшою популярністю і доходністю продукції;

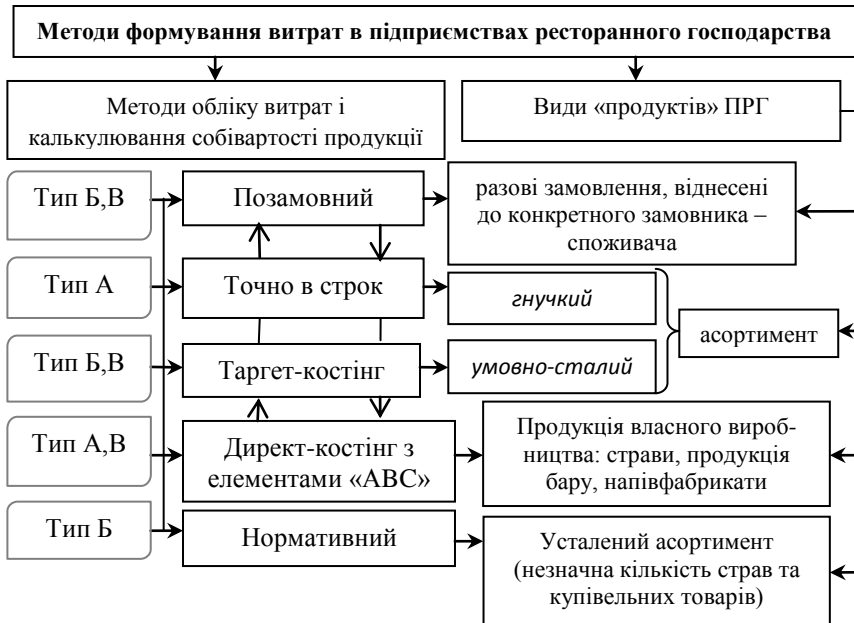


Рисунок 1 - Методи формування витрат операційної діяльності для підприємств ресторанного господарства за їх типами

3) підприємствам, зі сталим асортиментом, які конкурують на ринку, доцільно використовувати також методичні засади таргет-костінгу, коли за основу формування витрат приймається ціна продажу страви. При цьому, розраховуючи таким чином, суму прибутку після продажу, уможливиться точне визначення рентабельності страв меню й відповідно, формування найбільш прибуткового асортименту;

4) при затвердженому сталому асортименті для визначення витрат операційної діяльності, варто використовувати нормативний метод, коли сировинний набір та купівельні товари є також усталеними (заклади швидкого харчування, доставка страв на адреси, піцерії).

Подані рекомендації можуть застосовуватись залежно від специфіки послуг й страв, які подають споживачам відповідні за типом закладу харчування.