

УДК 338.534.339.166.82

ПЛАНУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА МЕХАНІЗМУ ЦІНОУТВОРЕННЯ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

PLANNING PRICE POLICY AND MECHANISM OF PRICING IN THE SPHERE OF RESTAURANT BUSINESS OF UKRAINE

Шепель Т.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, обліку та адміністрування,
Херсонський політехнічний коледж
Одеського національного політехнічного університету

Живець А.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри природничо-наукової підготовки,
Одеський національний політехнічний університет

Shepel Tetiana

Kherson Polytechnic College
Odessa National Polytechnic University

Zhivets Alla

Odessa National Polytechnic University

Активна інтеграція України до сучасних економічних структур вимагає значних трансформаційних процесів. Для успішного розвитку галузі ресторанного господарства державою повинна чітко проводитися ефективна цінова політика, адже це найважливіший механізм, що забезпечує економічний розвиток підприємства. Він суттєво впливає на обсяги господарської діяльності закладу, формує його імідж у споживачів та рівень фінансового стану. Сьогодні в Україні, яка має значний рекреаційний потенціал для розвитку туристичної галузі, формування ресторанного господарства потребує досконалого вивчення. Планування цін на страви та кулінарні вироби в закладах харчування є одним із важливих напрямів діяльності ресторану, що визначає ефективність його функціонування на ринку послуг гостинності, адже для успішного функціонування ресторанного закладу велике значення мають такі невід'ємні складники, як якість страв, меню, місцезаляження закладу, рівень обслуговування, ціна, атмосфера тощо.

Ключові слова: планування цінової політики, цінова політика, ціна, механізм ціноутворення, калькуляційний метод, торгова націнка.

Активная интеграция Украины в современные экономические структуры требует значительных трансформационных процессов. Для успешного развития отрасли ресторанного хозяйства государством должна четко проводиться эффективная ценовая политика, ведь это важнейший механизм, обеспечивающий экономическое развитие предприятия. Она существенно влияет на объемы хозяйственной деятельности торгового предприятия, формирует его имидж у потребителей и уровень финансового состояния. Сегодня в Украине, которая имеет значительный рекреационный потенциал, развитие ресторанного хозяйства требует досконального изучения. Формирование цен на блюда и кулинарные изделия в заведениях питания является одним из важных направлений деятельности ресторана, определяющим эффективность его функционирования на рынке услуг гостеприимства, ведь для успешного функционирования ресторанного заведения большое значение имеют такие неотъемлемые составляющие, как качество блюд, меню, уровень обслуживания, цена, атмосфера, местоположение заведения и т. п.

Ключевые слова: планирование ценовой политики, ценовая политика, цена, механизм ценообразования, ресторанный бизнес, ресторан.

The active integration of Ukraine to modern and economic structures requires significant transformation processes. In order to successfully develop the restaurant industry, the state must clearly implement an effective pricing policy. It is the most important mechanism, which provides many priorities of economic development of the enterprise. It significantly affects the volume of business of a trading company, shapes its image among consumers and the level of financial condition. In addition, the pricing policy of a trading company is a powerful tool for its competition in

the consumer market. In a market economy, the commercial success of any business depends on the right strategy and pricing tactics for goods and services. In recent years in Ukraine, which has a significant recreational potential, the development of the restaurant industry, as a highly profitable sector of the economy and an important means of cultural development of citizens, needs to be thoroughly studied. The formation of food and dining prices in food establishments is one of the important directions of the restaurant management's activity, which determines the effectiveness of its functioning in the hospitality market. The solution of this problem must be carried out comprehensively, taking into account many factors. Today, the restaurant industry is rapidly developing. In order to resist the market and maintain the existing position, it is necessary to look for new ways to improve the financial and economic situation. There is a constant need to find new ways to improve the process of servicing consumers of restaurant enterprises for the successful existence in the market of restaurant services and increase profits. After all, the components of the success of a restaurant are – quality of dishes, menu, level of service, price, atmosphere, location of the institution, etc. It is thanks to the above factors that it is possible to keep the consumer. After all, the guest of the restaurant is the main subject of the formation of the financial condition of the institution. Under these conditions, today the most effective factor is the effectiveness of the functioning of domestic restaurant enterprises competition strategy and pricing policy, which is the most important mechanism that provides many priorities of economic development of the enterprise. Understanding the mechanism of the influence of these factors on the value of the price and observance of the basic principles during the pricing process will allow the restaurants of the restaurant industry to function successfully in a competitive environment.

Key words: price policy planning, price policy, price, pricing mechanism, restaurant business, restaurant.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Вектор ринкової економіки України спрямований на розвиток інфраструктури гостинності та сервісу, складовою частиною якої є ресторанне господарство. За останні роки в країні спостерігається тенденція до розвитку даного виду економічної діяльності, адже вона зумовлена високою інвестиційною привабливістю. В умовах нестабільної економічної ситуації ефективно функціонування підприємств ресторанного господарства залежить від рівня інфляції, стабільності національної грошової одиниці, платоспроможності населення тощо. Одним із визначальних чинників забезпечення успішного функціонування підприємств ресторанного господарства та формування оптимальних результатів їхньої діяльності є належно розроблена цінова політика. Ціноутворення даної сфери має значні відмінності та особливості. Ресторанне господарство займається як виробітком, так і реалізацією готової продукції, тому здійснювати розрахунок собівартості продукції досить складно та відповідально, адже потребує досконалої та кропіткої праці фахівців даної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Вивченню головних аспектів розвитку формування цінової політики у сфері ресторанного бізнесу присвячено праці провідних учених: Є.М. Гелевері, М.Р. Лучко, Й.Я. Даньків, Н.О. П'ятницької, Л.О. Шкварчук, Ю.Г. Тормос, Т.І. Перетятко та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Актуальною проблемою залишається недостатня побудова системи ціноутворення з урахуванням впливу організаційно-технологічних особливостей діяльності підприємств ресторанного господарства, яка б відповідала як

вимогам внутрішнього управління, так і зовнішньому контролю над діяльністю системи закладів ресторанного господарства.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою даної роботи є визначення змісту цінового механізму, а також обґрунтування основних принципів ціноутворення у сфері ресторанного господарства в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У ринковій економіці ціна є центральною ланкою співвідношення попиту і пропозиції, головний об'єкт угоди між покупцем і продавцем. У суспільному житті люди перебувають в океані цінових співвідношень. Усе, що оточує людей, має ціну. Людина сплачує за придбані товари; розраховується згідно з тарифами за комунальні та транспортні послуги; сплачує відсоток за позичений у банку кредит; одержує заробітну плату як ціну своєї робочої сили тощо [1]. Не є винятком і ресторанний бізнес. У цій сфері народного господарства якість обслуговування та надання послуг є невід'ємними складниками ефективності роботи закладу ресторанного господарства, завдяки яким можливо втримати споживача.

Завданням керівництва закладу є дослідження ринку, товарів, конкурентів та вподобань споживачів. Вони займаються розробленням тактики й здійсненням товарної, цінової, збутової політики; стратегії гостинності та надання якісної послуги на ринку. Важливим складником в ефективному веденні ресторанного бізнесу є формування цінової політики, адже за недостатньо правильно сформованої стратегії цінового механізму заклад харчування не зможе досягти намічених цілей.

Важливими складниками цінової політики суб'єктів господарювання є цінова стратегія і тактика. Основою будь-якої цінової політики є певні принципи – постійно діючі основні поло-

ження, на яких вона ґрунтується. Цінова стратегія визначає основні напрями цінового впливу на ринку для досягнення поставленої мети [2]. Вона являє собою одну з функціональних стратегій роздрібно-торговельного підприємства, яка формує систему довгострокових цінових рішень щодо визначення цілей ціноутворення, а також системи заходів і адаптаційних механізмів їх досягнення [3] (табл. 1). Цінова тактика являє собою процес вирішення цінових завдань у короткостроковому періоді, виходячи з конкретної ситуації для даного ринку та можливостей суб'єкта господарювання згідно з вибраною стратегією. У процесі тактичних заходів здійснюється коригування рівня ціни, що значною мірою визначається поточною ринковою ситуацією.

Головною метою закладів харчування є виготовлення фірмових страв і кулінарних виробів [4]. Порядок розроблення і затвердження технологічної документації на такі страви визначені Наказом Міністерства економіки України від 25.08.2000 № 210 «Про порядок розроблення і затвердження технологічної документації на фірмові страви, кулінарні і борошняні кондитерські вироби на підприємствах ресторанного господарства» [5]. Механізм ціноутворення в умовах ринкової економіки реалізується через цінову політику, що являє собою комплекс цінових стратегій і тактичних прийомів щодо ініціативної зміни цін на товари та послуги підприємства.

Сьогодні в Україні діє вітчизняний документ – «Збірник рецептур національних страв і кулінарних виробів», затверджений Наказом МВЕС торгу України № 484 від 06.07.1999 [6]. Він також є нормативним документом і має 15 розділів, де пропонують рецептури страв і кулінарних виробів кухонь народів різних країн.

Рецептури страв і кулінарних виробів у цьому збірнику мають, як правило, один варіант норм закладання [7]. Передбачені норми вкладання масою нетто є обов'язковими і змінюватися не можуть. Також наведено норми взаємозаміни окремих видів сировини сировиною інших кондицій. Визначення ціни реалізації страв здійснюється за нормами закладки брутто. Згідно зі збірником рецептур, заклади харчування визначають:

- норми, що використовуються для виготовлення страв за масою брутто, у грамах;
- відходи під час первинної обробки сировини, у відсотках до норм брутто;
- норми вкладеної сировини за масою нетто (масою напівфабрикату);
- норма закладки в нетто – це вага сировини, яка буде одержана після його механічної кулінарної обробки;
- втрати під час термічної обробки, у відсотках до норм нетто і маси напівфабрикатів;
- норми виходу готових виробів;
- маса продукції у готовій страві;
- маса кожної страви у грамах [8].

Основою будь-якої цінової політики є певні принципи – постійно діючі основні положення, на яких вона ґрунтується, тому цінова політика повинна базуватися на принципах ціноутворення як визначальної її частини.

Відповідно до чинного законодавства України, у закладах харчування складено асортимент та затверджено технологічну документацію на виготовлення страв та напоїв, самостійно встановлюють ціни продажу на продукцію власного виробництва та закупівельні товари

На купівельні товари ціну формують тільки з урахуванням установленної ресторатором націнки. Калькуляція собівартості для них – це основа для визначення середніх витрат вироб-

Таблиця 1

Характеристика принципів ціноутворення

Принцип	Зміст принципу	Цільові пріоритети
Наукова обґрунтованість	Необхідність урахування об'єктивних економічних законів та повноти інформаційного забезпечення. Глибокий аналіз кон'юнктури ринку, ринкових факторів, діючої системи цін	Виявлення тенденцій розвитку і прогноз показників кон'юнктури ринку та чинників, які її визначають
Цільова спрямованість	Визначення економічних і соціальних проблем, для вирішення яких застосовуються ціни	Встановлення цільових пріоритетів та цільової спрямованості цін і вибір підходів до ціноутворення
Безперервність	Аналіз процесу товаропросування, форм реалізації товарів	Визначення підходів до встановлення цін та їх корегування на кожному етапі руху товарів
Єдність процесу ціноутворення та контролю над дотриманням цін	Перевірка вірності використання правил ціноутворення, встановлених законодавством. Здійснення внутрішнього контролю над правильним установленням цін та дотриманням цінової дисципліни	Своєчасне корегування цін. Накладання адміністративних і економічних санкцій за порушення дисципліни цін

ництва та основа для розрахунку ціни. Враховуючи специфіку ресторанного господарства, ціни реалізації виробів у ресторанному господарстві визначаються методом калькуляції. А сам розрахунок цін продажу на продукцію власного виробництва в закладах громадського харчування проводять у калькуляційних картах (рис. 1).

Калькуляція, складена станом на певне число, залишатиметься незмінною доти, доки не зміниться норма закладки або ціна на будь-який зі складників. Якщо все-таки зміни відбуваються, то бухгалтер у тій самій калькуляційній карті у вільних графах повинен скласти нову калькуляцію на цю саму страву [9]. Під час калькулювання ціни реалізації готової продукції значущим є урахування облікових цін на сировину. За чинного порядку овочі, фрукти, м'ясо, риба, яйця, борошно та інші складники, що надходять до ресторану, обліковуються за первісною вартістю або за цінами продажу. Метою діяльності будь-якого закладу харчування є як задоволення потреб споживачів, так і формування основного фінансового джерела розвитку підприємства. При цьому прибуток залежить від множини чинників. Предметом цінової політики виступає не ціна товару в цілому, а лише один з її елементів – націнка. Але її розміри повинні бути економічно обґрунтованими: з одного боку – збагачення, а з іншого – авторитет закладу та задоволення потреб споживачів.

Основним складником, що не залежить від діяльності даного підприємства, є зміна вільних відпускних цін на сировину та товари. Зміна цін впливає на абсолютну величину товарообігу і, відповідно, на відносний рівень витрат виробництва й обігу. Істотно впливає на витрати зміна тарифів на:

- комунальні послуги;
- залізничні, водні й автомобільні перевезення;
- орендні ставки;
- відсоток за кредит;
- митні збори [10].

Продажна вартість продукції визначається на підставі кошторисів та розрахунків з урахуванням передбачених витрат на приготування продукції за її видами. Калькуляція фактичної виробничої та повної собівартості готових страв складається на підставі господарських операцій. Розрахунок собівартості продукції в ресторанному господарстві здійснюється на основі калькуляції витрат, при цьому рівняння собівартості має такий вигляд:

$$C = Z / X, \quad (1)$$

де: С – собівартість одиниці продукції;

Z – сукупні витрати за період;

X – кількість одиниць проведеної продукції.

До виробничої собівартості готової продукції належать:

- вартість продуктів, з яких готується страва;

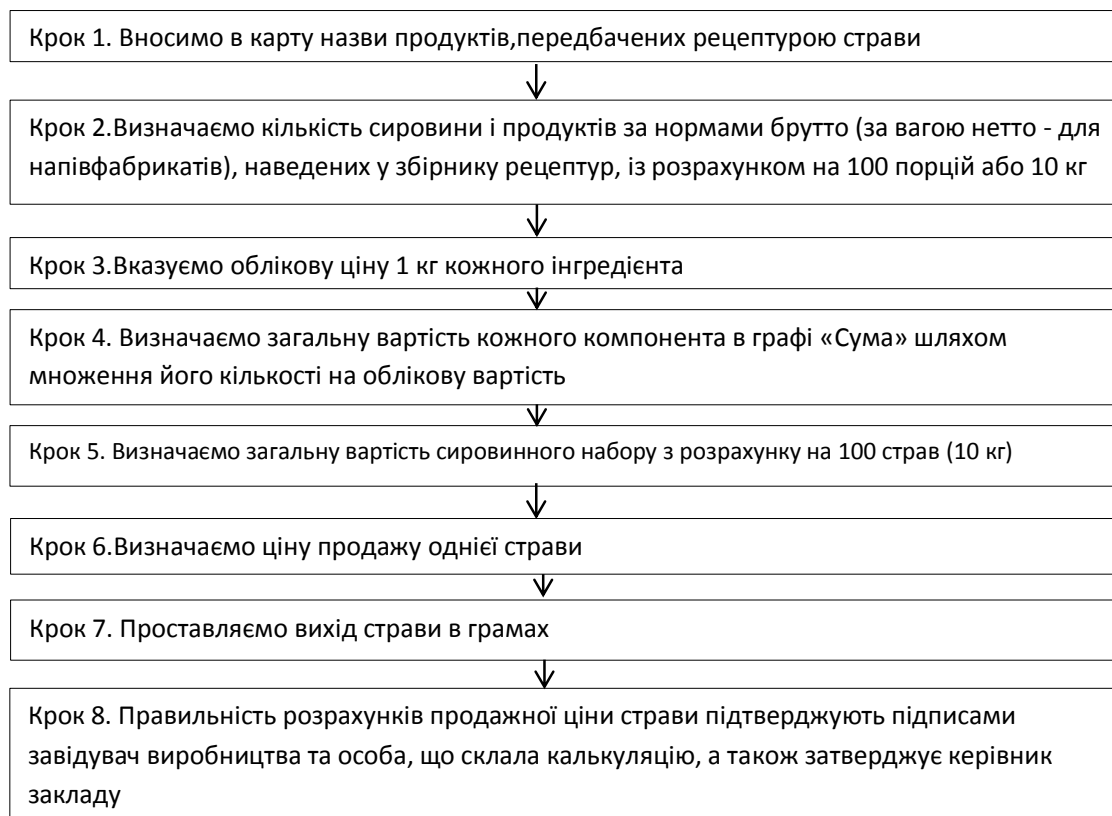


Рис. 1. Порядок заповнення калькуляційної карти

– заробітна плата кухарів, яка нараховується за відрядними розцінками залежно від кількості приготовлених страв;

– обов'язкові відрахування на соціальні заходи від сум такої нарахованої заробітної плати кухарям;

– амортизація обладнання та вартість електроенергії, яка витрачена на приготування страв виходячи зі споживаної кількості, яку визначають на підставі паспорту на електрообладнання, якщо на кожному з них готується окрема страва.

У процесі тактичних заходів здійснюється корегування рівня ціни, що значною мірою визначається поточною ринковою ситуацією, тому цінова політика повинна базуватися на принципах ціноутворення. У кожному підрозділі підприємства громадського харчування створюють бригади матеріально відповідальних осіб, тому об'єктом бухгалтерського обліку є вартість сировини, продуктів і товарів, облік яких здійснюють окремо за кожною матеріально відповідальною особою в натуральних і грошових вимірниках. Торговельна надбавка виступає як ціна торговельної послуги і формується згідно із загальним механізмом ціноутворення. Її розмір повинен не лише покривати обсяг витрат обігу підприємств торгівлі, а й забезпечувати отримання прибутку [11, с. 137].

Документами, які обґрунтовують сформовані та встановлені ціни на товари, що надійшли до підприємств ресторанного господарства, є: рахунки-фактури, накладні, калькуляційні картки, інші супровідні документи, книги надходження товарів, акти останньої інвентаризації, описи-акти уцінки та дооцінки [12].

Саме товарну націнку заклад формує самостійно з урахуванням рівня ціни виробника, умов власної господарської діяльності, кон'юнктури споживчого ринку та інших чинників. Торговельні надбавки складаються з трьох частин: витрат обігу, прибутку торговельного підприємства та

податку на додану вартість, при цьому отриманий аналіз дав змогу отримати відповідне рівняння:

$$H = BO + П + ПДВ, \quad (2)$$

де H – торговельна надбавка, грн.;

BO – витрати обігу торговельного підприємства, грн.;

$П$ – прибуток від реалізації товарів, грн.;

$ПДВ$ – податок на додану вартість, грн.

Поставивши за мету цінової політики досягнення лідерства в якості запропонованих готових страв та послуг, заклад прагне перевершити конкурентів шляхом максимального підвищення якісних характеристик, що надаються. Поліпшення їхньої якості означає і підвищення ціни на них. Якщо таке підвищення розглядається споживачами, то підприємство може з успіхом уникнути конкурентної боротьби. Лідери за якістю пропонованих продуктів установлюють високу ціну на них, але також повинні безперервно вкладати кошти в підтримку свого становища на ринку.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Важливою особливістю механізму формування цін на продукцію підприємств ресторанного господарства є те, що вони суттєво відрізняються від своєї ринкової вартості залежно від підвищення чи зниження попиту, впливу державних важелів ціноутворення тощо. За таких умов нині найбільш впливають на ефективність функціонування вітчизняних підприємств ресторанного господарства стратегія конкуренції та цінова політика, яка є найважливішим механізмом, що забезпечує економічний розвиток підприємства. Розуміння механізму впливу даних чинників на величину ціни та додержання основних принципів під час процесу ціноутворення дадуть змогу підприємствам ресторанного господарства успішно функціонувати в конкурентному середовищі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ціна, її суть та значення у ринковій економіці. Основні фактори, що зумовлюють формування ціни на продукцію підприємства. URL : https://pidruchniki.com/17910211/politekonomiya/tsina_sut_znachennya_rinkoviy_ekonomitsi_osnovni_faktori_obumovlyuyut_formuvannya_tsini_produktsiyu.
2. Лофиченко Н.В. Торговая надбавка в ценовой политике торговой организации. *Вестник ЮУрГУ*. 2008. № 5. С. 54–57.
3. Чорна Л.О. Теоретичні основи розробки стратегії ціноутворення підприємств. *Фондовий ринок*. 2006. № 20. С. 30–36.
4. Артус М.М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2002. 354 с.
5. Про порядок розробки і затвердження технологічної документації на фірмові страви, кулінарні і борошняні кондитерські вироби на підприємствах ресторанного господарства : Наказ Міністерства економіки України від 25.08.2000 № 210. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0705-00>.
6. Шалимінов О. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів, правових, нормативно-правових та інших актів для закладів ресторанного господарства. URL : <https://www.yakaboo.ua/zbirnik-receptur-nacion-strav-ta-kulinar-virobiv.html>.
7. Збірник рецептур національних страв і кулінарних виробів : Наказ МВЕС торгу України № 484 від 06.07.1999. URL : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ME99008.html.

8. Архипов В.В., Іванникова Т.В., Архипова А.В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані : навчальний посібник. Київ : ІЙКОС ; Центр навчальної літератури, 2007. 382 с. URL : <https://tourism-book.com/pbooks/book-83/ua/>.

9. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник ; за ред. проф. Ф.Ф. Бутинця ; 8-е вид., доп. і перероб. Житомир : Рута, 2009. 622 с.

10. Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства : Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України № 219 від 24.07.2002. URL : <https://rada.gov.ua/laws/show/z0680-02>.

11. Артус М.М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2002. 354 с.

12. Ткаченко Е.В. Ценообразование в розничной торговле. *Справочник экономиста*. 2005. № 11(23). С. 11–16.