Вывод

Полученные результаты могут быть использованы при планировании рентабельности на основе тщательного изучения механизма ее образования с учетом объективных возможностей предприятий. Такое планирование в отличие от применяемого в настоящее время по достигнутому за прошлый период уровню должно стимулировать рост рентабельности предприятий общественного питания.

Литература

1. Ленин В.И. Полн.собр.соч.,т.44, с.473. 2. Forsythe G. J. Soc. Ind. Appl. Math, S, 174 (1957).

Н.М. Любина (канд.эконом.наук),
Р.Н. Устинова (канд.эконом. наук)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Известно, что товарооборот является объемным показателем, в целом характеризующим хозяйственную деятельность предприятий и организаций общественного питания. Он тесно связан с розничным товарооборотом страны.

В связи с этим план розничного товарооборота для предприятий общественного питания необходимо утверждать в централизованном порядке. Что же касается оборота по собственной продукции как составной части розничного товарооборота, то он сыграл свою положительную роль в развитии производственно-торговой деятельности предприятий общественного питания, особенно в военные и первые послевоенные годы. На этом этапе темпы роста данного показателя были выше темпов роста оборота по покупным товарам. Однако в последние годы, начиная с 1966 г., темпы роста оборота по собственной продукции замедлились, а оборота по покупным товарам - возросли.

Так, за период 1951-1965 гг. при среднегодовом темпе прироста всего товарооборота 5,2% прирост собственной продукции составил 10,3%, а покупных товаров - 1,8%. В 1975 г. по сравнению с 1965 г. среднегодовой прирост всего товарооборота составил 6,9, в том числе собственной продукции - 8,8%, покупных товаров - 4,1%.

Наряду с замедлением темпов прироста оборота по собственной продукции, изменился и его состав. В обороте по собственной продукции более быстрыми темпами стало расти производство и реализация кондитерских и мучнистых изделий.

Если в 1975 г. в сравнении с 1965 г. оборот по собственной продукции возрос в 2,8 раза при среднегодовом темпе прироста — 10,9%, то производство и реализация кондитерских и мучнистых изделий увеличились в 8,3 раза со среднегодовым темпом прироста 23,6%.*.

Исследование показывает, что даже небольшие предприятия стремятся строить свои кондитерские цехи или приспосабливают для них помещения, предназначенные для других целей, несмотря на имеющиеся возможности получения этих изделий от предприятий пищевой промышленности или крупных предприятий своей системы. При этом следует заметить, что мучнистые и кондитерские изделия реализуются не только через свои предприятия, но и оптом предприятиям розничной торговли. За 1966-1975 гг. значительно возрос удельный вес этих изделий в обороте собственной продукции во всех областях республики: в Гомельской области на 13,4%, Витебской на 12,7, Гродненской на 10,6, в Минске на 10,1% при среднем приросте в целом по республике на 10,8%. Самый высокий удельный вес кондитерских и мучнистых изделий в обороте по собственной продукции в Гродненской области (20,2%) при среднем по системе - 16,3%.

В деятельности предприятий общественного питания все возрастающее значение приобретает торговля мясными полуфабрикатами. При этом мясные полуфабрикаты, производимые предприятиями общественного питания и получаемые от промышленности, в большей степени реализуются населению для домашней доработки и потребления, чем используются для производства блюд и их продажи потребителям через обеденные залы. Так, в 1975 г. удельный вес продажи мясных полуфабрикатов населению через свои предприятия и розничную торговую сеть составил 33,5 против 17,4% в 1965 г., а использование полуфабрикатов на приготовление блюд соответственно 66,5 и 72,6%.

Одной из причин замедления темпов роста и изменения в составе оборота собственной продукции является несовершенство системы ценообразования на продукцию общественного питания.

---

*Статистические данные Министерства торговли БССР за 1965 и 1975 гг.

Элементами розничной цены продукции общественного питания, как известно, являются торговые скидки и наценки, образующие валовой доход. Доля торговой скидки в валовом доходе в среднем составляет 40%. От правильности ее установления зависит эффективность основной деятельности нормально работающих предприятий. Однако в настоящее время торговые скидки в общественном питании покрывают только издержки по реализации и организации потребления произведечной продукции и покупных товаров и лишь частично затраты по производству продукции.

Средний уровень скидки по покупным товарам примерно в 1,5 раза выше в сравнении со скидкой на сырье, из которого готовится собственная продукция. Относительно высокий уровень скидки на покупные товары в сочетании с высокими ценами на них делает выгодным реализацию покупных товаров. С ростом удельного веса собственной продукции в товарообороте на 1% уровень валового дохода повышается примерно на 0,06 - 0,09% к обороту, в то время как уровень издержек производства и обращения увеличивается на 0,12-0,15% к обороту.

Повышение удельного веса собственной продукции в обороте приводит к снижению уровня рентабельности, уменьшению прибыли, что подтверждает практика. Произведенные расчеты по Управлению общественного питания г.Минска* показали, что в 1975 г. прибыль по общественному питанию составила 2247 тыс. руб.; по продукции собственного производства имел место убыток в сумме на 553 тыс.руб., а по покупным товарам получена прибыль в размере 2800 тыс.руб.

Причиной быстрого роста производства и реализации мучнистых и кондитерских изделий является то, что эта продукция прибыльна для предприятий. Налог с оборота на многие кондитерские изделия остается в распоряжении предприятий и в бюджет не вносится, даже в том случае, если изделия продаются оптом розничной торговле. Правы экономисты, утверждая, что определение оборота по собственной продукции в качестве критерия оценки результатов хозяйственной деятельности и отнесение его к утвержденным показателям приводит к нежелательным последствиям.

Во-первых, сдерживается развитие стадийной специализации предприятий общественного питания, межотраслевого и внутри-

*Разложение издержек производства и обращения по составным частям произведено по формулам, рекомендуемым Украинским НИИТОПом.

отраслевого кооперирования, что приводит к нерациональному использованию общественного труда. Как известно, затраты на производство одинаковой продукции на предприятиях питания в 3-4 раза выше, чем на предприятиях промышленности.

Крайне медленное развитие стадийной специализации и кооперирования подтверждается тем, что за годы девятой пятилетки удельный вес предприятий, работающих на мясных, рыбных полуфабрикатах и очищенном картофеле, возрос лишь на 9% (система МТБССР).

Во-вторых, сдерживается удовлетворение населения промышленной продукцией, которая является более высококачественной в связи с применением в промышленности совершенной технологии производства.

В-третьих, изменилось само понятие собственной и покупной продукции. Если ранее к покупным товарам относились те, реализация которых производилась в основном через буфеты и мелкую розницу для потребления вне предприятий общественного питания, то сейчас - это товары, в значительной мере дополняющие продукцию собственного производства. К ним относятся также полуфабрикаты, купленные у промышленности и реализуемые населению без обработки.

Кроме того, в недалеком будущем удельный вес собственной продукции в обороте общественного питания достигнет своего оптимального размера, и необходимость опережающих темпов роста этого показателя по сравнению с ростом общего товарооборота отпадет. Тогда будет нецелесообразно предусматривать этот показатель в числе основных. Однако отмена этого показателя без замены другим приведет к неоправданным масштабам торговой деятельности предприятий питания.

Существуют различные точки зрения на этот счет. Одни экономисты предлагают в качестве критерия оценки результатов хозяйственной деятельности предприятий общественного питания считать структуру товарооборота. Тогда наряду с планированием общего товарооборота следует планировать и оборот по товарным группам (расход продуктов). Планирование расхода продуктов исключит заинтересованность в использовании дорогостоящего сырья (мяса) в ущерб дешевому, но трудоемкому (овощам). В этом случае предприятия не будут заинтересованы, так как сейчас, в выпуске собственной продукции вместо получения аналогичных готовых и полуготовых кулинарных изделий и полуфабрикатов от пищевой промышленности и заготовочных цехов своей отрасли [1].

На наш взгляд, планирование структуры товарооборота необходимо, но без утверждения этого показателя вышестоящими органами, так как планирование структуры товарооборота не исключает возможности предприятий реализовать продукцию населению в необработанном виде (птица, мясо).

Существует предложение отказаться от показателей товарооборота, оборота по собственной продукции и прибыли как основных, оценивающих результаты хозяйственной деятельности, и заменить их одним показателем - "Объем общественного питания". В нем должно отразиться число питающихся, которые определяются делением товарооборота на стоимость разового питания [2]. Очевидно, это несостоятельно, так как стоимость разового питания - показатель примерный и неприемлемый в условиях товарно-денежных отношений.

Многие экономисты предлагают выделить из оборота по продукции собственного производства "обеденную продукцию" в стоимостном выражении и считать этот показатель планируемым и оценочным [3].

Этот показатель более соответствует назначению общественного питания как отрасли народного хозяйства и позволит устранить тот недостаток в развитии общественного питания, который вызван преимущественным ростом выпуска продукции с целью реализации ее населению для домашнего потребления.

Однако, на наш взгляд, назрела необходимость деления оборота общественного питания не в зависимости от того, кем произведена продукция, а как она реализована. Представляется целесообразным разделить оборот предприятий общественного питания на оборот по продаже продукции через обеденные залы и оборот по продаже товаров вне обеденных залов с централизованным утверждением первого на уровне республик.

Совершенствование планирования в общественном питании в перспективе должно идти и по линии улучшения метода планирования, в частности широкого применения нормативного метода, который позволит повысить научную обоснованность плановых показателей.

Отсутствие нормативов для планирования таких показателей, как товарооборот и прибыль, приводит к тому, что основой планирования этих показателей является только фактически достигнутый уровень, а это отрицательно влияет на работу предприятий. В худших условиях оказываются те, которые перевыполняют план, ибо им устанавливают более высокие показате-

ли. В результате для остальных предприятий создаются сравнительно благоприятные условия для выполнения плана.

Необходимость разработки нормативной базы назрела давно. Однако до последнего времени в общественном питании нормативный метод планирования товарооборота и оборота по продукции собственного производства не применялся. Хотя в настоящее время уже имеются нормативы товарооборота на одно место торгового зала, разработанные НИИТОПом.

Нормативы рекомендуется применять: 1) предприятиями – в процессе анализа за предплановый период и при составлении плана-заявки; 2) организациями – в период утверждения плановых показателей для более обоснованного распределения плана между подведомственными предприятиями и установления плана вновь открываемым предприятиям. В последнем случае определяются нормативные размеры товарооборота по каждому подразделению, затем – по каждому балансовому предприятию в целом и, наконец, рассчитывается нормативный оборот по организации в целом.

На этой основе определяется удельный вес оборота каждого балансового предприятия в нормативном обороте организации, а также в нормативном обороте по продукции собственного производства. Исходя из этих удельных весов, распределяют утвержденные для организации планы товарооборота и оборота по продукции собственного производства по предприятиям.

Целесообразно было бы в порядке эксперимента и затем массово осуществить планирование товарооборота по нормативам, тем более что при разработке указанных нормативов НИИТОП произвел анализ закономерностей формирования товарооборота по предприятиям общественного питания БССР.

Вывод

Решение указанных проблем будет способствовать повышению социально-экономической эффективности нашей отрасли в соответствии с основными направлениями развития народного хозяйства СССР в десятой пятилетке.

Литература

1. См.: Басков Л.П. Новое в планировании общественного питания. М., "Экономика", 1970. 2. См.: Мартынов В.Р. Общественное питание. Вопросы управления и организации. М., "Экономика", 1975. 3. См.: Ройзман В.М. План, хозрасчет, стимулы в общественном питании. М., "Экономика", 1975.