**Тема 7. Цінова політика підприємства сфери послуг.**

 **Вибір цінової політики.**

При розробці та реалізації цінової політики підприємства (фірми) виділяють п'ять основних етапів.

1.Постановка цілей ціноутворення.

2.Аналіз витрат.

3. Аналіз попиту.

4.Аналіз цін конкурентів.

5. Вибір методу ціноутворення та встановлення базової ціни.

 **Розробка стратегії ціноутворення.**

Стратегія ціноутворення підприємства - це його довгострокова політика, що включає в себе шість етапів:

1) визначення мети цінової пропозиції (виживання, максимізація поточного прибутку, поточних доходів, обсягу продажів, охоплення ринку або лідерства за ціновими та якісними показниками);

2) оцінка обсягу продажів при кожному можливому рівні цін (чим нееластичний попит, тим більш високу ціну може встановити компанія);

 3) визначення рівня витрат при різних обсягах випуску з урахуванням пропозицій служби маркетингу;

 4) аналіз витрат, ціни і пропозицій конкурентів;

5) вибір одного з методів ціноутворення;

6) встановлення остаточної ціни з урахуванням факторів, що роблять психологічний вплив, впливу інших елементів маркетингу, політики ціноутворення і впливу ціни на інші суб'єкти ринку.

Стратегію ціноутворення підприємства можна схематично представити наступним чином:

***Стратегія ціноутворення = Мета підприємства + Метод встановлення остаточної ціни + Рух остаточної ціни.***

 **Методи встановлення цін на готельні та ресторанні послуги.**

У практиці ціноутворення використовують різноманітні методи визначення вихідної ціни на

товари (роботи, послуги), які можна об’єднати у базові моделі відповідно до факторів, що визначають цінову політику підприємства:

1) модель ціноутворення, що базується на витратах виробництва;

2) модель ціноутворення, що базується на попиті;

3) модель ціноутворення, що базується на конкуренції;

4) модель ціноутворення, що базується на врахуванні різних груп інтересів.

 **Калькулювання собівартості готельної послуги.**

Процес визначення собівартості називають калькулюванням. Калькулювання - основний метод бухгалтерського обліку для підрахунку собівартості послуг, який дає можливість сформувати ціну продукції, управляти господарською діяльністю. Під об'єктами калькулювання собівартості розуміють продукти виробництва певного підприємства, його підрозділів. Тобто об'єктом калькулювання собівартості на підприємствах готельного бізнесу є готельні послуги. Процес калькулювання полягає у визначенні вартості одиниці готельного продукту, а тому повинен включати:

- науково обґрунтоване групування витрат;

- визначення об'єктів обліку витрат, об'єктів калькулювання і калькуляційних одиниць;

- вибір методу розподілу непрямих витрат;

- відокремлення обліку поточних витрат на надання послуг і капітальних вкладень;

- вибір методу обліку витрат та підрахунку собівартості.

На практиці застосовують різні калькуляції:

- планова калькуляція визначається шляхом прямого розрахунку витрат за окремими статтями на основі норм витрат праці, матеріалів, палива, енергії та строгого режиму економії у витратах на управління та обслуговування;

- кошторисна калькуляція має перспективний характер і складається, як правило, на нові види послуг для розрахунку відпускної ціни на готельні послуги;

- нормативні калькуляції відображають рівень норм використання засобів та робочого часу. Вони можуть складатися двома способами: послідовно на послуги без групування витрат за періодами організаційного процесу;

- звітна калькуляція - це розрахунок фактичної собівартості одиниці окремих видів послуг основних та допоміжних підрозділів готелю за калькуляційними статтями витрат.

Для готелю об'єкт калькулювання - це вид робіт, послуг або вид діяльності, які потребують визначення пов'язаних з їх наданням (виконанням) витрат. Вибір об'єктів калькулювання повинен здійснюватись з огляду на облікові ознаки та бути пов'язаним з групуванням витрат в аналітичному обліку. Крім того, з метою надання керівництву необхідної інформації для прийняття управлінських рішень, вибір об'єктів калькулювання повинен забезпечувати належний контроль за використанням ресурсів та величиною прямих затрат, накладних затрат, за обґрунтованим розподілом загальновиробничих витрат на об'єкти калькуляції, за порівнянням складових планової і фактичної собівартості.

Залежно від технології та характеру послуг (продукції) об'єктами калькулювання можуть бути: продукти чи комплекси продуктів повної чи часткової готовності (за процесами, стадіями, фазами); вироби або напівфабрикати, групи однорідних виробів, серії виробів чи індивідуальні одиничні вироби, будівельні об'єкти, закінчені етапи будівництва; види робіт і послуг. Форма, за якою здійснюється калькуляція, є довільною і визначається підприємством з урахуванням специфіки та галузі діяльності.

В економічній літературі описано велику кількість методів підрахунку собівартості. Згідно з нормативним забезпеченням право обрання методу калькулювання надається готелю на власний розсуд. А відсутність методології обліку у готелях ускладнює цей процес на практиці та знижує важливість (достовірність) показника собівартості.

 **Мета та методи оптимізації виробничої програми підприємства**

 ****

 **Формування виробничої програми, її особливості в готельно-ресторанному бізнесі.**

Виробнича програма підприємств харчування - це план випуску продукції власного виробництва. Механізми обгрунтування цієї програми для підприємств харчування сфери туристичного бізнесу потребують врахування пріоритетних напрямів розвитку туризму, виявлення взаємозв'язку туристичних потоків і виробничих потужностей підприємств харчування, оцінки кон'юнктури ринку послуг підприємств харчування туристів, рівня завантаження наявних виробничих потужностей цих підприємств і можливостей підвищення ефективності їхнього використання. Особлива увага повинна приділятися підвищенню пропускної спроможності залів для приймання їжі, застосуванню прогресивних методів обслуговування туристів.

Обґрунтування виробничої програми і товарообороту підприємства харчування носить цільовий характер. Воно повинне орієнтуватися на показники індикативних планів розвитку різних видів туризму і враховувати економічний, соціальний та демографічний стан суспільства.

Розробка виробничої програми і планування товарообороту конкретного підприємства охоплює такі етапи:

1) аналіз ситуації на основі моніторингу туристичної діяльності регіону і країни в цілому;

2) визначення цілей виробничої діяльності;

3) вивчення попиту на послуги підприємства;

4) багатоваріантність розрахунків планового випуску продукції харчування;

5) планування реалізації продукції;

6) контроль діяльності за допомогою теорії "директ-костинг";

7) розробка заходів забезпечення виконання виробничої програми.

Центром вибору цілей діяльності підприємства виступає підвищення прибутку на вкладений капітал при поліпшенні якості обслуговування споживачів і розширенні частки ринку. Вихідними даними для планових розрахунків виступають передбачувані зміни контингенту туристів, які обслуговуються підприємством.