**Сущность и функции предприятия общественного питания**

Переход к рыночной экономике, появление разнообразных организационно-правовых форм предприятий, вовлечение в коммерцию значительной части населения страны обусловили потребность в новых подходах к обоснованию эко­номических процессов, протекающих на предприятиях, в том числе на предприятиях торговли и общественного питания.

***Предприятие***— самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный предпринимателем в порядке, установленном зако­нодательством, для осуществления определенных видов дея­тельности в целях удовлетворения общественных потребно­стей в продукции, работах, услугах и реализации интересов собственника имущества предприятия, предпринимателя и членов трудового коллектива.

С правовой точки зрения предприятие следует рассматри­вать как юридическое лицо. Юридические лица, действующие в экономическом пространстве страны в рамках предпринима­тельской деятельности, представлены двумя категориями ор­ганизаций — коммерческими и некоммерческими.

***Коммерческие организации***создаются исключительно в ин­тересах осуществления предпринимательской деятельности. Поэтому основной целью их деятельности становится извлече­ние прибыли, обеспечение приращения объема своего имуще­ства.

***Некоммерческие организации***в отличие от коммерческих создаются для достижения определенных целей, устанавливае­мых в их уставах, например удовлетворения материальных, ду­ховных и иных нематериальных общественных потребностей социального, благотворительного характера, которое не со­провождается необходимостью получения прибыли. Однако это не означает, что некоммерческие организации не имеют права заниматься предпринимательской деятельностью, она лишь ограничивается рамками достижения уставных целей.

**Предпринимательская среда**

Без предпринимателей рынок не возникнет. Предпринимателю свойственны изыскание ре­сурсов, необходимых для осуществления предприниматель­ской деятельности, использование их наиболее целесообраз­ным образом с целью извлечения дохода в результате удовле­творения чьих-либо потребностей.

Предприятия торговли и общественного питания осущест­вляют свою деятельность в форме коммерческого предприни­мательства. В процессе коммерческой деятельности предпри­ятия торговли и общественного питания, а также физические лица, занимающиеся предпринимательством, изучают спрос населения и рынок сбыта товаров, определяют потребность в них, выявляют источники поступления товаров, сырья и полу­фабрикатов, устанавливают хозяйственные связи с поставщиками, ведут оптовую и розничную торговлю, занимаются рек­ламно-информационной деятельностью.

Предприятие функционирует в определенной предприни­мательской среде, которая оказывает влияние на всю его дея­тельность.

Под *предпринимательской средой*следует понимать сложив­шуюся в стране социально-экономическую, политическую, гражданско-правовую ситуацию, обеспечивающую экономи­ческую свободу дееспособным гражданам для занятия предпринимательской деятельностью, направленной на удовлетво­рение потребностей всех субъектов рыночной экономики.

Предпринимательская среда формируется на основе разви­тия производительных сил, совершенствования производст­венных (экономических) отношений, создания благоприятно­го общественного и государственного климата, формирования рынка и других важнейших условий и может быть внешней и внутренней (рис. 1.1).

Внешняя предпринимательская среда представляет слож­ную систему внешнего регулирования предпринимательской деятельности и носит для индивидуальных предпринимателей и юридических лиц объективный характер, поскольку они не могут непосредственно изменить ее.

Внутренняя предпринимательская среда носит в значи­тельной мере субъективный характер, так как она напрямую зависит от самого предпринимателя, его компетентности, си­лы воли, целеустремленности, уровня притязаний, умений и навыков в организации и ведении бизнеса.

**Функции предприятия**

Экономическая сущность предпри­ятий торговли и общественного питания обусловлена выпол­няемыми ими функциями, которые условно можно разделить на две группы: общие функции, присущие предприятиям всех сфер хозяйственного комплекса, и специфические функции, которые отличают их от предприятий других отраслей.

К *общим функциям*относятся такие функции, как коммер­ческая, т.е. функция получения прибыли в результате пред­принимательской деятельности; производственная, заключа­ющаяся в производстве товаров и оказании услуг потребите­лям; кадровая, осуществляемая путем найма и увольнения работников, планирования потребности в рабочей силе, фор­мирования трудовых коллективов; функция финансов и учета, означающая накопление доходов от основных видов деятель­ности, образование и использование денежных фондов пред­приятия.

Предприятия общественного питания выполняют три спе­цифические функции:

- производство пищи для восстановления затраченной челове­ком энергии;

-организацию потребления готовой пищи;

-реализацию готовых блюд и полуфабрикатов населению.

**Типы и методы прогнозирования и планирования на предприятии**

Любая экономическая организация в своей дея­тельности неизбежно сталкивается с неопределенностью. Пред­приятия не обладают всеми данными; они не в состоянии пред­угадать все изменения, которые могут произойти в рыночной среде. Планирование — это основной инструмент преодоления неопределенности.

***Планирование***— способ осуществления действий, основан­ных на сознательных, волевых решениях субъектов рыночных отношений. Задача планирования на предприятиях общест­венного питания и торговли как важного звена отраслевого управления состоит в учете требований экономических зако­нов рынка, особенностей и закономерностей развития отрас­ли, достижений научно-технического прогресса, а также в по­вышении эффективности хозяйственной деятельности и ка­чества работы, снижении издержек потребления и росте производительности труда.

В экономике рыночного типа распространено планирова­ние на уровне предприятия, которое носит, как правило, инди­кативный, ориентирующий характер. Основой для разработки планов предприятия должна служить оценка намечаемых дей­ствий с учетом существующих экономических и производст­венных условий и имеющихся в распоряжении хозяйствующе­го субъекта ресурсов, а также характера рынка, который, как предполагается, будет преобладающим в течение срока дейст­вия плана. Важными факторами, которые следует учитывать при разработке планов, являются уровень конкуренции, ха­рактер отрасли, в которой действует хозяйствующий субъект, и масштаб самого предприятия. Так, большинство предприятий общественного питания не располагают возможности роста и расширения сферы своей деятельности, поэтому : целью повышения конкурентоспособности при планирова­ли основное внимание должно уделяться вопросам повыше­на качества работы предприятия. Не следует также недооце­нивать общий уровень экономического развития и стадию эко­номического цикла в стране, поскольку они накладывают серьезные ограничения на перспективы развития некоторых видов деятельности.

Возможности планирования предприятия общественного питания ограничены рядом объективных и субъ­ективных причин. Наиболее важные из них: неопределенность рыночной среды, издержки планирования, масштабы деятель­ности предприятия, специфика российского рынка.

***Неопределенность рыночной среды*** преодолевается с по­мощью двух основных способов адаптации к внешней рыноч­ной среде:

* предприятие использует внутренний потенциал для контроля рыночной ситуации (в первую очередь для контроля спроса);
* предприятие совершенствует свое сотрудничество с другими участниками хозяйственной деятельности, что снижает затра­ты ресурсов и дает благоприятные результаты за более корот­кийпериод.

***Издержки, затрачиваемые на организацию и осуществление планирования****,*определяют предел планирования. Минималь­ным результатом планирования является недопущение грубых ошибок в жизнедеятельности предприятия, т.е. обеспечение выживания. Дополнительные затраты на планирование должны обеспечить развитие организации.

***Масштабы деятельности предприятия*** ограничивают (или, наоборот, расширяют) возможности планирования. Преиму­щества в осуществлении планирования — у крупных предпри­ятий, так как они:

* имеют большие финансовые возможности;
* располагают высококвалифицированным персоналом и в состоянии привлекать специалистов со стороны.

Небольшим экономическим организациям сложнее проводить широкомасштабную плановую работу, однако они могут использовать некоторые формы планирования, особенно оперативного; применять известные модели стратегий и стремиться к определению собственных стратегий по мере роста организаций.

**Принципы планирования**определяют характер и содержат плановой деятельности в экономической организации.

Один из «отцов» современного менеджмента А. Файоль отмечал: «Управлять — это предвидеть, а предвидеть — это уже почти действовать». Файоль определил четыре основных принципа планирования:

- ***принцип единства***(холизма) — системный характер планирования деятельности экономической организации. Элементам планирования в организации являются ее отдельные подразделения и отдельные части процесса планирования. Планирование деятельности подразделения организации будет эффективным, если оно не связано с плановой деятельностью отдельных единиц данного уровня;

- ***принцип непрерывности*** *—*постоянный процесс планирования на предприятии в рамках установленного цикла;

-***принцип гибкости***(взаимосвязан с принципом непрерывности) — придание планам и процессу планирования способности менять свою направленность в связи с возникновением не предвиденных обстоятельств;

-***принцип* *точности*** *—*конкретизация и детализация в той степе­ни, в какой позволяют внешние и внутренние условия деятельности фирмы.

**Основные типы планирования на предприятиях общественного питания**

В организации осуществ­ляется по таким признакам, как степень неопределенности в планировании, временная ориентация идей планирования, горизонт планирования

В зависимости от степени неопределенности внешней среды системы планирования организации можно разделить на два типа.

*Детермированные системы*планирования используются в организациях, которые действуют в полностью предсказуемой среде и не имеют недостатка в информации.

*Вероятностные (стохастические)* системы планирования предполагают недостаток определенности во внешней среде м нехватку информации и соответственно не дают полной предсказуемости результатов.

Типы планирования различают также в зависимости от то­го, ориентированы ли основные идеи планирования в про­шлое, настоящее или будущее:

- *реактивное планирование (возврат к прошлому).*Основной ме­тод реактивного планирования — генетический подход, т.е. проблема исследуется с точки зрения ее возникновения и прошлого развития. Реактивное планирование опирается на предшествующий опыт и осуществляется «снизу вверх». Пер­воначально выявляются нужды нижних подразделений, кото­рые оформляются в планах этих подразделений. Разработан­ные проекты планов передаются руководству следующего уровня, которое вносит коррективы с учетом своей деятель­ности и передает на следующий уровень, и т.д. — до оконча­тельного выбора и подготовки свободного проекта;

**- *инактивное планирование (инертность)***характеризуется ориен­тацией на существующее положение, не предусматривает ни возвращения к прежнему положению, ни продвижения впе­ред. Этот тип планирования воспринимает наличные условия как достаточно хорошие (по крайней мере как приемлемые);

**- *преактивное планирование (упреждение)***ориентировано в основ­ном на непрерывные изменения в перспективе, причем его цель не минимизация усилий, а поиск оптимальных решений. Из не­скольких вариантов развития выбирается тот, который пред­ставляется экономически оптимальным. Планирование осуще­ствляется «сверху вниз»: на высших уровнях прогнозируются внешние условия, формулируются цели и стратегии, затем оп­ределяются цели нижних уровней и программы их действий.

***Горизонт планирования.***

В зависимости оттого, какой гори­зонт (период) времени охватывают планы, составленные орга­низацией, выделяют планирование:

-*долгосрочное—*обычно охватывает периоды времени от 10до25лет;

- *среднесрочное*— конкретизирует ориентиры, определенные дол­госрочным планом (до 3 лет);

- *краткосрочное*— планы на 1—2 года, включающие в себя кон­кретные способы использования ресурсов организации, необ­ходимых для достижения целей, определенных при средне- и долгосрочном планировании.

**Специализация производства в общественном питании**

***Специализация —***форма общественной органи­зации производства, обусловленная разделением труда и изме­нением отраслевой структуры на уровне отраслей народного хозяйства.

Специализация является одним из основных направлений совершенствования работы предприятий общественного пи­тания и торговли. Она способствует облегчению труда работ­ников и росту его производительности, более эффективному использованию материально-технической базы предприятия, оказывает положительное влияние на качество обслуживания покупателей.

Общественное питание в классификации отраслей хо­зяйственного комплекса относится к сфере материального про­изводства, а по организации производства предприятия обще­ственного питания сходны с предприятиями пищевой промыш­ленности. Однако в отличие от них предприятия общественного питания вырабатывают продукцию, которая не подлежит дли­тельному хранению. По характеру реализации продукции пред­приятия общественного питания отличаются и от предприятий розничной торговли, поскольку не только реализуют продук­цию, но и организуют ее потребление, а также предоставляют населению услуги, не свойственные торговле. Соответственно формы специализации в торговле и общественном питании су­щественно различаются.

**В общественном питании специализация осуществляется, как правило, в двух формах:**

**- предметная** — обособление производства однородной или ог­раниченного ассортимента готовой продукции. Эта форма специализации характерна как для отрасли в целом, так и для отдельных предприятий. Предприятия общественного пита­ния специализируются по ассортименту вырабатываемых блюд: пельменные, пирожковые, блинные, шашлычные, рес­тораны национальных кухонь и др.;

**-стадийная** (технологическая) — обособление отдельных стадий или операций производственного процесса и превращение их в самостоятельные производства. Технологическая специали­зация в общественном питании проявляется в разделении про­цессов изготовления блюд и выделении на специализирован­ных заготовочных предприятиях и кулинарных фабриках це­хов по производству полуфабрикатов и кулинарных изделий.

**Показатели уровня специализации**

Уровень специализации предприятий общественного питания и торговли характеризу­ется несколькими показателями.

В общественном питании определяются:

- удельный вес специализированного производства *УСП,*%, в об­щем объеме произведенной продукции:

**усп=***Вс/ Во\* 100*,

где *Вс —*объем выработанной специализированным производ­ством продукции, руб.; *В0*— общий объем произведенной про­дукции данного вида, руб.;

- удельный вес специализированных предприятий и цехов Усц, %, которые выпускают данную продукцию (например, полуфаб­рикаты), в общем числе производственных единиц, занятых выпуском этой продукции; рассчитывается по формуле, ана­логичной приведенной выше;

- удельный вес основной (профильной) продукции Упр, %, в об­щем объеме вырабатываемой в отрасли продукции*В0:*

Упр*= ВЩ/В0*х100,

где *Впр*— объем производства основной (профильной) продук­ции, руб.

**Кооперирование производства**

**Кооперирование**— это постоянная производст­венная связь между предприятиями, которая устанавливается на основе совместного выпуска продукции.

Различают кооперирование по отраслевому и террито­риальному признакам.

По *отраслевому признаку*кооперирование бывает внутри­отраслевое, когда производственная связь осуществляется меж­ду предприятиями одной отрасли, и межотраслевое, когда про­изводственная связь устанавливается между предприятиями различных отраслей.

По *территориальному признаку*кооперирование бывает внутрирайонное, когда производственные связи установлены между предприятиями в пределах одного экономического или административного района, и межрайонное — между предпри­ятиями, расположенными в разных экономических или адми­нистративных районах.

Процессы специализации и кооперирования производства неразрывно связаны. При этом выделяют:

о кооперирование, органически связанное со специализацией и охватывающее специализированные производства, представ­ляющие собой обособившиеся стадии единого процесса про­изводства продукции; кооперирование, вытекающее из необ­ходимости использования свободных производственных мощ­ностей, выступающее как форма взаимопомощи предприятий, не находящихся в прямой взаимозависимости, и носящее вре­менный характер.

В общественном питании процесс кооперирования осуществляется главным образом в форме технологического кооперирования вследствие технологической специализации. При этом одно предприятие связано с другим как предпри­ятие-смежник, поставляющее на головное предприятие про­дукцию определенной степени готовности. Например, коопе­рирование осуществляется между кулинарными фабриками и мясокомбинатами, колбасными заводами, мясоперерабаты­вающими заводами и другими предприятиями, получающими с мясокомбинатов шпик, кишки и проч.

В современных условиях наиболее подготовленной базой для производства многих видов полуфабрикатов является пи­щевая промышленность. Привлечению предприятий пищевой промышленности к обеспечению потребностей общественно­го питания в полуфабрикатах и кулинарной продукции пре­пятствует неравномерность географического расположения предприятий этой отрасли. Известно, что при разработке пла­на размещения предприятий пищевой промышленности руко­водствовались принципами:

о приближения промышленного производства к источникам сырья, энергии и районам потребления продукции;

о размещения предприятий во всех экономических районах с уче­том их комплексного развития и профиля специализации, про­порционального промышленного развития всех районов страны.

Поэтому размещение большинства предприятий пищевой промышленности не совпадает с расселением населения, в то время как предприятия общественного питания размещены равномерно, и их структура, как правило, в значительной сте­пени соответствует численности населения территории.

Уровень кооперирования определяется отношением коли­чества сырья или полуфабрикатов, поставляемых на коопери­рованных началах, к общему объему переработанного сырья.

Кооперирование осуществляется также на основе совмест­ного использования несколькими предприятиями продукции одних и тех же вспомогательных производств. Так, производ­ственная связь между предприятиями устанавливается по ис­пользованию горячей воды, пара, холода, электрической энер­гии, тары и проч., т.е. кооперируются предприятия, которые не имеют прямой производственной связи. Эта форма производ­ственной связи между предприятиями относится к*межотрас­левому кооперированию*и характерна для торговли.

Экономическая эффективность кооперирования характе­ризуется теми же показателями, которые используются при обосновании специализации производства, и достигается в ос­новном за счет экономии капитальных вложений и затрат на переработку сырья. Вместе с тем кооперирование объективно связано с дополнительными транспортными расходами на пе­ревозку сырья, полуфабрикатов, материалов, тары. Поэтому при обосновании эффективности кооперирования учитывают совокупные приведенные затраты.

**Концентрация производства**

**Концентрация**— сосредоточение все большей массы мате­риальных, трудовых и финансовых ресурсов, объемов продаж товаров и массы прибыли на крупных предприятиях и объеди­нениях предприятий.

В общественном питании при характеристике мас­штабов предприятий, анализе и планировании концентрации производства используются натуральные показатели (числен­ность работающих, выпуск продукции в натуральном выраже­нии, производственная мощность предприятия) и стоимост­ные показатели (выпуск продукции, руб., среднегодовая стои­мость основных производственных фондов). В большинстве отраслей при анализе уровня концентрации используется не один из перечисленных показателей, а система показателей.

Особенности концентрации производства в общественном питании обусловлены тем, что производство продукции обще­ственного питания непосредственно зависит от спроса на нее. Поскольку масштабы предприятия определяются прежде всего уровнем потребления продукции, производимой ими, а пред­приятия общепита максимально приближены к потребителю по месту работы, учебы, проживания, то, как правило, не воз­никает необходимости в их укрупнении. Наоборот, в условиях рыночной экономики предпочтение отдается малым предпри­ятиям, ориентированным на определенный круг клиентов и максимально учитывающим их потребности.

**Вопросы и задания:**

1. В чем суть такой формы общественной организации производства, как специализация?

2. Какие виды специализации производства характерны для предпри­ятий общественного питания?

3. Каковы отличительные черты видов производственной специализа­ции в общественном питании и розничной торговле? Чем обусловли­вается их различие?