

де $t = [x - M(x)]\sigma$ – нормоване відхилення випадкової величини.

За запропонованими моделями можна спрогнозувати оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств споживчої кооперації Полтавського регіону.

Отже, можемо зробити висновок: використання запропонованої економіко-математичної моделі формалізації ефективності впровадження процесного менеджменту на торговельних підприємствах споживчої кооперації Полтавського регіону дає можливість визначити основні складові процесного менеджменту, що впливають на ефективність діяльності.

УДК[338.45:640.43]:657

Семенюк Л.В.

аспірант

Львівського національного університету імені І. Франка, м. Львів

УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА, ЩО РОЗТАШОВАНІ НА АВТОШЛЯХАХ УКРАЇНИ

У статті діагностовано основні проблеми стратегічного управління доходами закладів ресторанного господарства, що розташовані на автошляхах України. Розкрито сутність та методику вибору стратегії управління доходами підприємствами ресторанного типу, що є одним із найважливіших елементів досягнення стратегічних цілей компанії. Обґрунтовано налаштування обліково-аналітичного забезпечення управління доходами підприємств даного типу. Запропоновано формування моделі руху обліково-аналітичної інформації про доходи мереж закладів ресторанного господарства. Проведено багатоаспектний комплексний аналіз діяльності підприємств ресторанного типу, що провадять свою діяльність на автошляхах України. Обґрунтовано важливість використання системного підходу до характеристики аналізованої проблеми. До запропонованих факторів подано алгоритми та формули їх визначення, доведено необхідність їх опрацювання та результативність застосування. Доведено потребу використання певних аналітичних показників, що забезпечить оптимальну структуру доходів мереж закладів ресторанного господарства та дасть змогу оцінити рівень приросту бізнесу до попередніх періодів та забезпечить ефективну структуру меню підприємства-ресторану. Доведено вплив від проведення змін в управлінні доходами на результативність діяльності підприємства та ведення ресторанного бізнесу.

. Ключові слова: управління доходами закладу ресторанного господарства трасового типу, обліково-аналітичне забезпечення управління доходами ресторанного господарства мережі, класифікація доходів від реалізації продукції для закладів ресторанного господарства, стратегія аналізу доходу.

Semeniuk L. REVENUE MANAGEMENT INSTITUTIONS RESTAURANTS, LOCATED ON THE HIGHWAY UKRAINE

Article diagnosed basic problems of strategic revenue management institutions restaurants located on highways Ukraine. The essence of the method and strategy selection Revenue Management pidpryyestvamy restaurant type, which is one of the most important elements to achieve strategic objectives. Grounded setting accounting and analytical software revenue management enterprises of its kind. A model of the formation of traffic accounting and analytical information on the income chain of restaurants. A multidimensional complex analysis of restaurant type businesses that conduct their activities on the roads of Ukraine. Substantiated the importance of a systematic approach to the characterization of the problem. By the proposed algorithms of factors and formulas they determine the necessity of elaboration and application performance. Specified on the priority strategic revenue management in conditions of unstable economic environment for managers and business owners. The influence of changes in the management of income on performance of the company and keeping the restaurant business.

Keywords: Revenue Management Institution restaurants highway type, accounting and analytical support revenue management restaurant management network classification of revenues from sales to institutions restaurant business strategy analysis of income.

Сьогоднішній розвиток ринкової економіки України, яка напряму залежна від різного роду політичних факторів, що характеризуються в останнє десятиліття нестабільністю, потребує від управлінців та власників бізнесу раціонального, обґрунтованого підходу до планування своєї діяльності. Одним із

ключових факторів досягнення успіху на ринку є реалізація такого елементу стратегії розвитку підприємства, як стратегія управління доходами, яка повинна давати змогу підприємству генерувати розмір доходу, що покриватиме поточні витрати,

Список використаних джерел

1. Кирилишен Я. В. *Модельювання процесів менеджменту в інформаційних системах: дис. кандидата екон. наук: 08.00.11 / Кирилишен Я. В. – Донецьк, 2007. – 154с.*
2. Player R. Steven. *Activity – based management: Arthur Andersen's lessons from the ABM battlefield / R. Steven Player, D. Keys. – 2nd. ed. – N.Y.: Wiley, 1999. – 288 p.*

References

1. Kyrylyshen Y. (2007), *Modeling of management information systems, Ph.D. Thesis, Economics, Donetsk, Ukraine*
2. Player R. Steven. (1999), *Activity - based management: Arthur Andersen's lessons from the ABM battlefield, D. Keys. - 2nd. ed. - N.Y., Wiley, 288 p.*

отримати очікуваний розмір прибутку та забезпечити розширене відтворення бізнесу.

Ключовою проблемою, з якою стикаються компанії при управлінні доходами, є налаштування такого обліково-аналітичного забезпечення управління доходами, яке б відповідало стратегії розвитку компанії, було достатньо гнучким в умовах зміни стратегії розвитку усього бізнесу чи окремих його напрямків, надавало можливість контролю за формуванням доходів та було економічно обґрунтованим з точки зору вкладення інвестицій у побудову такого обліково-аналітичного забезпечення.

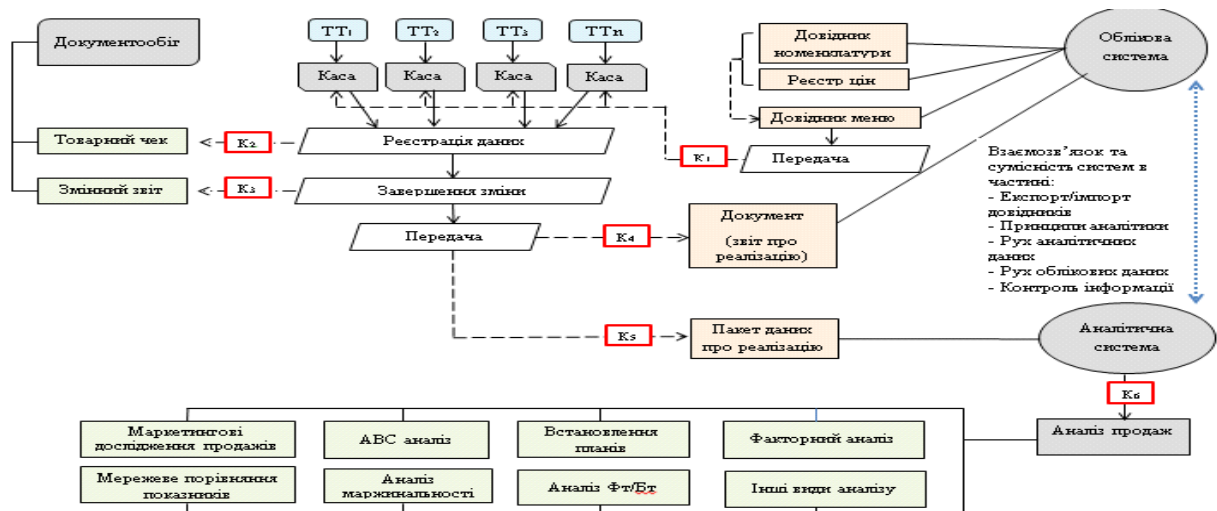
Управління доходами у різних розрізах досліджувалось такими вченими та науковцями як Шершньова З.Є. [10], Шевчук В.Р. [8], Оборська С.В. [10], Амбросій О.І. [2], Шермет А.Д. [9], Бубняк І.М. [3], Чумаченко М.Г. [7], Костирко Р.О. [4] та багатьма іншими. Проблема нездатності сучасної методики аналізу забезпечувати систему управління необхідними даними піднімалася в роботах Чумаченко М. [7] і Мниха Є.В. [6]. Автори вказують на необхідність зближення аналізу і прийняття управлінських рішень. Запропонована вітчизняними та зарубіжними вченими (Шермет А.Д. [9], Чумаченко М. [7], Костирко Р.О. [4] та ін.) методика аналізу доходу включає аналіз динаміки і структури доходу за видами діяльності, за видами продукції і напрямками збуту. Джерелами інформації для проведення такого аналізу є фінансова звітність та дані аналітичного обліку.

Ефективне стратегічне управління доходами ресторанного господарства потребує впровадження сучасної обліково-аналітичної системи, що дасть змогу отримувати необхідну інформацію достатнього ступеня деталізації на кожному рівні управління. Для успішного управління доходами підприємства та забезпечення достатньої гнучкості в умовах

ринкового середовища важливим є: формування моделі руху обліково-аналітичної інформації про доходи мереж закладів ресторанного господарства; синхронізація облікових та аналітичних систем та процесів, що відбуваються у них; деталізація класифікації доходів; визначення контрольних точок на шляху руху інформації про доходи з метою максимальної достовірності та оперативності даних.

Важливим елементом у реалізації стратегії управління доходами є розробка та налагодження обліково-аналітичного забезпечення управління доходами підприємства. Дана ланка для мереж закладів ресторанного господарства потребує глибшого дослідження, в частині: класифікації доходів, вибору облікових та аналітичних систем, шляхів руху інформації та контролю за нею, показників, що характеризуватимуть діяльність мережі, вибір місця розташування закладу, що забезпечить максимізацію доходу, виходячи із певних параметрів.

Обліково-аналітичне забезпечення управління доходами - це сукупність принципів, методів, процедур формування та відображення доходів підприємства, систематизації, аналізу інформації про доходи, визначення факторів впливу на нього, з метою формування найефективнішої структури доходів підприємства, надання йому конкурентних переваг на ринку та виконання стратегічних планів. При побудові обліково-аналітичної моделі управління доходами необхідно змоделювати шляхи руху інформації, методи її передачі, зберігання, опрацювання, контрольні точки на шляху руху інформації, аналіз даних, внесення змін у фактори, що впливають на формування доходів та інші складові моделі. Налагодження руху обліково-аналітичної інформації про доходи мережі закладів ресторанного господарства подано на рис. 1.



ТТ1-ТТn – це торгові точки мережі;
К1-К6 – це контрольні точки на шляху руху інформації.

Рис. 1. Налагодження руху обліково-аналітичної інформації про доходи мережі закладів ресторанного господарства

Примітка: розроблено автором на основі аналізу діяльності підприємств, що працюють у даній сфері

Обліково-аналітичне забезпечення управління доходами мереж закладів ресторанного господарства включає такі основні складові:

1. Облікові системи: вибір облікових систем; підлаштування під потреби закладів ресторанного господарства; синхронізація облікових систем між собою, з касовими апаратами);
2. Документообіг: принципи документообігу; перелік необхідних документів на кожному етапі руху інформації, їх реквізити, відповідальні);
3. Аналітичні системи: вибір аналітичних систем; налаштування ключових параметрів та показників; синхронізація із обліковими, касовими та іншими системами;
4. Принципи та методи прогнозування доходів;
5. Аналіз продаж у різних розрізах;
6. Система контролю на кожному етапі руху інформації;
7. Управління ризиками, що можуть мати вплив на підприємство.

При налаштуванні обліково-аналітичного забезпечення одним із перших параметрів, який необхідно визначити, є система класифікації доходів для потреб фінансового, управлінського та стратегічного обліку.

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про доходи підприємства та її розкриття у фінансовій звітності регламентується П(С)БО 15 «Дохід» [1].

З точки зору управлінського та стратегічного обліку, а також аналізу, деталізація доходу згідно

П(С)БО 15 не дає достатньої інформації для прийняття рішень по управлінню доходами, товарними групами, рівнем націнки у сфері закладів ресторанного господарства.

Амбросій О.І., аналізуючи доходи готельного господарства та фактори, що впливають на їх розмір, пропонує виділити такі групи доходів (виручки) закладів ресторанного господарства:

- від реалізації продукції власного виробництва;
- від реалізації покупних товарів;
- від додаткових платних послуг [2].

Ми пропонуємо значно розширити деталізацію доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) для закладів ресторанного господарства (рис. 2), що дасть змогу оцінити частку доходів кожної групи у загальних доходах закладу/закладів ресторанного господарства від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), оцінити маржинальність даних груп, отримати широкую аналітику при подальших порівняннях, визначити рівень доходів кожного формату закладів, класифікувати доходи за місцем розміщення закладів ресторанного господарства та виокремити внутрішньо групові доходи при оцінці бізнесу загалом. Так, наприклад, мережеві заклади ресторанного господарства використовують як класифікацію доходів для одиничних ресторанів, так і більш ширшу класифікацію, що повинна надавати інформацію про розвиток бізнесу загалом або окремих його елементів (формати закладів, місяця розташування і т.д.).

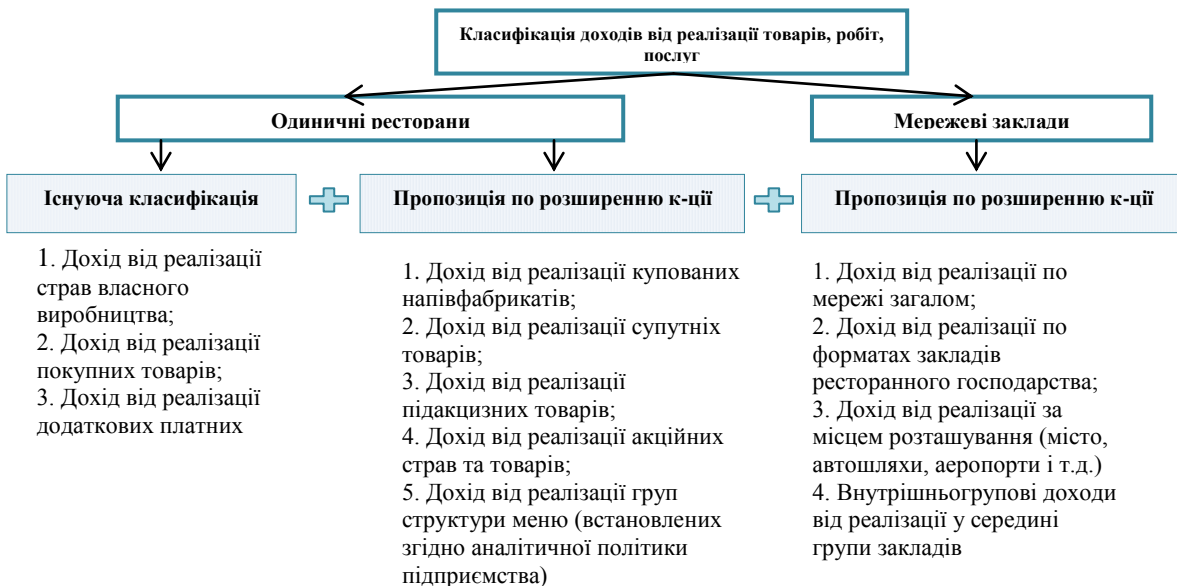


Рис. 2. Класифікація доходів від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) для закладів ресторанного господарства

На сьогоднішній день, в науковій літературі практично відсутня систематизована інформація про стратегічні контрольні процедури, що забезпечать повноту інформації про доходи мережі закладів ресторанного господарства, використовуючи при цьому значно менше часу на здійснення процедур

перевірки інформації. При цьому, потрібно враховувати той фактор, що для мереж закладів, де надзвичайно великі масиви даних щоденно рухаються між системами, частина звичайних методів та процедур втрачають своє значення, так як потребують значної кількості часу на їх виконання. Тому, окрім

звичних методів та процедур, що застосовуються перевіряючими органами, ми пропонуємо виділити 5 стратегічних контрольних точок, що повинні лягти у обліково-аналітичну систему управління доходами.

На рисунку 1 точка К1 відображає контроль передачі даних на касовий апарат. Для мереж закладів доцільно запроваджувати контроль внесення змін на касові апарати. Автоматизація такого контролю передбачає наявність реєстру «Оновлення меню на касі», де міститься повна інформація про зміни, що відбулися на касових апаратах: час внесення змін, які зміни відбулися та тривалість змін, успішне завершення або помилки при їх здійсненні. Таким чином, у випадку розпорядження про зміни ціни на продукцію у мережі закладів, керівники до певного часу повинні оновити меню на касовому апараті. У випадку відсутності у реєстрі інформації про оновлення ціни та продаж продукції по старих цінах, компанія може відшкодувати собі збитки нанесені несвоєчасною заміною ціни. Наявність такої контрольної точки, оптимізує час на пошук товарів, проданих по старих цінах, забезпечує наявність на касових апаратах позицій нової продукції та відсутність виведених позицій продукції, а також унеможлиблює зловживання шляхом внесення не погоджених змін на касові апарати.

При запровадженні такої системи роботи, необхідно обов'язково оцінити можливість програмного забезпечення працювати коректно при одночасному експорті/імпорту даних з/на каси великою кількістю торгових точок одночасно. При неспроможності системи працювати коректно в таких умовах, необхідно накласти технічне обмеження на кількість одночасних експортів/імпортів інформації.

Окрім цього, важливо, щоб керівники торгових точок на місцях не мали доступу до редагування довідників та реєстрів – їхня задача полягає лише у експорті/імпорту даних.

Точка К2 (рис. 1) відображає контроль за доходами через товарний чек. Це непрямий метод контролю. Наприклад, споживач котрий не отримав товарний чек, може залишити скаргу, що стане сигналом до перевірки можливості зловживань на торговій точці мережі. Даний тип контролю є, по суті, безкоштовним, проте може сигналізувати про проблеми.

Точки К3 та К4 (рис. 1) відображають контроль за доходами через перевірку фактично завантаженої реалізації у облікову систему із даними змінних звітів. Наявність відхилення може свідчити про технічний збій при завантаженні даних, про некомпетентність касирів при закритті зміни або про фінансові зловживання.

Ще одним методом контролю є проведення раптових інвентаризацій каси та інгредієнтів, заготовок, страв та товарів, що є в наявності на торговій точці. Для мереж закладів ресторанного господарства проведення такої інвентаризації зазвичай відбувається без зупинки закладу. У облікову систему завантажується реалізація на певний час, всі подальші рухи страв та товарів фіксуються ревізорами. Наявність нестач може свідчити про: приготування страв з порушенням кількостей

використаних інгредієнтів, що вказані у калькуляціях, крадіжками персоналу, продажем продукції поза касовим апаратом, помилок у обліковій системі при розкалькулюванні страв, некоректні відсотки бруто та нетто по вазі інгредієнтів. Наявність надлишків може свідчити про: приготування страв з порушенням кількостей використаних інгредієнтів, що вказані у калькуляціях, продажем поза касовим апаратом продукції, що готується із принесених у заклад інгредієнтів, приготування страв з порушенням кількостей використаних інгредієнтів, що вказані у калькуляціях, некоректні відсотки бруто та нетто по вазі інгредієнтів.

Точка К5 (рис. 1) відображає контроль за доходами через аналітичні системи. При великій кількості торгових точок мережі, постійне відслідковування можливих технічних збоїв, змінних звітів та інших контрольних точок з метою виявлення зловживань, стає достатньо трудомістким. У такому випадку, доцільно запроваджувати перехресну перевірку, зокрема одним із методів, що використовується на практиці є завантаження інформації про доходи у аналітичну систему напряму із касових апаратів, оминаючи облікову систему. Таким чином, перевіривши реалізацію обох систем, можна виявити втрату інформації про доходи на торгових точках мережі.

Точка К6 на рисунку 1 відображає контроль за доходами, за допомогою їх аналізу, з метою виявлення причинно-наслідкових зв'язків у процесі отримання доходів.

Аналіз доходу підприємства на сьогоднішній день є одним із ключових інструментів на шляху до реалізації стратегії. Аналіз доходу повинен базуватися на основних принципах та показниках, що лягли в основу стратегії підприємства та надавати вичерпну інформацію про усі причинно-наслідкові фактори формування доходів.

Стратегія аналізу доходу передбачає:

- створення інформаційної бази для прийняття управлінських рішень;
- проведення аналізу обсягу та складу оптимальних доходів, чинників, які визначають їх розмір та рівень, ступеня достатності отримання доходів для забезпечення самофінансування розвитку підприємства;
- формування політики отримання доходів та вибір інструментів та важелів їх реалізації;
- розробку прогнозу можливих варіантів отримання доходів за видами діяльності та їх експертизу щодо можливості реалізації;
- формування оптимального варіанту плану доходів підприємства [5].

Для визначення оптимального рівня доходу, його збалансованості, достатності для покриття затрат та отримання очікуваного рівня прибутку, відповідності його стратегічним планам компанії, необхідності коригування даних планів, у зв'язку із зміною ринкових умов, а також для оцінки рівня резерву підняття доходів, необхідно вирішити такі завдання:

- визначення тенденцій зміни розміру доходу у розрізі видів доходу, напрямків бізнесу, груп товарів;

- визначення впливу на розмір доходу цінового фактору в розрізі видів доходу, напрямків бізнесу, груп товарів;

- визначення рівня доходу, що дасть змогу отримувати очікуваний рівень прибутку, враховуючи покриття змінних та постійних витрат;

- визначення рівня прибутковості, яку забезпечує поточний рівень доходу;

- розрахунок втрат доходів, що були спричинені нетиповими факторами в роботі підприємства, філій, окремих закладів;

- визначення впливу фактору сезонності, дня тижня на доходи;

- визначення товарів у кожній групі, що є якірними та формують основу доходу компанії;

- оцінка резервів доходу по групах доходу, групах товарів, напрямках бізнесу.

Система показників-індикаторів, які використовуються для аналізу доходу підприємства, залежить від сфери бізнесу, виду бізнесу та інших особливостей. Розглянемо систему показників, яку ми пропонуємо використовувати для цілей закладів ресторанного господарства мережевого типу, що розташовані на автошляхах. Окремі з даних показників можуть застосовуватися також для аналізу доходу по інших типах закладів ресторанного господарства.

1. Індекс росту/спаду доходів у порівнянні до аналогічного періоду попереднього року

$$I_{income} = \frac{R_{t2}}{R_{t1}},$$

де R_{t1} - дохід мережі ресторанів за період $t1$;

R_{t2} - дохід мережі ресторанів за період $t2$;

t_1 - період часу (місяць, кілька місяців або повний рік), що передує розрахунковому року;

t_2 - період часу (місяць, кілька місяців або повний рік) розрахункового року;

При цьому, обраний проміжок часу – місяць, кілька місяців або рік – повинен бути аналогічний для обох періодів.

Даний індекс відобразить коефіцієнт росту/спаду доходу розрахункового року у порівнянні до аналогічного періоду попереднього року. Основна цінність даного показника - відобразити загальну тенденцію зростання/спаду доходів бізнесу.

Проте, при застосуванні даного показника для мереж закладів ресторанного господарства, необхідно враховувати ще ряд факторів, які будуть мати безпосередній вплив на даний індекс:

- зростання/скорочення чисельності закладів ресторанного господарства, що входять у одну мережу;

- термін розкрутки закладу ресторанного господарства після його відкриття.

Для того, щоб уникнути впливу даних факторів та визначити індекс росту/спаду доходів мережі, ми пропонуємо застосовувати наступну формулу:

$$I_{incomeLFL} = \frac{R_{t2} - R_{nt2} - R_{ot2} - R_{ct2}}{R_{t1} - R_{nt1} - R_{ct1} - R_{ot1}}, \quad (2)$$

де R_{t1} - дохід мережі ресторанів за період $t1$;

R_{nt1} - дохід закладів ресторанного господарства за період $t1$, що входять в мережу та відкрилися протягом періоду $t1$;

R_{ot1} - дохід закладів ресторанного господарства за період $t1$, що входять в мережу та по яких станом на початок періоду $t1$ не минув термін розкрутки торгової точки;

R_{ct1} - дохід закладів ресторанного господарства за період $t1$, що входять в мережу та були закриті у будь-який час, що попадає в діапазон між початком $t1$ та завершенням $t2$;

R_{t2} - дохід мережі ресторанів за період $t2$;

R_{nt2} - дохід закладів ресторанного господарства за період $t2$, що входять в мережу та відкрилися у будь-який час, що попадає в діапазон між початком $t1$ та завершенням $t2$;

R_{ot2} - дохід закладів ресторанного господарства за період $t2$, що входять в мережу та по яких станом на початок періоду $t1$ не минув термін розкрутки торгової точки;

(1) R_{ct2} - дохід закладів ресторанного господарства за період $t2$, що входять в мережу та були закриті у будь-який час, що попадає в діапазон між початком $t1$ та завершенням $t2$.

Лише застосування вказаних виключень із доходу дасть змогу побачити фактичний ріст/спад доходу мережі у порівнянні до аналогічного періоду попереднього року, без штучного завищення/зниження показника за рахунок кількості закладів чи термінів їх розкрутки.

2. Відсоток виконання бюджетного/планованого рівня доходів

Даний показник відображає, наскільки фактичні доходи у відсотковому значенні відповідають бюджетованим/планованим доходам. Його можна застосовувати як для розрахунку фактичного виконання доходів по бізнесу загалом, так і для розрахунку фактичного виконання доходів по точках, які відкриті станом на дату початку розрахункового періоду.

$$I_{fb} = \frac{R_t}{R_{bt}} * 100, \quad (3)$$

де R_t - дохід мережі ресторанів за період t розрахункового року;

R_{bt} - бюджетований/планований дохід за період t розрахункового року.

3. Показник кількості позицій в чеку

Даний показник застосовується з метою оцінки кількості страв та товарів, що купуються, в середньому, на кожній торгівій точці мережі одним

клієнтом. Даний показник часто застосовується у системі мотивації персоналу, так як збільшення кількості позицій в чеку відображає ефективність роботи персоналу у здійсненні додаткових продаж.

$$Q_{pc} = \frac{Q_{pt}}{Q_{ct}},$$

де Q_{pt} - кількість страв та товарів, що були продані із застосування касового апарату за період t ;

Q_{ct} - кількість чеків пробитих на касі за період t .

4. Співвідношення чеків нафтопродуктів до чеків закладів ресторанного господарства, розташованих на автошляхах України

При розташуванні закладів ресторанного господарства на автозаправних комплексах (АЗК), даний показник є одним із ключових, що відображає кількість клієнтів АЗК, які є клієнтами закладів ресторанного господарства. Він також показує, яка кількість клієнтів є потенційними та не користуються послугами закладів ресторанного господарства. Різний розмір даного показника для закладів ресторанного господарства може стати індикативом, на основі якого компанія розпочинає проведення маркетингових досліджень.

$$I_{pr} = \frac{Q_{crt}}{Q_{cpt}} * 100,$$

де Q_{crt} - кількість чеків закладу ресторанного господарства за період t ;

Q_{cpt} - кількість чеків нафтопродуктів на автозаправному комплексі за період t .

5. Індекс сезонності продажів

Сезонні коливання - це більш чи менш сталі внутрішньорічні коливання в ряді динаміки, що обумовлені специфічними умовами виробництва і споживання товару чи послуг. Для організації виробництва і реалізації продукції сезонних виробництв надзвичайно важливо вивчити тенденцію сезонних коливань, що склалися, і розробити прогноз на найближчу перспективу, головним чином, на наступний рік [23]. У науковій літературі наведена така формула розрахунку індексу сезонності:

$$I_c = \frac{\bar{Y}_i}{\bar{Y}} * 100,$$

де \bar{Y}_i - середній місячний або кварталний рівень показника (кількість чеків, кількість одиниць проданої продукції) за кількість років n .

\bar{Y} - загальне середнє значення показника (кількість чеків, кількість одиниць проданої продукції).

При розрахунку даного показника для мереж закладів ресторанного господарства, необхідно враховувати, що на рівень доходів впливає також ріст цін на продукцію, тому індекс сезонності найкраще

розраховувати по кількості чеків закладів ресторанного господарства. Також часто даний показник застосовується з метою прогнозування рівня продажу певної групи страв для забезпечення необхідної кількості інгредієнтів (наприклад, річкової форелі у зимовий період та ін.).

6. ABC аналіз

Даний аналіз широко застосовується у практиці ведення ресторанного бізнесу та проводиться з метою визначення оптимальної структури меню закладу ресторанного господарства. Найчастіше, основними параметрами ABC аналізу виступають: продаж страви у штуках, об'єм продажу та маржинальний прибуток страви. Проаналізувавши кожну страву їй присвоюють відповідну групу А - найбільш прибуткова страв (за рахунок кількості або за рахунок високої маржинальності), група В - страви, що забезпечують середній рівень маржинальності та С - страви, що характеризуються низьким рівнем продажу або мають високу собівартість.

З проведеного дослідження можна зробити висновки, що стратегічне управління доходами, в умовах, нестійкого економічного середовища, набуває важливого значення для управлінців та власників бізнесу та потребує запровадження нових, сучасних практик. Для успішної реалізації стратегії управління доходами мереж закладів ресторанного господарства, підприємства повинні будувати ефективну обліково-аналітичну модель, що передбачає вибір облікових та аналітичних систем, налагодження взаємозв'язку між бухгалтерським, управлінським та стратегічним обліком, поглиблення деталізації доходів, встановлення контрольних точок на шляху руху інформації по усій мережі, затвердження аналітичних процедур, використання аналітичних показників, що забезпечить оптимальну структуру доходів мереж закладів ресторанного господарства, дасть змогу оцінити рівень приросту бізнесу до попередніх періодів та забезпечить ефективну структуру меню підприємства.

Впровадження ефективної обліково-аналітичної моделі управління доходами, що відповідає стратегії розвитку компанії та забезпечує достатню гнучкість в умовах ринкового середовища, є запорукою досягнення запланованих компанією показників ефективності та забезпечення розширеного відтворення бізнесу.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку № 15 "Дохід": наказ Міністерства фінансів України від 29.11.1999 р. №87. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>.
2. Амбросій О.І. Класифікація доходів готельного господарства та фактори, що впливають на їх розмір/ Оксана Іванівна Амбросій// Науковий вісник ЧТЕІ КНТЕУ - 2010. - №1. - С.195-200.
3. Буньяк І.М.: Фінансовий менеджмент / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://bookdn.com/book_359.html.
4. Костирко Р.О. Фінансовий аналіз: навч. посібник/ Р.О. Костирко. - Х.: Фактор, 2007. - 784 с.

5. Марцин В. С. Економіка торгівлі: Підручник / В. С. Марцин. — К.: Знання, 2006. — 402 с. [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://pidruchniki.ws/13731120/ekonomika/analiz_dohodiv_pidpriyemstva.

6. Мних С. Сучасний економічний аналіз: питання методології та організації / С. Мних // Бухгалтерський облік і аудит. — 2006. — №1. — С. 55–61.

7. Чумаченко М. Проблеми розвитку економічного аналізу діяльності підприємства / М. Чумаченко // Наукові записки. — Тернопіль, 2006. — № 16. — С. 87–93.

8. Шевчук В.Р. Стратегічний управлінський облік : Навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / В. Шевчук ; за ред. О.М. Ковалюка. — К.: Алерта, 2009. — 176с.

9. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / А.Д. Шеремет. — М.: ИНФРА - М, 2006. — 415 с. [Электронный ресурс]: Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/econ/econ053.htm>.

10. Шериньова З.Є. Стратегічне управління: Навч. Посібник / З.Є. Шериньова, С.В. Оборська. — К.: КНЕУ, 1999. — 384с.

References

1. Ministerstvo finansiv Ukrainy (1999), Pro zatverdzhennia Polozhennia (standartu) bukhhalters'koho obliku № 15 "Dokhid", available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99> (29 November 1999 r.)

2. Ambrosij O. I. (2010), Klasyfikatsiia dokhodiv hotel'noho hospodarstva ta faktory, scho vplyvaiut' na ikh rozmir, Naukovyj visnyk, vol.1, pp.195-200.

3. Bubniak I.M. (2007), Finansovyj menedzhment [Online], available at: http://bookdn.com/book_359.html.

4. Kostyrko R.O. (2007), Finansovyj analiz, Faktor, Ukraina, 784 p.

5. Martsyn B. C. (2006), Ekonomika torhivli, [Online], available at: http://pidruchniki.ws/13731120/ekonomika/analiz_dohodiv_pidpriyemstva.

6. Mnykh Ye. (2006), Suchasnyj ekonomichnyj analiz: pytannia metodolohii ta orhanizatsii, Bukhhalters'kyj oblik i audyt. vol. 1, pp. 55–61.7.

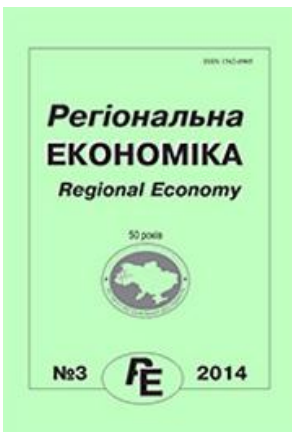
7. Chumachenko M. (2006), Problemy rozvytku ekonomichnoho analizu diial'nosti pidpriyemstva, Naukovi zapysky, vol. 16, pp. 87–93.

8. Shevchuk V.R. (2009), Stratehichnyj upravlins'kyj oblik, Alerta, Ukraina, 176p.

9. Sheremet A. D. (2006), Kompleksny janalyz khoziajstvennoj deiatel'nosti, YNFRA, [Online], available at: <http://www.alleng.ru/d/econ/econ053.htm>.

10. Shershn'ova Z.Ye., Obors'ka S. V. (1999), Stratehichne upravlinnia, KNEU, Ukraina, 384p.

Науково-практичний журнал «РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА»



Науково-практичний журнал «Регіональна економіка» – це фахове науково-практичне видання, у якому висвітлюються такі теоретичні та прикладні питання: формування і реалізація державної регіональної політики в Україні, проблеми соціально-економічного життя регіонів, їх територіального розвитку, природокористування та екологічної безпеки, соціальної політики, транскордонного співробітництва, розвитку сільських територій, інвестиційно-інноваційної політики, фінансів і банківської справи.

Журнал «Регіональна економіка» включений до Переліку наукових фахових видань України (Постанова Президії ВАК України від 16.12.2009 р. №1-05/06).

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази **Index Copernicus**, Польща – з 2012 року.

Сайт журналу: www.re.gov.ua