# ТЕМА 4

**ОСНОВНІ ФОНДИ ГОТЕЛЬНИХ І РЕСТОРАНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

1. **Економічна сутність основних фондів готельного підприємства.**
2. **Показники оцінки руху та стану основних фондів готельного підприємства.**

**3. Нематеріальні активи.**

**4. Основні фонди ресторанного господарства.**

**1. Економічна сутність основних фондів готельного підприємства**

**Основні фонди готелів** являють собою засоби праці, які беруть участь не в одному обороті, а багаторазово використовуються в виробничо-експлуатаційному процесі, не змінюючи при цьому свою натурально-речову форму, переносять вартість на послуги частинами в міру зносу і відшкодовують її по мірі реалізації послуг.

**До основних фондів** відносяться засоби праці, термін служби яких становить понад один рік і мають вартість вище 100 мінімальних розмірів оплати праці. Основні фонди готелів становлять основу їх матеріально-технічної бази. Не належать до основних фондів спеціальне обладнання, спецодяг та взуття незалежно від їх вартості і строків служби.

Основні фонди класифікуються за різними ознаками.

**Відповідно до ролі у виробничо-експлуатаційному процесі** основні фонди поділяють на **виробничі** та **невиробничі**.

**До виробничих основних фондів** відносяться засоби праці, які або беруть участь у виробничо-експлуатаційному процесі, або сприяють його здійсненню (будівлі готелів, обладнання). Виробничі основні фонди створюють матеріальні умови для надання готельних послуг.

**До невиробничих основних фондів** належать фонди, які служать для задоволення побутових і соціально-культурних потреб працівників.

Залежно від **функціонального призначення** застосовується типова класифікація об'єктів основних фондів:

– будівлі;

– споруди;

– передавальні пристрої;

– машини і обладнання; транспорті засоби;

– житло;

– інструмент;

– виробничий і господарський інвентар;

– інші.

**Будинки й споруди** займають найбільшу питому вагу в складі основних фондів готельного підприємства. Будинки підрозділяються на **основні** (готелі в комплексі та окремо розташовані спальні корпуси, ресторани, спортивні комплекси та ін.) та **допоміжні** (котельні, пральні, склади, гаражі, овочесховища і ін.).

**До споруд** в готельних господарствах відносяться водопідіймальні станції, артезіанські свердловини прісної та мінеральної води, басейни, включаючи їх фундамент, обігрівальні пристрої та арматура, фонтани, каналізаційні споруди та інші комунальні споруди, спортивні майданчики, тенісні корти, атракціони, паркові доріжки, човнові станції, скульптури, заасфальтовані двори і тротуари, дороги з усіма допоміжними прибудовами і дорожніми знаками, огорожі та ін.

**До передавальних пристроїв** належать трансмісії, електромережі, передавачі теплової енергії, телефонні мережі, радіо, мережі зовнішнього освітлення території, трубопроводи для опалення, водопостачання, каналізації, готельних та інших корпусів.

**До машин і обладнання** відносять силові робочі машини і обладнання до них, трансформатори, розподільні щити, генератори, парові котли, електродвигуни, обладнання комунального господарства, пралень, телефонного зв'язку, пожежне обладнання, засоби зв'язку, обчислювальної техніки і оргтехніки та ін.

**Житла** – це будівлі, призначені для тимчасового проживання (щитові будиночки), які використовуються в літній період.

**До транспортних засобів** відносять засоби пересування, призначені для переміщення людей і вантажів.

До основних фондів готелів належать також меблі, інвентар, в тому числі пилососи, натирачі, миття підлоги, кондиціонери, предмети господарського і культурного призначення (килими, телевізори, холодильники, спортінвентар, піаніно, відеомагнітофони, картини), а також багаторічні насадження всіх видів, жива природа і ін.

**Залежно від конкретної ролі в процесі надання послуг** основні фонди готелів поділяються на **активні** і **пасивні**.

**До активної частини** належать житлові кімнати з меблями та іншими предметами господарського і культурного призначення, машини, обладнання, інструмент.

**До пасивної частини** передавальні пристрої, деякі види споруд, готельні корпуси, засоби комунікації.

**За ступенем використання** основні фонди поділяють на такі, що знаходяться:

– в експлуатації;

– в запасі (резерві);

– в стадії добудови, дообладнання, реконструкції та часткової ліквідації;

– на консервації.

Залежно від **прав на об'єкти основних фондів** їх поділяють:

– на ті, що належать готелю на правах власності (в тому числі здані в оренду або передані в безоплатне користування);

– знаходяться біля готелю в оперативному управлінні або господарському віданні;

– отримані готелем в оренду.

**За формою власності** основні фонди поділяють на державні та приватні.

Співвідношення вартості окремих груп основних фондів в їх загальній вартості, виражене у відсотках, називається **структурою основних фондів**. Розрізняють **виробничу, технологічну** та **іншу структуру основних фондів**.

**Виробнича структура** визначається співвідношенням активної і пасивної частин основних фондів в їх загальній величині.

**Технологічна структура** являє собою співвідношення окремих видів основних фондів в їх загальній вартості.

Особливість основних фондів полягає в тому, що вони багаторазово беруть участь у виробничому процесі та в процесі експлуатації знецінюються і фізично зношуються. Розрізняють **два види зносу**: **фізичний** і **моральний**.

**Фізичний знос основних фондів** – це поступова втрата ними споживчої вартості в результаті їх використання в процесі праці і під впливом природних сил природи. На фізичний знос будівель і (або) споруд впливає ряд факторів, пов'язаних з їх технічною експлуатацією та обслуговуванням. До них відносяться вартість будівельно-монтажних робіт і матеріалів, які використовуються під час ремонту будівель, період перебування будівлі в експлуатації, якість і своєчасність поточного і капітального ремонту, правила експлуатації об'єкта та ін.

**Моральний знос основних фондів** означає старіння і зниження продуктивності окремих елементів основних фондів під впливом технічного прогресу. З'являються готельні комплекси, що перевершують колишні по техніко-економічними характеристиками (потужності, надійності, економічності, комфортності) і роблять подальшу експлуатацію застарілих фондів недоцільною задовго до їх фізичного зносу.

2. Показники оцінки руху та стану основних фондів готельного підприємства

Основні фонди готельного господарства обліковуються і плануються в натуральних і вартісних показниках.

Вартісна оцінка основних фондів передбачає їх розрахунок:

– повної початкової вартості;

– повної відновної вартості;

– залишкової вартості.

Повна початкова вартість основних фондів відображає фактичні витрати на придбання, доставку та монтаж, включаючи послуги сторонніх організацій (постачальника, посередника, підрядної та інших організацій), пов'язані з придбанням основних фондів; митні платежі; витрати зі страхування при перевезенні; відсотки за кредит; навантажувально-розвантажувальні роботи; податки; інші витрати організації, безпосередньо пов'язані з придбанням об'єкта основних засобів. Повна початкова вартість залишається незмінною протягом терміну служби основних засобів, за винятком випадку розширення, модернізації та реконструкції об'єктів за рахунок капітальних вкладень, при яких витрати додаються до первісної вартості, і переоцінки.

Повна відновлена вартість основних фондів – це витрати на відновлення в сучасних умовах їх точної копни з використанням аналогічних матеріалів та збереженням всіх експлуатаційних параметрів. Повна відновлена вартість визначається витратами на відтворення нових основних фондів. Вона визначається при їх переоцінці як вартість відтворення об'єктів основних фондів в сучасних умовах.

Залишкова вартість основних фондів – це різниця між первісною вартістю і сумою їх зносу.

Функціонування основних фондів обмежена терміном їх служби, які визначає терміни вибуття і відтворення кожного виду основних фондів. Відтворення основних фондів здійснюється у формі капітальних вкладень і оцінюється показниками руху (коефіцієнт оновлення, коефіцієнт вибуття, коефіцієнт приросту за певний період) і стану (коефіцієнт зносу, коефіцієнт придатності).

1. Показники руху:

**Коефіцієнт оновлення основних фондів (Кон)** дорівнює:

Кон=ОФн/ОФк,

де ОФн – вартість основних фондів, що надійшли;

ОФк – вартість основних фондів на кінець звітного періоду.

Коефіцієнт оновлення показує питому вагу нових основних фондів, що надійшли протягом року в загальній їх кількості. При зіставленні з коефіцієнтом вибуття він характеризує темпи збільшення основних фондів.

**Коефіцієнт вибуття основних фондів (Квиб)** розраховується за формулою:

Квиб.=ОФв/ОФп,

де ОФв – вартість основних фондів, які вибули;

ОФп – вартість основних фондів на початок звітного періоду.

Коефіцієнт вибуття показує, яка частка основних фондів, що були до початку звітного періоду, вибули за звітний період через знос та застарілість.

**Коефіцієнт приросту основних фондів (Кп)** розраховується за формулою:

Кп=Коб. – -Квиб.

Коефіціент приросту основних фондів визначає зростання основних фондів за даний період в результаті оновлення. Даний показник визначає темпи зростання і розвитку готельного господарства.

2. Показники стану:

**Коефіціент зносу основних фондів (Кз)** визначається за формулою:

Кз=З/ОФ,

де З – сума зносу, відповідно, на початок і кінець періоду;

ОФ – вартість найголовніших фондів, відповідно, на початок і кінець періоду.

Коефіцієнт зносу показує ступінь зношеності основних фондів підприємства.

**Коефіцієнт придатності основних фондів (Кп)** розраховується за формулою:

Кп=1-КЗ,

Коефіцієнт придатності основних фондів показує частку їх залишкової вартості в первісної.

Основними причинами вибуття основних фондів є:

– повний фізичний знос; продаж;

– здача в оренду;

– передача в якості установчого внеску в статутний капітал комерційної організації;

– недоцільність подальшої експлуатації внаслідок морального зносу;

– перепрофілювання готельного господарства.

На основі середньорічної вартості основних фондів розраховуються показники ефективності використання основних фондів готельного та ресторанного підприємства: фондовіддача, фондомісткість, фондоозброєність.

Найбільш важливим показником в готельному господарстві є **фондовіддача** (ФО), яка визначається шляхом ділення річного обсягу послуг (в грошовому чи натуральному вираженні) на середньорічну вартість основних фондів. Фондовіддача відображає обсяг послуг на карбованець основних фондів.

У вартісному вираженні фондовіддача розраховується по формулі:

ФО = Р/ОФ,

де Р – обсяг реалізованих послуг (виручка від реалізації послуг);

ОФ – середньорічна вартість основних фондів (основної діяльності готелю).

У натуральному виражена фондовіддача визначається наступним чином:

ФО=М/ОФ,

де М – кількість місце-днів.

Зростання фондовіддачі свідчить про інтенсивний розвиток готелю за рахунок введення вдосконаленого обладнання і нових форм організації праці, раціональне використання основних фондів.

**Фондоотдачу активної частини** (ФОакч) основних фондів можна визначити за формулою:

ФОакт=Р/ОФакт,

де ОФакт – середньорічна вартість активної частини основних фондів.

**Фондомісткість** визначається як величина, зворотна фондовіддачі. Фондомісткість характеризує вартість основних фондів, які припадають на рубль обсягу реалізованих послуг. Фондомісткість розраховується за формулою:

ФМ=ОФ/Р.

Показники фондовіддачі та фондомісткості доповнюються таким показником, як **фондоозброєність**, що характеризує вартість основних фондів у розрахунку на одного працівника:

ФВ=ОФ/N,

де N – середньооблікова чисельність працівників, чол.

Важливою умовою підвищення ефективності використання основних фондів є перевищення темпів зростання фондовіддачі на темпами зростання фондоозброєності.

**Коефіцієнт ефективності використання основних фондів** (КЕоф) характеризує величину прибутку на карбованець основних фондів. Коефіцієнт ефективності використання основних фондів розраховується за формулою:

КЕоф=П/ОФ.

Цей показник, виражений у відсотках, називається **рентабельністю основних фондів** (КЕоф) і розраховується за формулою:

Rоф=×100 %

Фондовіддача основних фондів є головним показником. Зростання фондомісткості і фондоозброєності не завжди відображає позитивні зрушення у використанні основних фондів, так як вони можуть бути наслідком накопичення невстановленого обладнання та розширення пасивної частини основних фондів.

**3. Нематеріальні активи**

До **нематеріальних активів** належать об'єкти інтелектуальної, майнового, правового і рекламного значення, використання яких обмежено встановленими на них правами володіння. До них відносяться права користування земельними ділянками, природними ресурсами, патенти, ліцензії, ноу-хау, програмне та інформаційне забезпечення, права і привілеї, торгові марки, фірмові знаки, репутація (імідж) фірми і т. п.

За характером застосування нематеріальні активи схожі з основними фондами: вони використовуються тривалий час, приносять прибуток і з плином часу втрачають свою вартість, переносячи її на вартість готової продукції (послуг).

Особливістю нематеріальних активів є складність визначення їх реальної вартості та споживчої вартості, строків служби і впливу на одержувану підприємством прибуток. Вартість нематеріальних активів включають до статутного капіталу.

У вартість нематеріальних активів включаються ціна їх придбання, витрати на оформлення документів, освоєння і введення в експлуатацію. Термін служби нематеріальних активів, як правило, призначається умовно, але не більше 10 років.

Розрізняють такі форми управління рухом нематеріальних активів:

– ліцензування;

– франчайзинг;

– інжиніринг;

– еккаунтинг.

**Ліцензування** – це видача операцій, тобто передача прав однією особою іншій особі в обмін на гонорар або ліцензійний платіж. Основними суб'єктами такого роду відносин виступають ліцензіар (володар будь-яких певних прав) і ліцензіат (той, якому такі права передаються на постійній або тимчасовій основі). Ліцензіар укладає угоду з ліцензіатом, за яким останньому можуть передаватися права на використання технологій виробничого процесу, товарного знаку, патенту, торгового секрету, ноу-хау і т. Д. В обмін на гонорар або ліцензійний платіж.

**Ліцензіар** – це власник, власник винаходу, патенту, технологічного або технічного нововведення, що видає (продає) іншій особі (ліцензіату) ліцензію, яка надає право використання цих нововведень в встановлених договором межах.

**Ліцензіат** – це особа, яка купує у власника патентів, технічних або технологічних нововведень, винаходів за відповідну плату право користуватися цими нововведеннями в межах, зафіксованих в ліцензійному договорі.

Суть **франчайзингу** полягає в тому, що велика і респектабельна фірма (франчайзер) надає малому підприємству, починаючому свій шлях в бізнесі (франчайзі), право (франшизу) протягом певного часу і в певному місці вести підприємницьку діяльність з використанням вже відпрацьованої і виправдала себе технології , «ноу-хау», відомої і популярної торгової марки, можливостей навчання персоналу. Франчайзер консультує партнера при виборі сфери торгівлі і послуг, організації торгової і збутової мережі, проведення рекламної кампанії, бере на себе зобов'язання з постачання обладнання, сировини і матеріалів, надає допомогу в організації управління бізнесом, а в окремих випадках безпосередню фінансову (у формі кредитів) або непряму (у вигляді поручительства і гарантій) допомогу. Всі питання взаємовідносин франчайзера з франчайзи обумовлюються в договорі.

Специфіка предмета договору франчайзингу обумовлює необхідність передачі франчайзі не тільки самого права у вигляді ліцензії, але і практичної можливості користуватися ними. У більшості випадків для цього необхідні передача технічної документації, робочих інструкцій, постачання устаткування і матеріалів, навчання франчайзі методам рабства і подальше надання консультаційних послуг.

Невелике підприємство, використовуючи допомогу франчайзера, може в порівняно короткі терміни розпочати свою справу, причому постійна підтримка з боку головного підприємства допомагає успішно подолати труднощі (особливо на початковому етапі функціонування). Допомога і підтримка з боку франчайзера надається за плату (роялті), яка може бути досить високою. Розрізняють декілька типів і видів франчайзингу та франчайзингових структур. Основними типами франчайзингу є товарний, виробничий, ділової, дочірній і конверсійний франчайзинг.

**Товарний франчайзинг** являє собою спосіб ведення бізнесу, при якому франчайзі купує у ведучої компанії права на продаж товарів з її торговою маркою.

При **виробничому франчайзингу** великі компанії в ряді випадків виду ліцензії іншим компаніям або підприємствам на використання свого товарного знаку або торгової марки при виготовленні продукції, яка запатентована або виробляється за допомогою патентованого процесу і (або) «ноу-хау».

**Діловий франчайзинг** має багато спільних рис з товарним франчайзингом і є найбільш популярним. В даному випадку франчайзер продає ліцензію на товарний знак і спосіб ведення роздрібної торгівлі товарами і (або) послугами, а також використання відповідного «ноу-хау».

Дочірній франчайзинг передбачає організацію незалежного бізнесу під «патронатом» франчайзера.

Конверсійний франчайзинг характеризується тим, що продукція продається тільки оптовим або роздрібним підприємствам, що працюють за системою франчайзингу.

Основними видами франчайзингу є індивідуальний і регіональний (територіальний).

При індивідуальному франчайзингу, що є найбільш поширеним його видом, ліцензія (франшиза) продається на будь-якої один вид бізнесу.

При регіональному франчайзингу створюються двух- і трирівневі франчайзингові структури, що діють в межах певного регіону (території) і мають єдине головне підприємство (єдиного франчайзера).

Регіональний франчайзинг підрозділяється на такі підвиди:

– франчайзинг з володінням багатьма підприємствами развиваетcя з індивідуального франчайзингу. У цьому варіанті франчайзер і франчайзі укладають контракт на регіональний розвиток бізнесу, відповідно до якого франчайзи має право відкрити свої підприємства в конкретному регіоні;

– при субфранчайзингу головне підприємство має контракт з франчайзі, який одночасно є субфранчайзера. Останній привертає інших франчайзі на основі контрактних відносин; розвивається франчайзинг відрізняється від субфранчайзингу тим, що низові франчайзі пов'язаний конкретними відносинами як з субфранчайзера, так і з франчайзером. Відповідно до умов контракту субфранчайзера зобов'язується підібрати і відповідним чином навчити індивідуальні франчайзі, надавати їм практичну і методичну допомогу і здійснювати контроль за їх діяльністю. У той же час франчайзер видає ліцензію (франшизу) безпосередньо індивідуальним франчайзі і має з ними прямі контрактні відносини,

Інжиніринг – це техніко-економічні, правові та інші консультаційні послуги зі створення підприємств, обґрунтування впровадження нових видів обладнання і напрямків господарсько-організаційної діяльності. Інжиніринг охоплює комплекс робіт з проведення попередніх досліджень, підготовки техніко-економічного обґрунтування бізнес-плану, комплекту проектних документів, а також розробці рекомендацій щодо організації виробництва та управління, експлуатації обладнання та реалізації готової продукції (послуг). Вартість інжинірингових послуг оцінюється як погодинна оплата фахівців, оплата фактичних послуг і фіксованого винагороди, відсоток від вартості будівництва або впроваджувальних заходів, оплата фактичних послуг плюс відсоток прибили від експлуатації.

Еккаунтинг – це сфера підприємницької діяльності, пов'язана із збиранням, обробленням, класифікацією, аналізом і оформленням різних видів інформації (загальної і фінансової).

Загальна інформація – це місцезнаходження фірм, їх телефони (факси, телекси адреси в комп'ютерних мережах), біографічні дані керівників, структура компаній, їх історія, відомості про філії, дочірніх підприємствах, списки банків, провідних справи з даними, відгуки про компанії, публікації про неї в пресі і т. п.

Фінансова інформація – це дані балансів підприємств, показники стійкості їх фінансового становища, розміри одержуваних (надаються) кредитів, інформація по виконанню платежів, дані про участь підприємств у судових розглядах і арбітражі.

У туристської галузі особливе значення має туристично-споживча інформація назви турфірм і їх партнерів, їх телефони, факси, адреси, види розроблюваних і продаваних турів, ціни, обсяги продажів, умови проживання, відгуки клієнтів, публікації у пресі, рейтинги компаній і т.п.

Інформація надається еккаунтінговими фірмами у вигляді бізнес-довідок і звітів за певну винагороду.

**4. Основні фонди ресторанного господарства**

**Основні фонди ресторанного господарства** – це матеріально-речові цінності, що функціонують як засоби праці, які необхідні для здійснення процесів виробництва, реалізації та організації споживання кулінарної продукції. Багаторазово обслуговуючи ці процеси, основні фонди не змінюють всій речової форми і поступово, частинами, у міру зносу, переносять свою вартість на виготовлену продукцію громадського харчування.

Класифікація основних фондів ресторану подібна до класифікації основних фондів готелів. Однак при цьому існують деякі особливості.

Основні фонди ресторану безпосередньо пов'язані з процесами виробництва, реалізації та організації споживання кулінарної продукції. У процесі виробництва основні фонди використовуються для переробки сировини і напівфабрикатів (тістомісильні машини, жарочні шафи та ін.). У процесах реалізації та організації споживання основні фонди відіграють також важливу роль (касові апарату, панові стійки, роздаткові стійки і ін.). Приблизно 55% основних фондів громадського харчування використовується в процесі виробництва, 10% в процесі обміну і 35% в процесі організації споживання харчової продукції.

Основні фонди ресторанного господарства підрозділяються на активні і пасивні. Активна частина основних фондів має прямий вплив на зростання випуску кулінарної продукції: обладнання, машини, виробничий інвентар. Пасивна частина основних фондів створює необхідні умови для виробництва, реалізації та організації споживання кулінарної продукції. До неї відносять господарський інвентар і транспортні засоби.

**Структура основних фондів** підприємства громадського харчування залежить від типу підприємства (ресторан, кафе, їдальня тощо.), Кількості місць, форм обслуговування й організації виробництва.

Основні фонди підприємства громадського харчування виконують **виробничі** і **невиробничі функції**.

**Виробничі функції** підприємства громадського харчування пов'язані з випуском кулінарної продукції.

**Невиробничі функції** в першу чергу пов'язані зі зміною форм вартості (перетворюючи її з товарної в грошову). Крім того, основні фонди підприємств харчування беруть участь в зберіганні запасів сировини і товарів.

Основні фонди ресторанного підприємства мають свої **особливості функціонування**, що складаються в наступному:

– в структурі основних фондів ресторану вище частка машин і устаткування в порівнянні з торговим підприємством, а, отже, частка амортизаційних відрахувань;

– основні фонди ресторану пов'язані з випуском продукції в широкому асортименті, призначеної для задоволення потреб різних груп населення; ϖ основні фонди ресторану завантажені нерівномірно протягом робочого часу, що залежить від потоку споживачів і особливостей продукції, що випускається харчової продукції.

Показники оцінки та руху основних фондів ресторанного господарства схожі з аналогічними показниками готельних підприємств. Показники ефективності використання основних фондів ресторанного господарства розраховуються на основі їх середньорічної вартості.

**Фондовіддача** в ресторанному господарстві визначається відношенням річного валового товарообігу, або обороту по продукції власного виробництва, до середньорічної вартості основних фондів. Цей показник можна застосовувати для характеристики ефективності використання будь-якої частини основних фондів, наприклад, активної. Фондовіддача на підприємстві громадського харчування розраховується за такими формулами:

*ФО = Т/ОФ* = Опвв/ОФ,

де Опвв – оборот по продукції власного виробництва.

ФОакт=Опсп/ОФакт

**Фондомісткість** – це показник, зворотній фондовіддачі. Фондомісткість розраховується як відношення середньорічної вартості основних фондів до товарообігу.

**Фондоозброєність** і **фондооснащеність** характеризують величину основних фондів на одного працівника підприємства харчування. Ці показники розраховуються за такими формулами:

ФО=ОФ/NТ.В.П.

де Фо – фондоозброєність;

Nт.в.п. – середньооблікова чисельність торгово-виробничого персоналу.

Крім того, розраховуються і такі показники, як прибуток на одне місце, прибуток на 1000 шт. (1,0 т) виготовлених виробів.

Ефективність основних фондів залежить **від питомої ваги** їх активної частини. Цей показник розраховується за формулою:

УВакт=,

Для визначення ефективності використання основних фондів ресторану використовуються наступні показники:

– роздрібний товарообіг на одне місце підприємства харчування; товарообіг на 1 кв. м площі торгового залу;

– оборот по продукції власного виробництва на 1 кв. м виробничої площі;

– оборот по продукції власного виробництва на одне місце;

– кількість місць в торгових залах в розрахунку на працівника підприємства, працівника виробництва, одного споживача.

Економічна ефективність використання основних фондів готельного та ресторанного господарства проявляється у збільшенні обсягу послуг, що надаються, прибутку, економії витрат праці. Інтенсивне використання основних фондів дає можливість збільшувати якісні показники господарської діяльності без додаткових капітальних витрат.