**Астраханский Облрыболовпотребсоюз**

**Образовательное Учреждение**

**«Астраханский кооперативный техникум»**

**Курсовая работа**

по дисциплине «Анализ финансово-хозяйственной деятельности»

на тему: «Анализ хозяйственной деятельности предприятия общественного питания»

**Астрахань 2009**

**Содержание**

Введение 3

1. Значение, задачи и источники информационного анализа деятельности предприятия общественного питания 5

2. Анализ выполнения плана товарооборота предприятия общественного питания 9

3. Анализ выполнения производственной программы 12

4. Анализ издержек предприятия общественного питания 19

5. Анализ прибыли и рентабельности предприятия общественного питания 26

Выводы и предложения 31

Заключение 33

Список литературы 35

# Введение

Общественное питание как отрасль народного хозяйства представляет собой совокупность предприятий, объединенных по характеру перерабатываемого сырья и выпускаемой продукции, организации производства и формы обслуживания населения.

Основными задачами предприятий общественного питания являются наиболее полное удовлетворение спросов населения, улучшения качества выпускаемой продукции, повышение культуры обслуживания.

Услуги общественного питания оказываются в ресторанах, кафе, барах, столовых, закусочных и других местах общественного питания, типы которых, а для ресторанов и баров также их классы (люкс, высший, первый) определяются исполнителем в соответствии с государственным стандартом.

Следует отметить, что питание, составляющее одну из форм потребления, наряду с производством, распределением и обращением (обменом) является неотъемлемой частью общественного производства. Удовлетворение личных потребностей населения в пище предусматривает ее производство и организацию потребления, которые возникают и развиваются в тесной взаимосвязи с материальными условиями общества и выступают в индивидуально или общественно-организованной форме. Во втором случае пища производится и потребляется в массовых размерах на специальных предприятиях: в столовых, кафе, ресторанах и т.п.

Общественное питание как подотрасль торговли располагает крупными специализированными предприятиями, использует значительное количество оборудования, сырьевых ресурсов, денежных и других средств, имеет квалифицированные и профессионально подготовленные кадры.

Цель данной курсовой работы заключается в том, чтобы провести анализ хозяйственной деятельности предприятия общественного питания, необходимый для принятия деловых производственно-хозяйственных и управленческих решений по его улучшению. Анализ финансового состояния показывает, по каким конкретным направлениям надо вести работу, направленную на улучшение финансового состояния. В связи с этим, основными задачами работы являются:

- значение, задачи и источники информационного анализа деятельности предприятия общественного питания;

- анализ выполнения плана товарооборота предприятия общественного питания;

- анализ выполнения производственной программы;

- анализ издержек предприятия общественного питания;

-анализ прибыли и рентабельности предприятия общественного питания.

В новых условиях хозяйствования возрастает роль экономического анализа как одной из важнейших функций управления. Например, расширение прав и повышение ответственности предприятий и объединений требует более глубокого изучения их хозяйственной деятельности.

Значение экономического анализа сводится к тому, чтобы содействовать ходу перестройки общественного питания, особенно перестройки работы предприятий и объединений, повышению ее социально-экономической эффективности, внедрению в них достижений науки и техники, передового опыта, прогрессивных форм организации труда.

# 1. Значение, задачи и источники информационного анализа деятельности предприятия общественного питания

Общественное питание — одна из основных отраслей хозяйственной деятельности потребительской кооперации. В его производственные торговые и организационные функции входит: приготовление обеденной и прочей продукции; реализации продукции собственного производства и так называемых покупных товаров (т.е. не подвергнутых кулинарной обработке); организация потребления.

В ходе развития общественного питания совершенствуется хозяйственный механизм, развивается и укрепляется хозяйственный расчет, осуществляется переход к экономическим методам управления, внедряются новые прогрессивные формы организации труда, расширяются права и попытается ответственность низового звена отрасли за конечные результаты работы.

В новых условиях хозяйствования возрастает роль экономического анализа как одной из важнейших функций управления. Например, расширение прав и повышение ответственности предприятий и объединений требует более глубокого изучения их хозяйственной деятельности.

Значение экономического анализа сводится к тому, чтобы содействовать ходу перестройки общественного питания, особенно перестройки работы предприятий и объединений, повышению ее социально-экономической эффективности, внедрению в них достижений науки и техники, передового опыта, прогрессивных форм организации труда.

Экономический анализ деятельности предприятий общественного питания и их объединений в новых условиях хозяйствования призван решать следующие задачи:

- изучать ход перестройки и всячески способствовать обновлению всех сторон деятельности хозрасчетных объединений предприятий общественного питания;

- давать объективную и всестороннюю оценку хода выполнения плана, динамики развития оборота, степени удовлетворения потребностей населения в продукции общественного питания, социально-экономической эффективности хозяйственной деятельности;

- исследовать результативные показатели деятельности предприятий, объединений общественного питания, выявлять имеющиеся резервы, приводить их в действие;

- мобилизовать работников общественного питания на борьбу за повышение эффективности хозяйственной деятельности и культуры обслуживания населения, помогать развитию активности коллектива, отдельного работника в обеспечении выполнения планов, социалистических обязательств;

- содействовать разработке научно обоснованных плановых показателей хозрасчетного объединения и входящих в него отдельных предприятий (столовых, ресторанов, кафе и т. п.).

Деятельность хозрасчетного объединения предприятий общественного питания характеризуют следующие основные показатели: товарооборот (валовой и розничный), выпуск блюд, численность работников, производительность труда, фонд оплаты труда, состояние материально-технической базы, эффективность ее использования, доходы, расходы, прибыль.

Эти и другие показатели хозяйственно-финансовой деятельности объединений общественного питания взаимосвязаны и непрерывно изменяются. Они выступают в качестве объекта экономического анализа.

Для изучения деятельности предприятий общественного питания и их объединений используются: данные о численности обслуживаемого населения, количестве колхозов, хозрасчетных объединений, совхозов, производственных предприятий, объединений, организаций и учреждений, находящихся в зоне обслуживания, об их территориальном расположении; нормы и нормативы (обеспеченности населения предприятиями общественного питания, расхода продуктов на приготовление пищи, естественной убыли товаров, расхода топлива и электроэнергии), плановые показатели; статистическая отчетность (форма №4-торг «Отчет по общественному питанию», форма №5-труд «Отчет о выполнении плана по труду» и др.); бухгалтерская отчетность (форма №2 «Отчет о прибылях и убытках», форма №3 «Отчет об издержках обращения»); оперативная отчетность; материалы ревизий и обследований, первичные документы и т.п.

Деятельность создаваемого кафе направлена на оказание услуг в сфере общественного питания для людей со средним уровнем дохода.

Сущность инновационного проекта заключается в том, что данное кафе представляет собой абсолютно новое предприятие общественного питания, не имеющее конкурентов и подобных инновационных предложений на рынке услуг общественного питания.

Прообразом кафе выступает образ джунглей, для реализации данной цели необходимыми компонентами интерьера кафе являются экзотические растения, животные, птицы, продукты питания, главными составляющими структуры кафе выступают официантки в костюмах «Амазонки», звуки живой природы, столы и стулья, изготовленные для гармонии с дизайном кафе.

На сегодняшний день проблема общественного питания в центральных районах города достаточно актуальна. Особенно остро это ощущается в районе университетов, которые являются деловым и культурным центром города.

Существующие на сегодняшний день в этом районе предприятия общественного питания можно условно разделить на два типа: крупные и мелкие предприятия быстрого обслуживания.

К первым можно отнести рестораны и кафе. Их отличительной особенностью является высокий сервис и качество обслуживания при достаточно высокой цене (средний обед обходится примерно в 30000 рублей и выше), то есть они ориентированы на людей с высоким уровнем дохода.

Ко вторым относятся небольшие закусочные и бары. Их условно можно разделить еще на два типа:

1. дорогие фирменные закусочные и бары (например, Декан-пицца), которые отличаются высоким качеством обслуживания и достаточно высокими близкими к крупным предприятиям общественного питания ценами.

2. небольшие закусочные типа пирожковых, которые предлагают хотя и дешевую, но не всегда качественную продукцию.

Общей отличительной чертой является ограниченный ассортимент выпускаемой продукции, что вызвано небольшими размерами занимаемых им помещений.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что действующие в центре города предприятия общественного питания не могут в полной мере удовлетворить существующий на данном рынке спрос и существует реальная потребность в кафе быстрого обслуживания с широким ассортиментом предлагаемой продукции, высоким сервисом и качеством обслуживания и сравнительно не высокими ценами.

Данный проект предусматривает создание предприятия, которое должно занять пустующую на сегодняшний день нишу на рынке общественного питания в данном районе.

Значительных сезонных колебаний спроса не предполагается, так как в рабочие дни основными потребителями будут люди, работающие в близлежащих зданиях и студенты, а в вечернее время и выходные дни - люди приезжающие из других районов для культурного отдыха и гости города.

Проведенный анализ рынка говорит о том, что сегмент, на который ориентирована деятельность создаваемого кафе, на сегодняшний день, в данном районе города практически свободен, что позволяет рассчитывать на то, что продукция создаваемого предприятия будет пользоваться устойчивым спросом, с тенденцией роста по мере развития деятельности и расширения номенклатуры оказываемых услуг.

# 2. Анализ выполнения плана товарооборота предприятия общественного питания

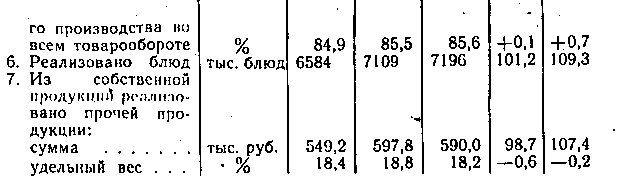
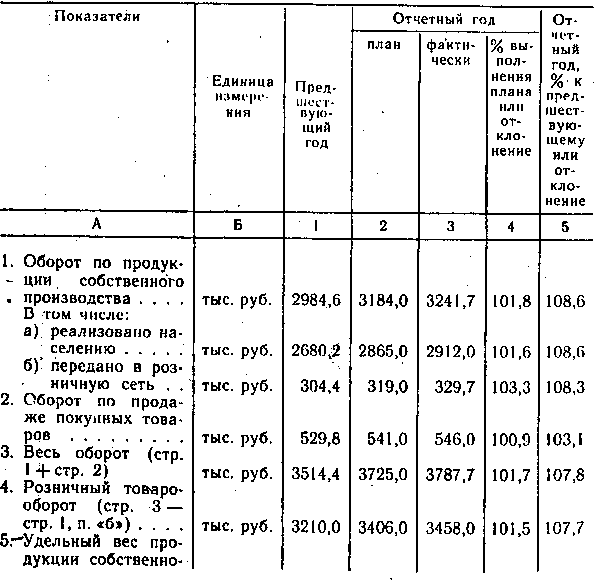
Определяющим показателем хозяйственно-финансовой деятельности предприятий общественного питания является товарооборот.

Весь объем товарооборота, или, как принято называть его, валовой товарооборот общественного питания, складывается из оборота продукции собственного производства и оборота по реализации покупных товаров. В оценке деятельности предприятий общественного питания большое значение придается доле продукции собственного производства во всем товарообороте. Объясняется это тем, что основная задача общественного питания состоит в том, чтобы увеличивать объем продажи продукции собственного производства. Поэтому повышение ее удельного веса во всем обороте оценивается как положительный результат работы предприятия.

Оборот по продукции собственного производства, в свою очередь, подразделяется по видам продажи (оптовый и розничный) и по составу (обеденная и прочая продукция). Обеденная продукция выражается в сумме и количестве блюд, а прочая продукция — в сумме и в физическом измерении (ц, дал).

Методика анализа товарооборота предприятий общественного питания в основном та же, что и оборота розничной сети. Но вместе с тем имеются некоторые особенности, обусловленные главным образом характером деятельности предприятий. Если предприятия розничной торговли осуществляют только реализацию товаров, то предприятия общественного питания занимаются производством, реализацией и организацией потребления товаров населением. Этим также объясняются некоторые различия показателей общественного питания и розничной торговли. В процессе анализа товарооборота общественного питания определяются: выполнение плана, его динамика в целом, по видам и предприятиям; изменение удельного веса продукции собственного производства во всем обороте, объём ее продажи в среднем в расчете на одного человека и т.п.

В качестве примера проведем анализ выполнения плана и динамики товарооборота хозрасчетного объединения предприятий общественного питания (табл. 1).



Из таблицы видно, что в отчетном году план валового оборота (весь оборот, показатель 3) выполнен на 101,7%, план розничного товарооборота — на 101,5%.

Фактический удельный вес собственной продукции во всем товарообороте оказался больше планового на 0,1% и составил 85,6% при плане 85,5% и т. д.

По хозрасчетному объединению обеспечено выполнение всех плановых показателей товарооборота, кроме оборота по реализации прочей продукции (полуфабрикаты, кондитерские и кулинарные изделия, мороженое и т. п.). План по этому показателю выполнен на 98,7%. Так, при плане 597,8 тыс. руб. фактически реализовано продукции на 590 тыс. руб., или меньше на 7,8 тыс. руб. (590,0-597,8). В ходе дальнейшего анализа выясняются причины невыполнения плана по производству и реализации продукции.

В отчетном году по сравнению с предшествующим достигнут высокий темп роста по всем видам товарооборота, в том числе и по прочей продукции (106,3%), что свидетельствует об успешном развитии товарооборота общественного питания.

Анализ показателей товарооборота в целом по хозрасчетному объединению дополняется изучением их по хозяйственным единицам, входящим в состав объединения. При этом по каждой хозяйственной единице изучаются те же показатели, что и по объединению.

По аналогичной методике оцениваются и другие показатели товарооборота каждого предприятия.

# 3. Анализ выполнения производственной программы

Как видно, при выполнении плана по тому или иному показателю в целом по объединению имеет место невыполнение плановых показателей отдельными предприятиями.

В процессе анализа выясняются конкретные причины-невыполнения плана. Так, основными причинами невыполнения плана по реализации продукции собственного производства могут быть: неудовлетворительное снабжение предприятий продуктами, ограничение ассортимента реализуемой готовой продукции, перебои в продаже отдельных видов продукции в течение рабочего дня, нарушение установленного режима работы предприятий или просчеты в его определении, низкое качество приготовления пищи, в результате, чего падает спрос покупателей на нее, и др.

В работе объединения очень важно обеспечить равномерность выполнения плана товарооборота отдельными предприятиями. Этот вопрос можно изучать с помощью коэффициента ритмичности или метода группировки.

Методика использования коэффициента ритмичности для изучения равномерности выполнения плана оборота предприятиями общественного питания не отличается от методики, применяемой в розничной торговле.

Степень равномерности выполнения плана, определенную с помощью метода группировки, характеризует приведенный пример (табл. 2).

В процессе анализа выявляются конкретные причины, повлиявшие на снижение или повышение степени равномерности выполнения плана по этому показателю. В их числе могут быть: правильное определение режима работы предприятий; соблюдение полноты ассортимента блюд предприятиями в течение всего рабочего дня; обеспеченность предприятий сырьем; укомплектованность штата; обоснованность плана; уровень оперативного анализа и др.

К важным показателям работы предприятий общественного питания относится и оборот по продукции собственного производства в расчете на одно место, характеризующий эффективность использования мощности предприятия. Он позволяет выявлять возможности развития товарооборота при имеющемся числе мест на предприятии, устанавливать, если имеется, перегруженность предприятия.

Как повышение, так и снижение средней цены одного блюда может быть положительным и отрицательным явлением в зависимости от того, под влиянием какого фактора произошло это изменение. Так, снижение цен в результате увеличения овощных, молочных и рыбных блюд в общем их количестве считается положительным, в результате уменьшения доли мясных блюд — отрицательным.

В ходе анализа выясняются конкретные причины, вызвавшие снижение или повышение цен. И только после этого дастся оценки изменению средней цены одного блюда по предприятию, объединению.

К основным факторам, оказывающим влияние на среднюю цену одного блюда, относятся:

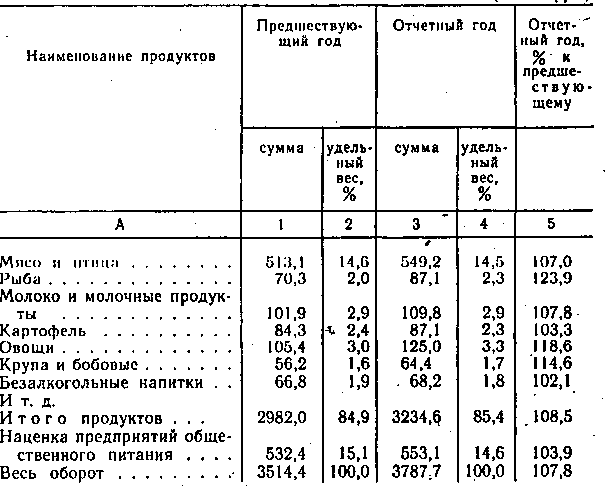
- групповой ассортимент блюд. Так, увеличение доли мясных блюд ведет к повышению средней цены, а увеличение доли рыбных блюд — к ее снижению;

- уровень цен на продукты, используемые для приготовления пищи. Это или розничные цены, или цены на продукты, закупаемые у населения, колхозов, согласно договоренности и т. п.;

- величина наценки общественного питания. Уменьшение ее ведет к снижению цен, и наоборот.

Анализ хозяйственной деятельности предприятий общественного питания предусматривает изучение состава расходуемых продуктов (табл. 3).

Таблица 3. Расход продуктов в хозрасчетном объединении предприятий общественного питания за год (в тыс. руб.)

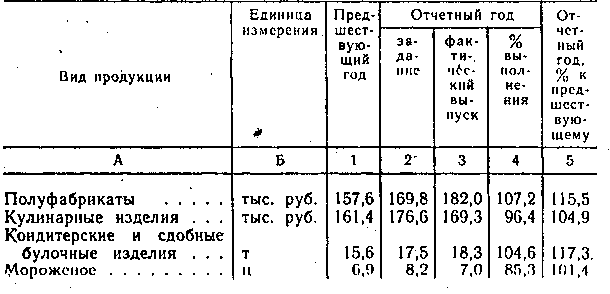


Показатели таблицы свидетельствуют, что в отчетном году по сравнению с предшествующим возрос удельный вес питательных и недорогих продуктов (рыба, овощи), что свидетельствует об улучшении питания обслуживаемого населения. Вместе с тем уменьшилась доля мяса и картофеля. Известно, что мясные блюда и гарнир из картофеля пользуются большим спросом у населения, поэтому снижение их доли следует характеризовать как недостаток в работе хозрасчетного объединения.

В ходе анализа деятельности предприятий изучается качество приготовления пищи, степень охвата населения услугами общественного питания. Оценка качества пищи, например, дается на основе актов проверки работы предприятий комиссиями кооперативного контроля, местными комитетами профсоюза, а также на основе анализов, проводимых работниками санитарно-эпидемиологической станции, отзывов посетителей.

Предприятиям общественного питания устанавливается плановое задание по выпуску полуфабрикатов, кулинарных, кондитерских и других изделий, мороженого и других видов прочей продукции собственного производства. Анализ выполнения этих заданий проводится в целом по объединению и по его предприятиям, кроме того, изучается динамика данных показателей, степень удовлетворения спроса населения на полуфабрикаты, кулинарные и другие виды продукции собственного производства (табл. 4).

Таблица 4. Производство отдельных видов продукции предприятиями общественного питания хозрасчетного объединения в отчетном году



Данные таблицы свидетельствуют, что задание по производству и реализации полуфабрикатов выполнено на 107,2%, кондитерских и сдобных булочных изделий — на 104,6%, при этом обеспечен и высокий темп их роста (115,5 и 117,3%).

В то же время не выполнено задание по выпуску кулинарных изделий и мороженого. Кулинарных изделий приготовлено и реализовано на 169,3 тыс. руб. при задании 175,6 тыс. руб., или меньше на 6,3 тыс. руб. В отчетном году фактически изготовлено 7 ц мороженого при плане 8,2 ц, или меньше на 1,2 ц. По этим видам продукции невысоким оказался темп роста (104,9% и 101,4%). Следовательно, спрос населения на кулинарные изделия, мороженое 'в отчетном году был удовлетворен не полностью, что стало основной причиной невыполнения плана (98,7%) продажи прочей продукции собственного производства.

В процессе изучения оборота по продаже отдельных видов прочей продукции выясняются причины невыполнения плана, снижения темпов роста.

Анализ показателей товарооборота хозрасчетного объединения предприятий общественного питания проводится за месяц, квартал (по месяцам) и год (по кварталам). Методические подходы при этом в основном идентичные.

В новых условиях хозяйствования отдельные показатели товарооборота изучаются в течение пятилетки по годам. К числу таких показателей относятся: оборот по продукции собственного производства; удельный вес продукции собственного производства во всем товарообороте; оборот по продаже прочей продукции; средняя цена одного блюда. В ходе изучения дается оценка темпов роста оборота в каждом году пятилетки по отношению к предшествующему и базисному годам, оценивается также изменение цены и удельного веса продукции собственного производства.

Высокие темпы роста оборота, снижение средней цены одного блюда, повышение удельного веса продукции собственного производства оцениваются в основном положительно.

Для обеспечения выполнения плана товарооборота, выпуска и реализации продукции собственного производства широко применяется оперативный анализ. Он проводится работниками предприятий общественного питания (заведующими столовыми, директорами ресторанов, бухгалтерами и т.п.) и работниками хозрасчетных объединений, включая руководителей.

Оперативный анализ основывается на использовании плановых показателей, отчетов материально ответственных лиц, ежедневных сводок и других информационных материалов.

Рассмотрим на примере подходы к оперативному анализу товарооборота (табл. 5).

Показатели таблицы свидетельствуют о том, что за период с 1 по 7 января выполнены задания по общему объему товарооборота (100,4%) и по реализации покупных товаров (111,9%). В то же время задание по реализации продукции собственного производства не выполнено. (95%). При этом наибольший валовой товарооборот был 1-го числа (1380 руб.), а оборот по продукции собственного производства в этот день, по сравнению с другими днями семидневки, оказался наименьшим (756 руб.).

По аналогичной методике изучается ход выполнения задания по товарообороту по дням в последующие семидневки.

Различные причины могут вызывать колебания показателей объема реализации продукции собственного производства и покупных товаров по дням недели, в том числе:

- обеспеченность, предприятия продуктами. Так, отсутствие молока, рыбы, овощей, мяса отрицательно сказывается на ассортименте блюд и объеме реализации продукции собственного производства;

- наличие покупных товаров, реализуемых без кулинарной обработки. Отсутствие тех или иных покупных товаров отрицательно сказывается на удовлетворении спроса потребителей, выполнении плана товарооборота;

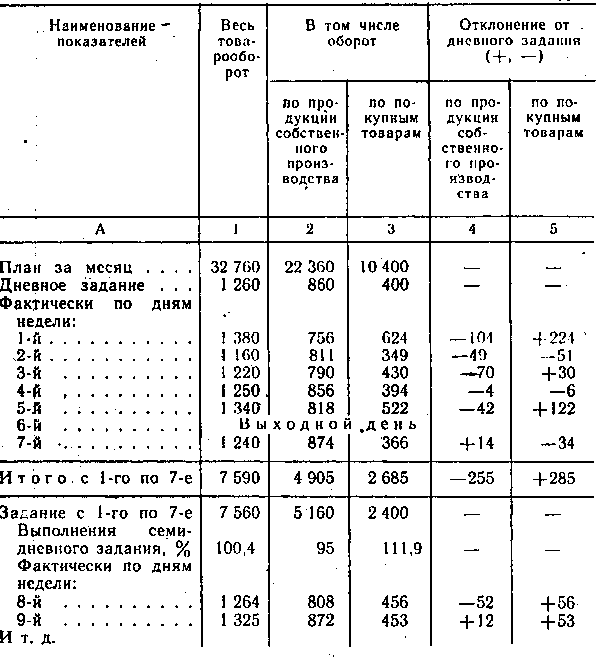
- спрос покупателей на продукцию собственного производства и покупные товары. Например, в столовых при промышленных предприятиях с непрерывным производственным циклом спрос в выходные дни меньше, чем в рабочие дни, так как управленческий персонал в эти дни услугами столовой не пользуется;

- режим работы предприятия, его согласованность по дням недели с потоками покупателей;

- качество приготовления пищи;

- укомплектованность смен поварами и другими работниками.

Таблица 5. Ход выполнения плана товарооборота по столовой хозрасчетного объединения предприятий общественного питания за январь (т. руб.)



Эти вопросы изучаются в ходе оперативного анализа выполнения плана товарооборота по дням недели.

В хозрасчетных объединениях оперативный анализ товарооборота целесообразно проводить за неделю по предприятиям. Источником информации для такого анализа служат отчеты материально ответственных лиц.

Оперативному анализу на предприятиях общественного питания подвергаются также обеспеченность необходимыми продуктами и сырьем, выпуск и реализация обеденной продукции в блюдах, производство полуфабрикатов, кондитерских и сдобных булочных изделий, мороженого и других видов прочей продукции.

Материалы оперативного анализа используются для принятия управленческих решений, направленных на расширение ассортимента, повышение качества продукции собственного производства и культуры обслуживания, выполнение плана товарооборота.

В числе мер, направленных на улучшение работы предприятий и обеспечение выполнения плана, могут быть: срочный завоз отсутствующих продуктов; повышение уровня организации труда работников кухни, торгового зала, буфета; изменение режима работы предприятия; удовлетворение спроса покупателей на продукцию кухни и покупные товары в течение всего времени работы предприятия; улучшение качества пищи и др.

# 4. Анализ издержек предприятия общественного питания

Расходы предприятий общественного питания, их объединений возмещаются за счет доходов. Источниками образования доходов в общественном питании являются: торговые скидки с розничных цен на продукты, поступающие с оптовых баз, из магазинов, с промышленных предприятий; наценки предприятий общественного питания; непланируемые доходы.

К основным факторам, под влиянием которых складываются доходы, относятся: объем товарооборота; структура продуктов, реализуемых предприятиями общественного питания; источники поступления товаров.

Например, влияние источника поступления товаров обусловлено тем, что размер торговых скидок зависит от поставщиков товаров. Так, оптовые базы потребительской кооперации предоставляют в пользу предприятий общественного питания полную скидку, предназначенную для розничного звена; магазины — от 75 до 90% торговой скидки, получаемой ими от поставщиков, промышленные предприятия, базы министерства торговли — полную торговую скидку, предназначенную для предприятий и организаций потребительской кооперации. Кроме того, при получении предприятиями (объединениями) общественного питания некоторых товаров (муки, сахара, мяса и других) от баз министерства торговли, промышленных предприятий последние предоставляют повышенные торговые скидки.

В процессе анализа доходов на предприятиях (в объединениях) общественного питания оцениваются выполнение плана, темпы их роста, устанавливается отклонение, рассчитывается степень влияния факторов на изменение суммы доходов. При этом необходимо учитывать, что повышение уровня доходов, как одного из факторов, формирующих сумму доходов, происходит в результате увеличения удельного веса продукции с большей наценкой, а также доли товаров, поступающих от промышленных предприятий и с оптовых баз министерства торговли. Методики изучения уровня и суммы доходов в общественном питании и в розничной торговле в основном сходны. Отличие состоит лишь в том, что в общественном питании они изучаются по источникам: торговые скидки, наценки предприятий общественного питания и всего.

В новых условиях хозяйствования возрастает значение экономического анализа доходов хозрасчетного объединения предприятий общественного питания, что обусловлено повышением их роли. В общественном питании, так же как и в розничной торговле, различаются валовые доходы и доходы для образования фонда оплаты труда. Методические подходы к расчету хозрасчетных доходов, т.е. доходов для образования фонда оплаты труда, в общественном питании такие же, как и в розничной торговле.

Расходы (издержки) общественного питания — это расходы по оплате затрат живого и овеществленного труда (материальных средств) на приготовление пищи, реализацию продукции и организацию ее потребления.

Издержки производства и обращения в общественном питании, так же как и в розничной торговле, измеряются в абсолютной сумме и в процентах к обороту. Расходы, выраженные в процентах к обороту, называются уровнем издержек (расходов).

Уровень расходов в общественном питании выше, чем в торговле. Это объясняется тем, что здесь наряду с реализацией пищи осуществляется ее приготовление и организуется питание населения.

Учет, анализ и планирование расходов в общественном питании ведется по общей сумме и уровню и по отдельным статьям, причем последние также рассматриваются по сумме и уровню.

Задача анализа издержек общественного питания сводится к тому, чтобы изучать влияние основных факторов на отклонение фактических расходов от плановых и на этой основе изыскивать резервы сокращения расходов (использование новых, более эффективных видов топлива, оборудования, посуды и т.п.), выявлять нерациональные расходы, устанавливать причины их возникновения, разрабатывать мероприятия, направленные на обеспечение эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Анализ расходов в общественном питании проводится с использованием тех же приемов, что и в розничной торговле.

Так, при изучении общего уровня издержек общественного питания устанавливаются отклонения фактического уровня расходов от планового и от соответствующего показателя предшествующего периода, расчетным путем исчисляется экономия или перерасход в сумме, определяются основные факторы, под влиянием которых происходят эти изменения, измеряется степень их влияния.

В ходе анализа выполнения сметы издержек в общественном питании, так же как и в розничной и оптовой торговле, чтобы установить влияние на изменение расходов товарооборота и остальных факторов, проводится корректировка плановых расходов на фактический товарооборот.

В ходе анализа издержек по статьям выясняются причины отклонений. Для этих целей, наряду с плановой и отчетной информацией, используются данные аналитического и синтетического учета, первичные документы.

В составе издержек общественного питания имеются специфические статьи расходов, что определяет особенности их анализа. Например, износ посуды, столового белья и малоценного инвентаря. К этим расходам относятся; потери от боя фарфорофаянсовой и стеклянной посуды, списание спецодежды, полотенец, скатертей и другого столового белья, затраты, связанные со стиркой, починкой белья и т.п.

В процессе анализа расходов по данной статье фактические элементы затрат сопоставляют с плановыми, определяемыми с помощью технико-экономических расчетов, в результате чего выявляются конкретные причины экономии или перерасхода. В нашем примере перерасход по этой статье в сумме 1,5 тыс. руб. вызван списанием посуды на 0,6 тыс. руб. больше, чем предусмотрено планом, а также сверхплановыми расходами по стирке и починке белья на 0,9 тыс. руб.

В каждом конкретном случае необходимо устанавливать степень виновности работников, допускающих внеплановые расходы, и с учетом этого намечать меры воздействия.

В процессе анализа расходов изучается их динамика. При этом сопоставляются фактические показатели отчетного и предшествующего периодов. Целесообразно сравнивать по переменным расходам уровни, а по условно-постоянным — суммы расходов. Сравнение фактических» показателей за соответствующие периоды позволяет выявлять резервы сокращения затрат, устанавливать нерациональные расходы, проверять обоснованность планов. Анализ общего уровня и суммы издержек общественного питания и расходов по статьям проводится за каждый квартал и в целом за отчетный год.

При осуществлении внутреннего хозяйственного расчета структурными подразделениями (предприятиями) хозрасчетного объединения анализ издержек в них сводится в основном к установлению и оценке отклонений фактических расходов от плановых и расходов соответствующего предшествующего периода. При этом отклонения рассчитываются по общему объему и по статьям. Наряду с оценкой выясняются причины (факторы) отклонений.

В новых условиях хозяйствования основной показатель издержек, т. е. уровень, изучается по годам пятилетки. Этот анализ уровня издержек предусматривает оценку его изменения в том или ином году пятилетки по сравнению с предшествующим и базисным годами.

Заканчивается анализ издержек разработкой мероприятий, предусматривающих повышение экономической эффективности использования трудовых и материальных ресурсов, обсуждение их в коллективе.

Для упрощения финансовых расчетов прямые затраты указаны в общей сумме на единицу каждого вида продукции.

Схема расчета прямых затрат на единицу каждого вида продукции принята следующая:

* наименование материала;
* единицы измерения;
* расход материала на единицу продукции в физическом измерении;
* цена за единицу измерения;
* % потерь материала при производстве.

Результаты расчетов прямых затрат приведены в таблицах 6-18.

Таблица 6. Прямые издержки. Продукт: Кофе

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма, тыс. руб. | Сумма, $ US |
| Расходные материалы | 2,00 | 0,00 |

Всего: 2,00 тыс. руб.

Таблица 7. Прямые издержки. Продукт: Мороженное

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма, тыс. руб. | Сумма, $ US |
| Расходные материалы | 0,40 | 0,00 |

Всего: 0,40 тыс. руб.

Таблица 8. Прямые издержки. Продукт: Коктейли

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма, тыс. руб. | Сумма, $ US |
| Расходные материалы | 0,90 | 0,00 |

Всего: 0,90 тыс. руб.

Таблица 9. Прямые издержки. Продукт: Пирожное

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма, тыс. руб. | Сумма, $ US |
| Расходные материалы | 0,80 | 0,00 |

Всего: 0,80 тыс. руб.

Таблица 10. Прямые издержки. Продукт: Бутерброды

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма, тыс. руб. | Сумма, $ US |
| Расходные материалы | 1,20 | 0,00 |

Всего: 1,20 тыс. руб.

Таблица 11. Прямые издержки. Продукт: Горячие блюда

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма, тыс. руб. | Сумма, $ US |
| Расходные материалы | 3,20 | 0,00 |

Всего: 3,20 тыс. руб.

Таблица 12. Прямые издержки. Продукт: Десертные блюда

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма, тыс. руб. | Сумма, $ US |
| Расходные материалы | 2,30 | 0,00 |

Всего: 2,30 тыс. руб.

Таблица 13. Прямые издержки. Продукт: Спиртные напитки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма, тыс. руб. | Сумма, $ US |
| Спиртные напитки | 23,00 | 0,00 |

Всего: 23,00 тыс. руб.

Таблица 14. Прямые издержки. Продукт: Пиво

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма, тыс. руб. | Сумма, $ US |
| Пиво | 3,20 | 0,00 |

Всего: 3,20 тыс. руб.

Таблица 15. Прямые издержки. Продукт: окорочка гриль

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма, тыс. руб. | Сумма, $ US |
| Окорочка | 3,00 | 0,00 |

Всего: 3,00 тыс. руб.

Таблица 16. Прямые издержки. Продукт: Салаты

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма, тыс. руб. | Сумма, $ US |
| Расходные материалы | 3,50 | 0,00 |

Всего: 3,50 тыс. руб.

Таблица 17. Прямые издержки. Продукт: шампанское

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Сумма, тыс. руб. | Сумма, $ US |
| Шампанское | 18,00 | 0,00 |

Всего: 18,00 тыс. руб.

В процессе производства запланированы следующие ежемесячные постоянные издержки.

Таблица 18. Производство

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | тыс. руб. | $ US | Выплаты | В течение... |
| Налоговые платежи по упрощенной  системе | 3000 | 0 | ежемес. | всего проекта |
| Аренда помещения | 29000 | 0 | ежемес. | всего проекта |
| Транспортные расходы | 3500 | 0 | ежемес. | с 2 по 24 мес. |
| Охрана | 3000 | 0 | ежемес. | с 2 по 24 мес. |
| Прочие расходы | 7000 | 0 | ежемес. | с 2 по 24 мес. |

# 5. Анализ прибыли и рентабельности предприятия общественного питания

Конечный финансовый результат хозяйственной деятельности предприятий и объединений общественного питания характеризуется прибылью. Сумма операционной и балансовой прибыли, а также уровень рентабельности (процентное отношение суммы прибыли к валовому товарообороту) в Общественном питании устанавливаются так же, как и в розничной торговле. Методика анализа этих показателей в общественном питании и в розничной сети аналогична. В процессе изучения выполнения плана прибыли определяется степень влияния товарооборота, планируемых доходов и расходов, непланируемых доходов и потерь на отклонение фактических показателей от плановых.

Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной), окупаемость затрат и т.д. Они более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами. Их применяют для оценки деятельности предприятия и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании.

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп:

1. показатели, характеризующие рентабельность (окупаемость) издержек производства и инвестиционных проектов;
2. показатели, характеризующие рентабельность продаж;
3. показатели, характеризующие доходность капитала и его частей.

Все эти показатели могут рассчитываться на основе балансовой прибыли, прибыли от реализации продукции и чистой прибыли.

Рентабельность производственной деятельности (окупаемость издержек) исчисляется путем отношения валовой (Прп) или чистой прибыли (ЧП) к сумме затрат по реализованной или произведенной продукции (И):

, или



Она показывает, сколько предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Может рассчитываться в целом по предприятию, отдельным его подразделениям и видам продукции.

Рентабельность продаж рассчитывается делением прибыли от реализации продукции, работ и услуг или чистой прибыли на сумму полученной выручки (ВР). Характеризует эффективность предпринимательской деятельности: показывает, сколько прибыли имеет предприятие с рубля продаж. Широкое применение этот показатель получил в рыночной экономике. Рассчитывается в целом по предприятию и отдельным видам продукции.

, или



В процессе анализа следует изучить динамику перечисленных показателей рентабельности, выполнение плана по их уровню и провести межхозяйственные сравнения с предприятиями-конкурентами.

Уровень рентабельности производственной деятельности (окупаемость затрат), исчисленный в целом по предприятию, зависит от трех основных факторов первого порядка: изменения структуры реализованной продукции, ее себестоимости и средних цен реализации.

Факторная модель этого показателя имеет вид:



где

R - Уровень рентабельности производственной предприятия.

П - прибыль от реализации продукции.

VPПобщ - объем резерв роста прибыли от реализации продукции.

УДi - удельный весь i-видов продукции.

Цi - средних цена реализации i-видов продукции.

Сi - себестоимости i-видов продукции.

Составим таблицу, в которой покажем влияние каждого фактора на изменение уровня рентабельности (табл. 19).

1. Изменение уровня рентабельности за счет изменения объема реализованной продукции:

ΔRvрп = Rусл – Rбаз = 55% - 7% = 48%.

1. Изменение уровня рентабельности за счет изменения себестоимости продукции:

ΔRс = Rотч – Rусл = 2,97% - 55% = - 52,03%.

1. Общее изменение уровня рентабельности:

ΔR = Rотч – Rбаз = 2,97% - 7% = -4,03%.1

Тот же результат можно получить как сумму изменений за счет влияния каждого фактора:

ΔR = 48 – 52,03 = -4,03%

Таблица 19. Расчет влияния факторов на изменение уровня рентабельности производственной деятельности в отчетном году

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Условия расчета | | Порядок расчета | Уровень рентабельности, %. |
| выручка, тыс. руб. | Себестоимость продукции, тыс. руб. |
| База | 36107 | 33759 | (В01-С01)/С01 | 7% |
| Усл | 52334 | 33759 | (В02-С01)/С01 | 55% |
| Отчет | 52334 | 50824 | (В02-С02)/С02 | 2,97% |

Полученные результаты свидетельствуют о том, что уменьшение уровня рентабельности произошло в связи с повышением себестоимости продукции. При увеличении себестоимости продукции с 33759 тыс. руб. до 50824 тыс. руб. рентабельность уменьшилась на 52,03%.

Рост выручки реализованной продукции на 16227 тыс. руб. вызвал увеличение уровня рентабельности на 48%.

В итоге общее изменение уровня рентабельности в 2002 г. по сравнению с 2001 г. составило -4,03%. Т.е. с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции, предприятие стало получать прибыли на 4,03 коп. меньше в отчетном году по сравнению с предыдущим.

Проведем анализ рентабельности производственного капитала(П), исчисляемой как отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных средств(F) и материальных оборотных фондов(E):

.



Анализ будем проводить аналогично факторному анализу рентабельности в предыдущих пунктах, т.е. методом цепных подстановок.

Изменение уровня рентабельности производственной деятельности за счет изменения величины балансовой прибыли:

ΔRп = Rусл1 – Rбаз = 2,14% - 5% = -2,86%.

Изменение уровня рентабельности за счет изменения среднегодовой стоимости ОПФ:

ΔRф = Rусл2 – Rусл1 = 2,2% - 2,14% = 0,06%

Изменение уровня рентабельности за счет изменения среднегодовой стоимости остатков оборотных средств:

ΔRс = Rотч – Rусл2 = 2% - 2,2% = -0,2%

Общее изменение уровня рентабельности производственной деятельности:

ΔR = Rотч – Rбаз = 2% - 5% = -3%.

Тот же результат можно получить как сумму изменений за счет влияния каждого фактора:

ΔR = -2,86 + 0,06 +(-0,2) = -3%

Таблица 20. Расчет влияния факторов на изменение уровня рентабельности производственного капитала в отчетном году по сравнению с предыдущим

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Условия расчета | | | Порядок расчета | Уровень рентабельности, %. |
| Балансовая прибыль, тыс. руб.. | Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб. | Среднегодовая стоимость остатков оборотных средств |
| База | 1815 | 20578 | 15208 | П1/(F1+E1) | 5% |
| Усл1 | 766 | 20578 | 15208 | П2/(F1+E1) | 2,14% |
| Усл2 | 766 | 19547 | 15208 | П2/(F2+E1) | 2,2% |
| Отчет | 766 | 19547 | 18560,5 | П2/(F2+E2) | 2% |

По результатам проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

Наибольшее уменьшение уровня рентабельности производственной деятельности произошло в связи с уменьшением величины балансовой прибыли. При снижении величины прибыли на 1049 тыс. руб. уровень рентабельности снизился на 2,86%.

За счет уменьшения среднегодовой стоимости ОПФ на 1031 тыс. руб. уровень рентабельности увеличился на 0,06%.

Увеличение среднегодовой стоимости остатков оборотных средств на 3352,5 тыс. руб. привело к уменьшению рентабельности за счет влияния этого фактора на 0,2%.

# Выводы и предложения

Рентабельность и прибыль хозрасчетных предприятий и объединений общественного питания относятся к качественным показателям. Улучшение их является одним из основных условий дальнейшего развития общественного питания. Значительными резервами для этого служат: увеличение объема выпуска продукции и продажи товаров; рост производительности труда; осуществление режима экономии; укрепление хозяйственного расчета; развитие прогрессивных форм обслуживания потребителей; сокращение звенности движения товаров, повышение эффективности использования материально-технической базы; совершенствование экономической работы на предприятиях общественного питания.

Важную роль в улучшении качественных показателей хозяйственной деятельности играют работники бухгалтерского учета. Они призваны осуществлять повседневный контроль за эффективным использованием трудовых, материальных ресурсов и денежных средств. Например, разрешение бухгалтера на осуществление расходов, связанных с использованием транспортных средств, а также проверка правильности списания топлива, посуды, спецодежды, инвентаря и т.д. служат действенным контролем за рациональным использованием денежных средств и материальных ценностей.

Работники бухгалтерии должны систематически изучать расходы, доходы и прибыль хозрасчетных предприятий общественного питания и их объединений, выявлять резервы, разрабатывать мероприятия по их мобилизации, принимать активное участие в их выполнении, непрерывно совершенствовать свою квалификацию.

По результатам анализа можно сделать следующие предложения:

Во-первых, для получения максимальной прибыли предприятие должно наиболее полно использовать находящиеся в его распоряжении ресурсы, и в первую очередь оно должно использовать возможный резерв по производству на имеющемся у него оборудовании дополнительной продукции. Увеличение выпуска снижает издержки на единицу продукции, т.е. затраты на ее изготовление в расчете на единицу продукции снижаются, а следовательно, снижается себестоимость, что в конечном итоге ведет к увеличению прибыли от реализации продукции. Ну а кроме этого, дополнительное производство рентабельной продукции уже само по себе дает дополнительную прибыль. Таким образом, при увеличении выпуска и, соответственно, реализации рентабельной продукции увеличивается прибыль в расчете на единицу продукции, а также увеличивается количество реализуемой продукции, каждая дополнительная единица которой увеличивает общую сумму прибыли. Вследствие этого, увеличение выпускаемой рентабельной продукции при условии ее реализации дает значительный прирост объема прибыли. В нашем случае дополнительный прирост объема выпускаемой продукции может дать предприятию 1812 тыс. руб. дополнительной прибыли.

Во-вторых, снижение себестоимости также значительно может увеличить получаемую предприятием прибыль. Как описывалось в предыдущем пункте, одним из факторов снижения себестоимости является увеличение объема выпускаемой продукции. Другими факторами являются:

* Улучшение уровня организации производства, имеющее своей целью свести к минимуму или вообще ликвидировать нерациональные издержки.

Слаженная работа всех составляющих производственного процесса (основного, вспомогательного, обслуживающего производства).

* Оптимизация потоковых процессов на предприятии.

В-третьих, немаловажным фактором получения дополнительной прибыли является оптимизация структуры сбыта. При проведении данной оптимизации удельный вес продукции, реализуемой по договорным, более высоким ценам, должен увеличиться до своего максимального уровня, а в идеале – до 100%. Соответственно, доля продукции, реализуемой предприятием другим организациям по линии взаимозачетов по более низким ценам должна быть как можно ниже.

# Заключение

Общественное питание выполняет три взаимосвязанные функции: производство готовой продукции, ее реализацию и организацию потребления. Деятельность предприятий общественного питания в процессе выполнения этих трех функций характеризуется рядом признаков, сближающих их с предприятиями пищевой промышленности и розничной торговли.

Выполнение функции реализации сближает предприятия общественного питания с предприятиями розничной торговли. Предприятия общественного питания, как и предприятия розничной торговли, реализуют продукцию населения в обмен на его денежные доходы. Общественное питание организационно входит в состав торговли. Его оборот составляет более 10% общего розничного товарооборота государственной и индивидуальной торговли страны. Однако по характеру реализации продукции предприятия общественного питания существенно отличаются от предприятий розничной торговли, так как они не только реализуют, но и организуют потребление готовых блюд и кулинарных изделий и предоставляют населению различные виды услуг.

Более двух третей реализуемой предприятиями общественного питания продукции является продукцией собственного производства, а в заводских и фабричных столовых удельный вес ее товарообороте достигает 80% и даже 90%.

До 90% труда, затрачиваемого в общественном питании, является производительным, то есть связанным с созданием новых потребительских стоимостей. Поэтому в классификации отраслей народного хозяйства общественное питание относится к сфере материального производства.

Основными задачами предприятий общественного питания являются наиболее полное удовлетворение спросов населения, улучшения качества выпускаемой продукции, повышение культуры обслуживания.

На основании проведенного в работе анализа можно сделать следующий вывод. Пути увеличения прибыли очевидны:

* увеличение объёма реализации продукции, при этом необходимо помнить, что это небеспредельно, т.к. в любой отрасли существует момент, с которого начинается отрицательная отдача от масштаба;
* снижение уровня себестоимости, что тоже небеспредельно, т.к. при производстве любой продукции всегда существует необходимый минимум затрат;
* увеличение оптовых цен на продукцию. Этот фактор при совершенной конкуренции в большей степени зависит не от хозяйствующего субъекта, а от общеэкономической ситуации в стране;
* увеличение в составе реализованной продукции доли изделий с рентабельностью выше средней (т.е. сдвиги в структуре);
* отлаженность ритмичности производства и отгрузки продукции, улучшение качества и конкурентоспособности товаров, оптимизация запасов готовой продукции на складах и т.д.

Таким образом, мы выявили несколько возможностей для увеличения прибыли, но в каждом случае существует своя опасность, так как любое начинание связано с определенными затратами. В условиях нашей страны (кризисы, инфляция, неплатежи) риск увеличивается в несколько раз. Но как бы то ни было, реальные варианты существуют и их необходимо использовать.

# Список литературы

1. Закон РФ «О потребительской кооперации в РФ»
2. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. – М.: Финансы и статистика, 1993
3. Верглинская Н.В. Доходы объединения предприятий общественного питания и их формирования в свете нового хозяйственного механизма. Центросоюз СССР. Московский ордена Дружбы народов кооперативный институт. М., 1987
4. Кудрявцев А.А. Анализ хозяйственной деятельности кооперативных организаций. – М.: Экономика, 1990
5. Шеремет А.Д., Сайфуллин Р.С. Методика финансового анализа. – М.: Инфра-М., 1995
6. Маркарян Э.А., Герасименко Г.П. Финансовый анализ. – М., Приор, 1997
7. Ефимова О.В. Финансовый анализ. – М., Бухучет, 1998
8. Ковалев В.В. Финансовый анализ. – М., Финансы и статистика, 1996
9. Хеддервик К. Финансово-экономический анализ деятельности предприятий – М., Финансы и статистика, 1996
10. Едронова В.П., Медиковский Е.А. Учет и анализ финансовой активности. – М., Финансы и статистика, 1995
11. Чернов В.А. Анализ коммерческого риска. – М., Финансы и статистика, 1997
12. Журнал «Бухгалтерский учет»
13. Газеты «Экономика и жизнь», «Финансовая газета» и др.
14. Ведомственные материалы
15. Брошюры, статьи и другие периодические издания