**План**

1. Введение. Значение экономического анализа в улучшении показателей деятельности предприятия общественного питания

2. Экономическая характеристика предприятия

3. Анализ оборота по выпуску продукции и его значение

4. Анализ выполнения плана реализации по общему объему и ассортименту по предприятию

5. Выводы и предложения. Мероприятия по увеличению выпуска продукции в общественном питании, расширению ассортимента и росту товарооборота

6. Список литературы

7. Приложения

**1. Введение. Значение экономического анализа в улучшении показателей деятельности предприятия общественного питания**

Переход к рыночной экономике сопровождается изменениями в деятельности предприятия общественного питания. Они связанны с углублением самостоятельности предприятия, совершенствовании методов хозяйствования, появлением новых целевых ориентиров, направленных на повышение конкурентоспособности.

Обеспечение эффективного функционирования организаций требует экономически грамотного управления их деятельностью, которое во многом определяется умением ее анализировать. С помощью анализа изучаются тенденции развития, глубоко и системно исследуются факторы изменения результатов деятельности, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производства, оцениваются результаты деятельности предприятия, вырабатывается экономическая стратегия его развития.

Анализ хозяйственной деятельности является научной базой принятия управленческих решений в бизнесе. Для их обоснования необходимо выявлять и прогнозировать существующие и потенциальные проблемы, производственные и финансовые риски, определять воздействие принимаемых решений на уровне рисков и доходов субъекта хозяйствования.

Анализ товарооборота предприятия позволяет оценить достигнутые результаты, развитие товарооборота по видам и формам, реалистичность стратегии предприятия в развитии товарооборота, сравнить масштабы деятельности данного предприятия. Оценка достигнутого – основа планирования показателей на перспективу.

Механизм экономического обоснования включает в себя определение приоритетных целей, учет факторов и конъюнктуры развития рынка и осуществляется на конкретных примерах расчета объема и структуры оборота, снабжения предприятий сырьем и товарами.

Экономический анализ играет важную роль в хозяйст­венной деятельности, в достижении наилучших резуль­татов при наименьших затратах. В новых условиях хо­зяйствования его значение возрастает. Расширение прав и повышение ответственности потребительских обществ, предприятий и организаций общественного питания за результаты проведенной работы, пе­реход на экономические методы управления, развитие хо­зяйственного расчета, его углубление обусловливают не­обходимость более тщательного и всестороннего иссле­дования социально-экономических процессов и явлений, обеспечение правильной оценки результатов хозяйствен­ной деятельности, выявление имеющихся резервов, уст­ранение фактов бесхозяйственности, обобщение и рас­пространение передового опыта, внедрение в практику достижений науки и техники.

Экономический анализ, как правило, начинается с оценки выполнения планов хозяйственно-финансовой де­ятельности. На основе данных, характеризующих выпол­нение планов и изменение показателей во времени, оценивается работа отдельных работников и коллектива в целом.

Экономический анализ тесно связан не только с пла­нированием, но и с другими элементами хозяйственного механизма. Так, в процессе изучения хозяйственной де­ятельности устанавливается положительное или отрица­тельное влияние экономических рычагов и стимулов на результаты работы, соответствие применяемых методов и стиля руководства новым условиям хозяйствования. На основе материалов анализа дается оценка действенности этих инструментов хозяйственного механизма, разраба­тываются и осуществляются предложения по их совер­шенствованию.

Повседневный анализ хода выполнения плана про­дажи товаров населению, выпуска и реализации произ­веденной продукции, заготовок и отгрузок продукции и сырья позволяет устанавливать от­клонение фактических показателей работы от плановых, выявлять причины, вызывающие эти отклонения, намечать конкретные мероприятия по их устранению.

Немаловажную роль экономический анализ играет в выявлении и устранении имеющихся недостатков, допу­щенных ошибок, просчетов в хозяйственно-финансовой деятельности во всех звеньях планового руководства.

В современных условиях возрастает значение анализа в управлении, что обусловлено огромными и постоянно растущими масштабами общественного производства, ус­ложнением экономических связей и взаимоотношений, высоким уровнем концентрации средств производства, развитием специализации, кооперации, внедрением но­вого хозяйственного механизма.

 В ходе экономического анализа решаются определенные задачи. В числе этих задач:

- оценка хода перестройки; изучение хода выполнения директивных установок правительства в об­ласти экономического и социального развития страны; оценка выполнения планов хозяйственно-финансовой де­ятельности, напряженности плановых заданий, темпов роста или прироста, проявления закономерностей разви­тия;

- установление факторов, формирующих отклонение фактических результативных показателей от плановых, их изменение в динамике, измерение степени влияния факторов-причин на эти изменения;

- выявление внутренних резервов улучшения показа­телей, повышения экономической эффективности использования всех видов ресурсов, устранение имеющихся недостатков в работе;

- осуществление повседневного контроля за ходом вы­полнения планов, заданий, содействие успешному их вы­полнению;

- разработка конкретных мероприятий по мобилизации имеющихся резервов, устранению недостатков в работе, распространению передового опыта, повышению активности, деловитости работников, воспитанию трудящихся в духе сознательного, добросовестного отношения к труду;

- накопление аналитического материала, необходимого для разработки планов, повышения их обоснованности.

Успешное решение каждой задачи экономического анализа имеет большое значение. От того, насколько правильно, например, устанавливаются факторы, влияющие на ход выполнения плана, точно измеряется степень их влияния, во многом зависит действенность, результатив­ность анализа. Так, изучение степени влияния на выпол­нение плана товарооборота таких факторов, как поступ­ление товаров, изменение объема и структуры товарных запасов, частота завоза товаров, правильность установ­ленного режима работы магазинов и др., позволяет вскрывать резервы увеличения товарооборота, устанав­ливать конкретные причины невыполнения плана, низ­ких темпов роста, например товарооборота, и на этой основе разрабатывать мероприятия, обеспечивающие улуч­шение торгового обслуживания населения.

Необходимым условием успешного выполнения задач, решаемых экономическим анализом, является совершен­ствование самого анализа, повышение уровня аналити­ческой работы. В этих целях необходимо шире внедрять в практику аналитической работы современную вычис­лительную технику, совершенствовать методические приемы и информационную базу анализа.

**2. Экономическая характеристика предприятия**

Предприятие общественного питания – это предприятие, предназначенное для производства кулинарной продукции, мучных кондитерских и хлебобулочных изделий, их реализации и организации потребления. Общественное питание представляет собой отрасль народного хозяйства, основу которой составляют предприятия, характеризующиеся единством форм организации производства и обслуживания потребителей.

Столовая - это предприятие общественного питания, осуществляющая выпуск обеденной продукции, полуфабрикатов и покупных товаров.

Столовая кооперативного техникума расположена по адресу – улица Ленина, 82. Вход оборудован выносным козырьком, который обеспечивает удобство для посетителей. Внешний вид столовой оформлен вывеской, в которой указан режим работы предприятия (с 800 до 1700 часов. Выходной: суббота, воскресенье) и время обслуживания посетителей (с 1100 до 1400).

Столовая была построена в 1985 году по типовому проекту и представляет собой, отдельно стоящее здание. Столовая обслуживает горячим питанием и выпуском продукции собственного производства студентов и сотрудников техникума, а также работников близ лежащих предприятий, таких как «Скорая помощь», «Торг-сервис», Дом художника, городской военный комиссариат и др.

Столовая Старооскольского кооперативного техникума его структурное подразделение и находится на балансе техникума.

Общая площадь столовой составляет 305 квадратных метров, в том числе площадь обеденного зала 112 квадратных метров. В состав помещений столовой входят: гардероб, туалетные комнаты, раздаточная, обеденный зал, горячий цех, мясной цех, овощной цех, две холодильных среднетемпературных камер для хранения мяса и овощей, кабинет заведующей производством, банкетных зал, моечная, помещения для бакалейных товаров. Столовая рассчитана на 80 посадочных мест.

На территории прилегающей к столовой, доступной для потребителей, не проводятся погрузочно–разгрузочные работы, не производится складирование тары, не размещают контейнеры с мусором. Площадки с мусоросборниками удалены от окон и дверей столовой более чем на 20 метров.

В столовой предусмотрены аварийный выход, система оповещения и средства защиты от пожара. Столовая оснащена инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими необходимый уровень комфорта, в том числе: горячее и холодное водоснабжение, канализация, отопление, вентиляция и телефонная связь.

Микроклимат в столовой создается системой вентиляции, обеспечивающей допустимые параметры температуры и влажности. Мебель в обеденном зале стандартная, облегченной конструкции. Столы имеют гигиеническое покрытие. Столовая посуда и приборы выполнены из нержавеющей стали, а также полуфарфора, стеклянная посуда из прессованного стекла. Меню оформлено рукописным способом. Для персонала обязательным является наличие санитарной одежды.

Столовая выпускает следующие виды продукции, которая реализуется в буфете техникума: пиццы, пирожки в ассортименте, котлеты в тесте, булочки и другое.

В столовой имеется необходимое технологическое оборудование:

- тестомесильная машина;

- пекарский шкаф;

- электросковорода;

- две электроплиты;

- мармиты;

- электромясорубка;

- картофелечистка;

- морозильный ларь (где хранится мясо при температуре – 180С);

- холодильный шкаф и т.д.

Столовая также является базой практики для студентов специальности «Технология продукция общественного питания», где студенты отрабатывают практические знания.

Столовая является сертифицированным предприятием. Сертифицированными являются три услуги столовой: услуга питания, услуга по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий через магазин и отделы кулинарии. Для осуществления своей деятельности столовая располагает всеми необходимыми документами:

- Сборниками рецептур блюд и изделий;

- Должностными инструкциями работников;

- Техническими картами;

- Бракеражными журналами.

А также осуществляет свою деятельность на основе договоров на вывоз мусора, на стирку столового белья, на санитарную обработку предприятия, ремонт и обслуживание всех видов торгово-технологического оборудования. Штатное расписание работников составляет шесть человек: заведующая производством, повар IV разряда, 2 кондитера IV разряда, кассир-контролер и кухонная рабочая. Структурной единицей столовой является буфет, расположенный в здании техникума.

Основными источниками поступления сырья и готовой продукции в столовую являются:

По покупным товаром

* Оптовые базы города (маргарин, яйца, майонез, томатная паста, крупы, сахар и т.п.);
* Старооскольский комбинат хлебопродуктов (хлеб);
* Перерабатывающий комплекс «Стойленский» (колбасные изделия, растительное масло);
* Старооскольский сыродельный завод (сыр);

Личные подсобные хозяйства граждан (картофель, морковь, свекла, луки и мясо).

Розничный товарооборот буфета и столовой за 2006 год составил 1803400 рублей. На 2007 год доведен план в размере 2130000 рублей.

Товарооборот столовой и буфета в месяц в среднем составляет 150000 рублей.

**3. Анализ оборота по выпуску продукции и его значение**

Источниками информации для экономического анализа служат материалы оперативной, статистической и бухгалтер­ской отчетности, акты ревизий, лабораторных анализов.

Анализ производственной программы начинают с общего анализа выпуска блюд. В процессе анализа рассчитывают процент выполнения плана, динамику, равномерность и рит­мичность выпуска блюд в целом и в ассортименте; изучают динамику средней продажной цены одного блюда (оборот по обеденной продукции, деленный на количество блюд), срав­нивая ее с плановой ценой и ценой за ряд прошлых лет; дают оценку продукции с точки зрения соотношения между выпус­ком первых, вторых и третьих блюд, холодных и горячих закусок, а внутри них - между мясными, рыбными, молочны­ми и другими блюдами; сопоставляют степень выполнения плана по обеденной продукции и выпуску блюд. Динамику товарооборота необходимо изучить в действующих и сопос­тавимых ценах. Если имело место изменение цен, то товаро­оборот отчетного периода следует перевести в цены базисно­го периода путем деления товарооборота отчетного периода на индекс цен.

При анализе выпуска прочей продукции собственного производства определяют степень выполнения задания по выпуску полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изде­лий, напитков, выявляют динамику их выпуска, изучают из­менение удельного веса прочей продукции собственного про­изводства в общем обороте продукции собственного произ­водства, структуру прочей продукции.

В процессе анализа оборота по покупным товарам рассчи­тывают процент выполнения плана и динамику продажи этих товаров, их долю во всем товарообороте, изучают структуру покупных товаров.

Чтобы рассчитать отклонение товарооборота, используем формулу:

,

где *Т* – товарооборот столовой,

 *Ф* - фактический показатель,

 *П* - планируемый показатель.

Из данных бухгалтерского учета возьмем основные показатели 2006, 2007 года план и факт и получим:

1) 2006 год отклонение оборота по продукции собственного производства;

2) 2007 год отклонение оборота по продукции собственного производства;

3) 2006 год весь товарооборот общественного питания;

4) 2007 год весь товарооборот общественного питания. Данные запишем в таблицу (см. Приложение №1).

Динамику товарооборота в тыс. руб. рассчитываем по формуле:

,

где *Д* – динамика,

 *Фп –* фактический показатель предшествующего года,

 *Фо –* фактический показатель отчетного года.

1) 2006/2007 года динамика по обороту продукции собственного производства;

2) 2006/2007 года динамика по общему товарообороту общественного питания;

3) 2006/2007 года динамика по обороту покупной продукции;

4) 2006/2007 года динамика по доходам;

5) 2006/2007 года динамика по расходам.

Данные запишем в таблицу (см. Приложение №1).

Динамику товарооборота в % рассчитываем по формуле:

,

где *Оп –* отклонение предшествующего года,

 *Оо* – отклонение отчетного года.

1) - 2006/2007 года динамика товарооборота в % оборота по продукции собственного производства;

2) - 2006/2007 года динамика товарооборота в % общего товарооборота общественного питания;

3) - 2006/2007 года динамика в % доходы;

4) - 2006/2007 года динамика в % расходы.

Рис. 1. Диаграмма товарооборота продукции

Товарооборот продукции столовой Старооскольского кооперативного техникума за 2006 - 2007 года представлены в виде таблицы (см. Приложение № 1)

На основании данных таблицы, планируемый товарооборот продукции собственного производства в 2007 году превышает товарооборот в 2006 году на 2653,00 рубля, а оборот по покупным товарам в 2007 году меньше, чем 2006 году на 8095,00 руб. Это говорит о том, что реализация продукции собственного производства развивается и приносит большую прибыль с каждым годом.

По результатам анализа товарооборота разрабатывают предложения по дальнейшему улучшению ассортимента и качества изготовляемой продукции, повышению доли про­дукции собственного производства в общем товарообороте общепита.

Выполнение плана товарооборота и производственной программы зависит от обеспеченности предприятий общест­венного питания товарными ресурсами, правильности их рас­пределения и использования.

Анализ поступления сырья, полуфабрикатов и покупных товаров проводят по общему объему, источникам поступле­ния, ассортименту и основным поставщикам.

В процессе анализа рассчитывают процент выполнения плана и динамику поступления товаров, стоимость продуктов и сырья на 1 руб. товарооборота.

Анализ выполнения плана по выпуску полуфабрикатов, кулинарных, кондитерских изделий и другой продукции представлены в виде таблицы (см. Приложение № 3)

На основании таблицы рост выпуска продукции наблюдается по всем видам продукции, кроме сладких блюд.

В завершение анализа товарооборота и выпуска продукции за год необходимо разработать мероприятия, на­правленные на устранение выявленных недостатков, изыска­ние резервов увеличения выпуска продукции.

При обосновании и анализе товарооборота учитывают факторы повышения его объема. Важнейшими из них явля­ются:

- изучение спроса потребителей;

- расширение и обновление ассортимента продукции соб­ственного производства;

- проведение рекламных мероприятий;

- организация дополнительных мест для обслуживания посетителей в летний период;

- ритмичная обеспеченность сырьем, товарами;

- увеличение пропускной способности обеденного зала за счет прогрессивных форм обслуживания, совершенствования режима работы;

- внедрение новых технологий приготовления продукции общественного питания.

**4. Анализ выполнения плана реализации по общему объему и ассортименту по предприятию**

Механизм экономического обоснования объема и структуры товарооборота предприятия питания включает в себя определение приоритетных целей, обеспечение взаимосвязи между показателями, учет факторов и конъюнктуры развития рынка, эффективности действующе­го законодательства.

Методы планирования зависят от объекта планирования, типа предприятия питания, организационного построения предприятия питания и временного фактора. Долгосрочное планирование в основном характерно для крупных рестора­нов в условиях насыщенного рынка. Текущее оперативное планирование осуществляется на различных предприятиях.

Любого кон­кретный количественный показатель, в частности, планирование товаро­оборота, состоит из шести этапов:

- анализ ситуаций;

- планирование целей (результатов);

- планирование средств, необходимых для достижения целей;

- принятие решений;

- планирование реализации;

- контроль (по критерию успеха).

План товарооборота общественного питания составляется в определенной последовательности. Основная его часть - реализация продукции собственного производства, разраба­тываемая на базе производственной программы (оборота соб­ственной продукции в натуральном исчислении). Поэтому первоначально рассчитывают производственную программу предприятия.

Так как в состав предприятия могут входить хозяйствен­ные единицы, имеющие различную специализацию (кафе быстрого обслуживания), типы (столовая, кафе, ресторан), разный состав обслуживаемого контингента, спрос, то в каждом конкретном случае используются различные методы.

Расчет может быть произведен на основе данных о чис­ленности потребителей, пользующихся услугами предпри­ятий общественного питания, по данным ожидаемого выпол­нения производственной программы за предплановый период, по данным изучения спроса потребителей, на основе планово­го меню, рациональных норм потребления.

B практике работы выпуск блюд чаще всего планируется по численности потребителей и по данным ожидаемого вы­полнения плана за отчетный период.

Для Столовой кооперативного техникума, обслуживающую, в основном, постоян­ный контингент, выпуск продукции в блюдах представляется возможным определить по численности по­требителей и среднему количеству блюд в расчете на одного человека.

Численность потребителей, пользующихся услуга­ми общепита, рассчитывают несколькими способами:

- выборочным подсчетом,

- по реализации вторых блюд (объем реа­лизации столовой за анализируемый период);

- по общей реа­лизации блюд (общее количество проданных блюд за анали­зируемый период делят на количество рабочих дней в этом периоде и на среднее количество блюд), приходящихся на одного посетителя и др.

Общий выпуск блюд на плановый период определяют пу­тем умножения среднедневной плановой численности потребителей на количество рабочих дней столовой в планируемом периоде на среднее количество блюд приходящихся на одного потребителя в день.

Столовая кооперативного техникума обслуживает студентов и работников близлежащих предприятий и организаций. Их численность в 2007 году в среднем составила 1540 человек. Ежедневно столовая реализует в среднем 180 вторых блюда (т.е. 40% обучающихся и работников обслуживаются в данной столовой).

В планируемом 2008 году численность обслуживаемых посетителей увеличится до 1600 человек, процент охвата их услугами общественного питания будет доведен до 45%.

Таким образом, выпуск блюд исходя из потребления в среднем 2,3 блюда на одного посетителя, при работе столовой 194 дня, в планируемом году составит:

2,3 х 194 х 1600 х 45 /100 = 321 тыс. блюд.

После определения общего объема выпуска блюд определяют выпуск первых, вторых и третьих блюд, холодных и горячих закусок.

Для этого общее количество блюд, предусмотренное планом, умножают на удельный вес каждой группы блюд, который опре­деляют на основе отчетных данных за ряд лет, внося в него соот­ветствующие коррективы с учетом материалов изучения спроса населения, сырьевых возможностей и т.д.

Рассчитанный указанным способом план выпуска блюд в об­щем объеме и ассортименте увязывают с возможностями мате­риально-технической базы, производственной мощностью кухни и пропускной способностью обеденных залов.

Затем определяют оборот по обеденной продукции путем ум­ножения объема запланированных к выпуску блюд на среднюю цену одного блюда. Среднюю цену одного блюда определяют по данным текущего года с учетом возможностей ее снижения (уве­личения) за счет увеличения реализации блюд из недорогих (дорогостоящих) видов сырья. Планирование прочей продукции собственного производства осуществляют как в натуральных, так и в стоимостных показателях. Для этого ожидаемый выпуск прочей продукций каждого вида за текущий период корректи­руют с учетом увеличения объема и улучшения структуры про­изводства.

При этом используют материалы изучения спроса населения, заказы розничной торговли, возможности материально-техничес­кой базы.

Весь оборот по продукции собственного производства пред­приятий общественного питания исчисляется суммированием оборотов по обеденной и прочей продукции собственного произ­водства.

Реализацию покупных товаров планируют только в стоимо­стных показателях по предприятиям в зависимости от их типа, спроса потребителей и уровня реализации этих товаров в отчет­ном периоде. Объем товарооборота по покупным товарам опре­деляют, обычно, как разность между общим объемом товарообо­рота и объемом по продукции собственного производства.

Для работы предприятий общественного питания необходимо снабжение их сырьем, полуфабрикатами, покупными товарами в определенном количестве и ас­сортименте для обеспечения выпуска кулинарной продукции и товарооборота.

План снабжения предприятий питания разрабатывается в форме баланса и состоит из следующих разделов.

1. Потребность в сырье, товарах.

2. Запасы сырья и товаров на начало и конец планового
периода.

3. Поступление сырья и товаров.

Планирование снабжения сырьем и товарами начинается с анализа выполнения плана за прошлые годы и текущий пери­од. Кроме того, исходной информацией для планирования служат данные об объеме товарных ресурсов, нормы расхода сырья на единицу изделия, плановая производственная про­грамма, объем запланированной продукции и товарооборота.

Важным моментом в разработке плана снабжения является расчет потребности в сырье и покупных товарах.

Потребность в сырье для выпуска обеденной продукции можно рассчитать как по индивидуальным, так и по средне-групповым нормам. Индивидуальные нормы расхода сырья определяют по «Сборнику рецептур блюд и кулинарных из­делий».

**5. Выводы и предложения. Мероприятия по увеличению выпуска продукции в общественном питании, расширению ассортимента и росту товарооборота**

Значение экономического анализа сводится к тому, чтобы повышать социально-экономическую эффективность работы предприятий, внедрять достижения 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:

- 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;

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

Деятельность 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 предприятий общественного питания взаимо­связаны и непрерывно изменяются. Они выступают в ка­честве объекта экономического анализа.

Для изучения деятельности предприятий общественного питания используются:

- данные о численности обслуживаемого населения, производст­венных предприятий, о 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;

- бухгалтерская отчетность;

- оперативная отчетность;

- первичные документы и т. п.

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. При этом 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.

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 должны заниматься производством, реализацией и организацией потребления товаров населением. Этим также объясняются некоторые различия показателей общественного питания и розничной торговли. В процессе анализа товарооборота общественного питания должны определяются:

1. выполнение плана, его динамика в целом, по видам и предприятиям;
2. изменение удельного веса продукции собственного производства во всем обороте;
3. объем ее продажи в среднем в расчете на одного человека и т. п.

В ходе анализа товарооборота выясняются конкретные причины, вызвавшие увеличение или снижение выпуска и реализации продукции собственного производства и покупных товаров.

Анализ хозяйственной деятельности предприятий общественного питания должен предусматривать изучение состава расходуемых продуктов. В ходе анализа деятельности предприятий должно изучаться качество приготовления пищи, степень охвата населения услугами общественного питания. Оценка качества пищи, должна даваться на основе актов проверки работы предприятий работниками санитарно-эпидемиологической службы.

Предприятиям общественного питания должно устанавливаться плановое задание по выпуску полуфабрикатов, кулинарных, кондитерских и других изделий других видов прочей продукции собственного производства. Анализ выполнения этих заданий проводится в целом по предприятию, кроме того, изучается динамика данных показателей, степень удовлетворения спроса населения на полуфабрикаты, кулинарные и другие виды продукции собственного производства.

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

Анализ показателей товарооборота предприятий общественного питания проводится за месяц, квартал (по месяцам) и год (по кварталам).

**6. Список литературы**

1. Гордиец Л. Н., Игонина В. И. «Анализ и планирование показателей в общественном питании: Учебное пособие – г. Мытищи Московская обл.: ЦУМК Центросоюза РФ, 2001. – 108 с.

2. ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий»

3. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятий общественного питания. – Минск: ООО ФУАинформ, 2003. – 288 с.

4. А.А. Кудрявцев «Анализ хозяйственной деятельности кооперативных организаций» - М.: Экономика, 1990. – 239 с.