## 1. Анализ экономической эффективности торгового предприятия

Я работаю в столовой «Катрин», она работает с 900 до 2300 без перерыва и выходных. Здесь представлен широкий ассортимент пивной продукцией.

Общество с ограниченной ответственностью «Катрин» учреждено на основании Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона РФ от 08 февраля 1998 года № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью», решением № 1 единственного Участника Зайцева Андрея Валерьевича от 03 февраля 2005 года.

Место нахождения предприятия: Россия, г. Брянск, ул. Дуки, 80. По данному адресу находится единоличный исполнительный орган - Генеральный директор.

Уставный капитал Общества на момент государственной регистрации оплачен Участником денежными средствами наполовину (50%) в сумме 5.000 рублей. Оставшаяся неоплаченная часть Уставного капитала подлежит оплате Участником в течение одного года с момента государственной регистрации Общества.

Показатели, характеризующие размер изучаемого предприятия представим в виде таблицы.

Таблица 1 - Показатели, характеризующие размер изучаемого

 предприятия

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. | Абсолютное отклонение 2006 к 2005 г. | Абсолютное отклонение 2007 к 2006 г. |
| Товарооборот, тыс. руб. | 13491 | 14593 | 24664 | 1102 | 10071 |
| Валовая прибыль, тыс. руб. | 211 | 739 | 103 | 528 | -636 |
| Среднегодовая стоимость основных средств, тыс.руб. | 10 | 15 | 23 | 5 | 8 |
| Численность работников, чел. | 19 | 20 | 20 | 1 | 0 |

Товарооборот увеличивался на протяжении трех лет. Наиболее значительное увеличение произошло в 2007 г. По сравнению с 2006 г. товарооборот увеличился на 10071 тыс. руб.

Валовая прибыль за рассматриваемый период была непостоянной.

Среднегодовая стоимость основных средств с 2005 по 2007 г. постоянно увеличивалась.

Среднесписочная численность работников в 2006 г. по сравнению с 2005 г. увеличилась на 2 человека и на протяжении двух лет не менялась.

Таблица 2 - Товарооборот за четвертый квартал 2007 г., тыс. руб.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Период | Товарооборот | Прибыль |
| Октябрь | 2721 | 31 |
| Ноябрь | 2788 | 37 |
| Декабрь | 3005 | 41 |

Таблица по товарообороту свидетельствует о том, что прибыль увеличивается к концу 4 квартала.

Состав и должностные оклады работников изучаемой организации представим в виде таблицы.

У нас очень дружный и хороший коллектив. Благодаря этому предприятие не стоит на месте, а двигается вперед. Персонал работает, за счет этого магазин получает прибыль. Наш персонал состоит из:

Таблица 3 - Состав и должностные оклады работников ООО «Катрин»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Профессия | Количество | Должностной оклад, тыс. руб. |
| Директор | 1 | 10 |
| Бармен | 2 | 5+% |
| Главный бухгалтер | 1 | 7 |
| Посудомойщица | 2 | 3,5 |
| Официанты | 2 | 4+% |
| Менеджер | 5 | 2+% |
| Кассир | 2 | 1,5+% |
| Грузчик | 1 | 3,5 |
| Повара | 4 | 3,1 |

Заработная плата руководителей на предприятии ООО «Катрин» складывается из оклада и премии. В зависимости от должности существует почасовая оплата труда. Сумма оклада складывается из совокупности отработанных часов. Премия зависит от товарооборота предприятия. Затем общая премия для руководителей делится в соответствии с занимаемой должностью.

Заработную плату бухгалтера составляет оклад.

Заработная плата менеджера складывается из оклада и процента от сделок.

В состав заработной платы кассира также входит оклад и проценты от проданного объема продукции.

Оплата труда у грузчика и охранника состоит из оклада.

## 2. Организация приемки пивной продукции по количеству и качеству

Приемка пива по количеству и качеству производится в соответствии с Инструкциями о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству и качеству. Особыми условиями поставки, пива, а также договорами.

Доставка пива на торговые предприятия производится в закрытых автомашинах или авторефрижераторах.

Допускается транспортирование ящиков с бутылками, а также бочек с пивом в открытых автомашинах, укрытых в летнее время брезентом или другой плотной тканью, а в зимнее - автопледом. Доставка пива на торговые предприятия, оборудованные стационарными изотермическими емкостями, производится в изотермических автоцистернах.

Бутылки с напитками должны иметь этикетки утвержденного образца (кроме бутылок с металлическими кроненпробками, где обозначены название напитка, наименование завода-изготовителя и дата изготовления), содержащие данные:

* наименование напитка;
* товарный знак или наименование предприятия-изготовителя, базы (в случае розлива на базе);
* емкость бутылки;
* стандарт;
* дату розлива;
* розничную цену.

Пастеризованное пиво должно иметь на этикетке дополнительную надпись "Пастеризованное".

Деревянные бочки должны иметь выжженные на дне:

* товарный знак или наименование предприятия-изготовителя;
* емкость в литрах;
* номер бочки.

Такие же обозначения должны иметь алюминиевые бочки и изотермические цистерны.

Кроме того, на бочках и цистернах должны быть наклеены этикетки с указанием наименования напитка, предприятия-изготовителя, даты розлива и соответствующего стандарта.

Приемка не соответствующих стандартам или техническим условиям безалкогольных и слабоалкогольных напитков запрещается.

## 3. Информация о товарах для потребителей

Как известно, пиво бывает светлое и темное (нерусские надписи Light и Dark давно не смущают русский пытливый ум). Первое производится из светлого или слегка поджаренного солода (в зависимости от сорта пива возможно добавление кукурузы, риса, пшеницы и т. д.). Темное же пиво варят из солода хорошо прожаренного (карамельного) или копченого, иногда с добавлением пережженного сахара.

Крепость пива, или объемный процент содержания алкоголя (на американском пиве указан весовой процент, который переводится в объемный умножением на 1,26). Этот показатель редко остается без внимания. Заметим только, что при крепости 5% полулитровая бутылка пива содержит 25 мл чистого спирта, что соответствует 60 мл водки. Вполне достойная рюмашка. Однако варение пива - это искусство, и предсказать результат с большой точностью невозможно. "Градусы" можно измерить, когда пиво уже готово.

Поэтому многие производители корректно пишут на своих этикетках: "Содержание алкоголя - не менее...". Наиболее же честные пивовары вместе с датой производства указывают на упаковке точное содержание алкоголя именно в этой, свежесваренной партии пива. Например, у баночки "Ranch Pilsner Beer" лазерная надпись на донышке: 4,6 vol.

Безалкогольное пиво, на удивление, в нашей стране дешевле, чем алкогольное. По технологии изготовления (если варить так, как когда-то впервые его стал варить г-н Гиннесс) оно должно быть дороже. Возможно, как безалкогольный напиток, оно освобождено хотя бы от части налогов... Так или иначе, больше всего этого пива пьют в Москве (2,16%) - город деловой, всегда "за рулем". В Казани его потребляют 1%, а провинция этого пива не пьет - один перевод денег.

## Как читать пивную этикетку

**1** – Название

**2** - Тип пива

**3** - Плотность (концентрация сухих веществ в сусле)

**4** - Крепость пива или процентное содержание алкоголя

**5** - Калорийность (энергетическая ценность)

**6** - Страна – производитель

**7** - Гост или ТУ

**8** – Литраж

Бутылки и бочки с пивом маркируют по ГОСТ Р 51074.

Допускается нанесение информации рекламного характера.

На бутылках и банках с пастеризованным пивом дополнительно указывают: «Пастеризованное»

Бутылки с пивом упаковывают в ящики из гофрированного картона по ГОСТ 13516, из полимерных материалов по ОСТ 1016, в металлические ящики, а также в тару-оборудование по ГОСТ 24831.

На каждую бочку наклеивают ярлык с информацией по ГОСТ 51074 и дополнительно указывают массу брутто (кроме перевозок автомобильным транспортом).

Транспортная маркировка тары должна соответствовать ГОСТ 14192.

Изготовитель (продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о пищевых продуктах, обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Информация для потребителя должна быть представлена непосредственно с пищевым продуктом текстом и/или маркировкой на упаковке (потребительской таре), этикетке, контрэтикетке, ярлыке, листе-вкладыше способом, принятым для отдельных видов пищевых продуктов.

Текст на упаковке (потребительской таре), этикетке, контрэтикетке, ярлыке, листе-вкладыше и надписи в маркировке наносят на русском языке, а дополнительно по требованию заказчика на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации. Текст и надписи могут быть продублированы на иностранных языках.

Информация, приводимая в тексте на упаковке (потребительской таре), этикетке, контрэтикетке, ярлыке или листе-вкладыше должна быть однозначно понимаемой, полной и достоверной, чтобы потребитель не мог быть обманут или введен в заблуждение относительно состава, свойств, пищевой ценности, природы, происхождения, способа изготовления и употребления, а также других сведений, характеризующих прямо или косвенно качество и безопасность пищевого продукта, и не мог ошибочно принять данный продукт за другой, близкий к нему по внешнему виду или органолептическим показателям.

Информация о пищевых продуктах должна содержать следующие данные:

- Наименование продукта.

Наименование должно конкретно и достоверно характеризовать продукт, позволять отличать данный продукт от других. Наименование должно состоять, как правило, из нескольких слов и включать названия группы, подгруппы, вида продукта, приведенных в любой последовательности, соответствовать нормам русского или иного языка, на котором дается информация о продукте. При необходимости должны быть указаны отличительные качества продукта ("концентрированный", "восстановленный", "сублимированный", "пастеризованный", "стерилизованный", "охлажденный", "замороженный" и другие), которые должны быть включены в основное наименование или расположены на этикетке в непосредственной близости от наименования. Наименования пищевых продуктов должны соответствовать применяемым в государственных стандартах Российской Федерации, межгосударственных стандартах, а также включенным в приложения А и Б.

Информация об этом должна содержаться в контрактах. С учетом используемого сырья, технологии их изготовления, состава, включая применяемые пищевые добавки, особенностей органолептических характеристик они могут относиться изготовителем к определенной группе пищевых продуктов и сопровождаться соответствующей информацией для потребителя.

В остальных случаях рекомендуется использовать наименования, понятные потребителю.

В штрих-коде, состоящем, по европейскому стандарту, из 13 цифр, первые две цифры обозначают страну; следующие пять - код предприятия; в следующих пяти цифрах зашифрованы потребительские свойства (первая - имя товара, вторая - потребительские особенности, третья - масса, четвертая - состав, пятая - цвет).

Последняя цифра штрих-кода - контрольная, служит для определения подлинности кода. Если проделать несложные арифметические вычисления с цифрами штрих-кода, есть шанс доподлинно узнать о том, настоящий продукт перед вами или банальная подделка. Вот эта формула: Сложите цифры, стоящие на четных местах. Полученную сумму умножьте на три. Сложите цифры, стоящие на нечетных местах, кроме последней. Сложите два предыдущих результата. А теперь от этой суммы отбросьте первую цифру. Из десяти вычтите последний получившийся результат. И радуйтесь - вычисления можно закончить. Если у вас получилась цифра, равная последней, контрольной, значит перед вами оригинальный продукт. Если цифры не совпадают, перед вами, скорее всего, подделка.

##

## 4. Организация продажи товаров и обслуживание покупателей

Предприятие обязано иметь правила торговли и общественного питания, санитарные правила и другую необходимую нормативно - техническую документацию и соблюдать установленные в них требования.

Продаже пиво, соответствующие по качеству обязательным требованиям стандартов и технических условий, при этом должен быть оригинал сертификата соответствия или копия настоящего сертификата, заверенная подписью и печатью органа, выдавшего сертификат.

Указанная информация должна быть предоставлена покупателю по его требованию.

Часы торговли алкогольными напитками в предприятиях устанавливаются их собственниками по согласованию с местными администрациями.

Разрешается продажа следующих видов сертифицированной в установленном порядке алкогольной продукции - пива.

Продажа иных видов алкоголь содержащей продукции (спирт питьевой, в том числе импортный, винный спирт, алкоголь содержащая продукция по фармакопейным статьям, спирт этиловый сырец, спирт этиловый ретификат из непищевого сырья (гидролизный синтетический), плодовоягодные спиртованные виноматериалы) в розничной сети не разрешается.

Не допускается продажа алкогольных напитков и пива:

- без четкой маркировки, позволяющей установить предприятие - изготовитель;

- с просроченным сроком годности;

- полученных от изготовителя или оптового продавца, не имеющего сертификата соответствия, с указанием даты и номера гигиенического заключения;

- лицам, не достигшим 18 лет;

- лицам, находящимся в состоянии опьянения;

- с лотков и автомашин, в торговых предприятиях,

расположенных вблизи (не менее 500 м) учебных заведений, детских учреждений, а также непосредственно на территории лечебно - профилактических учреждений, в столовых учебных заведений и производственных предприятий во время учебного и производственного процесса;

- на предприятиях общественного питания - немаркированных штампом предприятия.

Предприятие, осуществляющее продажу алкогольных напитков и пива, обязано обеспечить покупателей (лиц, приобретающих или имеющих намерение приобрести товар) в наглядной и доступной форме информацией о настоящих Правилах, часах торговли алкогольными напитками и пивом, их ассортименте, потребительских свойствах, предприятиях - изготовителях и сроках годности продукции.

Пиво должны храниться в соответствии с установленными требованиями (соблюдение температурного режима и других параметров, товарного соседства и других условий хранения), не допускающими потери качества при хранении.

Образцы товаров должны быть снабжены ценниками с указанием наименования, емкости посуды и цены. При продаже в разлив спиртных напитков указывается цена за 50 мл. напитка и выше (за литр и 0,1 литра - в отношении вина и пива).

На предприятиях общественного питания в меню на пиво должны быть указаны: наименование напитков, емкость бутылок, цена за всю емкость бутылки, а также за 100 или 50 мл. напитка.

Перед отпуском покупателю продавец обязан проверить качество товаров по внешним признакам.

Работники предприятий, осуществляющих торговлю алкогольными напитками и пивом, проходят медицинское освидетельствование и курс гигиенической подготовки со сдачей зачета и обязаны при себе иметь санитарную книжку в соответствии с установленным порядком.