Ком техникум – Стрельникова – 2009 – Предприятие общественного питания как специфический объект хозяйствования

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1. Общая характеристика предприятий 5
	1. Понятие предприятия, основные признаки 5
	2. Виды и организационно-правовые формы предприятий 5
2. Общая характеристика предприятий общественного питания 9
	1. Особенности производственно-торговой деятельности предприятий общественного питания 9
	2. Классификация предприятий общественного питания 9
	3. Характеристика типов предприятий общественного питания 11
	4. Основные экономические показатели 15
3. Основные направления развития предприятий общественного питания 18
4. Характеристика предприятия общественного питания на примере кафе «Аленушка» 18

Заключение 25

Список использованной литературы 26

ВВЕДЕНИЕ

Общественное питание наряду с розничной торговлей выполняет главную социально-экономическую задачу развития нашего общества -удовлетворение материального и культурного уровня жизни населения страны. Эта проблема решается, прежде всего, путем развития розничного товарооборота. Товарооборот общественного питания является составной частью розничного товарооборота страны и от его развития во многом зависит благосостояние народа. Общественное питание Российской Федерации достигло определенных успехов в росте товарооборота и выпуска собственной продукции. Однако его состояние и развитие не удовлетворяют современным требованиям. Нередко низка культура обслуживания потребителей и качество приготовленной пищи, высокая стоимость питания. На многих предприятиях неудовлетворительно используют материально-техническую базу, товарные, трудовые и финансовые ресурсы. Основной задачей анализа деятельности предприятий питания является выявление, изучение и мобилизация резервов повышения качества и эффективности их работы улучшения обслуживания потребителей путем устранения недостатков в хозяйствовании, улучшения использования экономического потенциала.

Цель данной курсовой работы дать характеристику основных показателей предприятия общественного питания, учитывая его специфику.

На основании этого необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоритические аспекты вопросов, связанных с понятием предприятия общественного питания,

- рассмотреть классификацию предприятий общественного питания и дать их характеристику,

- определить основные экономические показатели предприятия общественного питания,

- определить основные направления и тенденции развития предприятий общественного питания,

- дать характеристику предприятию общественного питания на примере конкретной организации.

Объектом исследования является предприятие общественного питания кафе «Аленушка».

Предметом исследования являются основные экономические показатели кафе «Аленушка».

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ

1.1. Понятие предприятия, основные признаки

Предприятие – это самостоятельная хозяйственная единица, организованная для выпуска продукции, выполнения работ, оказания услуг с целью удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. Каждое предприятие является юридическим лицом и работает на основе учредительного договора.

Основными признаками юридического лица являются:

- организационное единство – наличие стройной структуры управления, деление предприятия на цехи, рабочие места, участки и т.д.;

- имущественная обособленность – наличие бухгалтерского баланса;

- имущественная ответственность – предприятие отвечает по своим обязательствам всем своим имуществом.

Все предприятия подразделяются на:

- коммерческие: основная цель – получение прибыли;

- некоммерческие: основная цель – удовлетворение общественных потребностей и частичное получение прибыли.

1.2. Виды и организационно-правовые формы предприятий

I. Хозяйственные товарищества.

Хозяйственное товарищество – объединение предпринимателей для достижения определенных целей. Все участники товарищества обязательно должны быть предпринимателями. Устав не обязателен, но должен быть учредительный договор. Складочный капитал должен быть более 100 МРОТ. Доход распределяется пропорционально доли внесенного капитала. Товарищи принимают обязательное участие в работе организации. Товарищество может использовать наемный труд.

Различают два вида товариществ:

1. Полное товарищество. Его участники – полные товарищи – отвечают по обязательствам товарищества всем своим имуществом. Поэтому это самый надежный вид предпринимательской организации. Каждый из товарищей имеет право представлять интересы организации без доверенности. Минимальное количество участников – 2 человека. Закон требует, чтобы в наименовании товарищества были перечислены все его участники.

2. Товарищество на вере (Коммандитное товарищество). Участниками товарищества являются полные товарищи, которые отвечают по обязательствам товарищества всем своим имуществом, и коммандитисты – вкладчики. Коммандитисты не имеют права на управление компанией, могут не принимать участия в ее деятельности, получают процент на вложенный капитал.

II. Хозяйственные общества.

Хозяйственное общество – объединение капиталов для достижения коммерческих целей. Наличие устава и учредительного договора обязательно. Наличие уставного капитала и учредительного договора. Наличие уставного капитала, не менее 1000 МРОТ. Может быть использован наемный труд. Личное участие в работе хозяйственного общества не обязательно.

Виды хозяйственных обществ:

1. ООО (Ltd., GmbH) – Общество с ограниченной ответственностью: Ответственность участников ограничена только размером вклада в уставной капитал. Минимальный уставной капитал – 100 МРОТ. Количество участников не ограничено. (P.S.: Самая ненадежная форма.)

2. ОДО – Общество с дополнительной ответственностью: Отличается от ООО только тем, что участники общества отвечают по обязательствам общества своим имуществом пропорционально внесенному капиталу.

3. АО: Уставной капитал разделен на равные доли – акции. Уставной капитал – не менее 1000 МРОТ. Одно лицо может организовать АО. АО становится СП, если доля иностранного капитала превосходит 12%.

Виды АО:

3.1. ЗАО: Акции продаются по согласию большинства акционеров. Если количество участников ЗАО превосходит 50 человек, то оно автоматически преобразуется в ОАО.

3.2. ОАО: акции общества продаются свободно.

III. Производственные кооперативы.

Производственный кооператив (артель) – это объединение лиц для совместной производственной и хозяйственной деятельности на основе личного участия. Производственный кооператив – это самая демократичная форма. Каждый учредитель должен принимать непосредственное трудовое участие в работе кооператива. Запрещается применение наемного труда.

Распределение дохода осуществляется пропорционально трудовому участию. Минимальное количество человек – 5. Ответственность – общая в пределах паевого капитала.

IV. Унитарное предприятие.

Унитарное предприятие – это предприятие, не наделенное правом собственности на имущество, в котором все сотрудники – наемные.

Делятся на два типа:

1. Унитарное предприятие на праве хозяйственного ведения: государство отвечает по долгам и обязательствам предприятия.

2. Унитарное предприятие на праве оперативного управления: (казенные предприятия) могут принадлежать только государству, разрешается лишь оперативно управлять, но не заниматься хозяйственной деятельностью (прим. оборонная промышленность).

Существуют следующие виды организации:

Корпорация – акционерное общество, объединяющее несколько предприятий для достижения общих целей, несущее ответственность по долгам входящих в него предприятий.

Концерн – договорное монопольное объединение предприятий, позволяющее использовать положительные стороны комбинирования, кооперирования, специализации и интеграции. Самый крупный вид предприятия.

Консорциум – временное объединение предприятий для выполнения крупной экономической программы (Создаются для создания дорог, мостов и т.д.).

Картель – соглашение о разделе рынков, уровня цен, доли в производстве продукции, сроках платежей и т.д.

Трест – полная потеря самостоятельности предприятий, входящих в трест и подчиненных одному органу (предприятию).

Синдикат – добровольное объединение с целью координации и централизации снабжения и сбыта.

Холдинг – акционерное общество, использующее свой капитал для приобретения контрольных пакетов акций других компаний с целью установления над ними контроля.

Финансово-промышленные группы – совокупность юридических лиц, объединивших свои активы с целью реализации крупных инвестиционных программ.

Предприятия в зависимости от численности работающих подразделяют на крупные, средние и малые. К малым предприятиям относятся организации, численность работников которой не превышает:

- в промышленности, строительстве, транспорте – 100 человек;

- в сельском хозяйстве и научно-технической сфере – 60 человек;

- в оптовой торговле – 50 человек;

- в розничной торговле и бытовом обслуживании – 30 человек.

2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

2.1. Особенности производственно-торговой деятельности предприятий общественного питания

Под предприятием общественного питания в экономическом смысле понимается хозяйственная единица, выполняющая определенные функции по обслуживанию населения.

Отличительная особенность хозяйственной деятельности предприятий питания - объединение в рамках одного предприятия процессов производства, реализации и организации потребления продукции. Соответственно, и товарооборот предприятий питания имеет свою специфику, разделяясь на:

- оборот по реализации продукции собственного производства;

- оборот по реализации покупных товаров.

2.2. Классификация предприятий общественного питания

Постановлением Госстандарта России от 6 ноября 2001 года №454-ст «О принятии и введении в действие ОКВЭД», объекты сферы общественного питания включены в раздел Н «Гостиницы и рестораны», класс 55 и подклассы: 55.3 «Деятельность ресторанов», 55.4 «Деятельность баров», 55.5 «Деятельность столовых при предприятиях и учреждениях и поставка продукции общественного питания» (группа 55.51 «Деятельность столовых при предприятиях и учреждениях»). Кроме вышеуказанного документа существует еще целый ряд государственных стандартов, позволяющих разбить предприятия общественного питания на соответствующие типы.

Согласно ГОСТ Р 50647-94 «Общественное питание. Термины и определения», утвержденному Постановлением Госстандарта России от 21 февраля 1994 года №35 и введенному в действие с 1 июля 1994 года (далее ГОСТ Р 50647-94), предприятие общественного питания - это предприятие, предназначенное для производства кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, их реализации и (или) организации потребления.

Тип предприятия общественного питания - это вид предприятия с характерными особенностями обслуживания, ассортимента реализуемой кулинарной продукции и номенклатуры, предоставляемых потребителям услуг.

Все предприятия общественного питания в зависимости от организации технологического процесса, мощности производства, принятых форм обслуживания населения, ассортимента выпускаемой продукции делятся на следующие основные типы: заготовочные, доготовочные и работающие на сырье, т.е. с законченным производственным циклом.

Заготовочные предприятия перерабатывают сырье и выпускают полуфабрикаты различных видов для снабжения доготовочных предприятий. Необходимые условия организации технологического процесса на этих предприятиях – поточность производства полуфабрикатов, возможность рационального использования высокопроизводительного оборудования и связанное с этим повышение производительности труда работников, устранение встречных потоков сырья и готовой продукции. Все операции по изготовлению полуфабрикатов должны быть максимально механизированы.

В доготовочных предприятиях организуется выпуск блюд и кулинарных изделий из полуфабрикатов, полученных с заготовочных предприятий, и реализация кулинарной продукции населению. Работа на полуфабрикатах сокращает потребность доготовочных предприятий в оборудовании, позволяет уменьшить площади производственных и складских помещений, высвободить работников, ранее занятых первичной обработкой сырья, улучшить санитарное содержание предприятия. Все это создает условия для роста выпуска продукции без увеличения производственных площадей, для расширения ассортимента выпускаемых блюд и кулинарных изделий, улучшения их качества. Высвобождение площади производственных помещений, ранее используемых для первичной обработки сырья, и расширение за счет этого площади торговых залов позволяют увеличить пропускную способность и обеспечить большое количество населения услугами общественного питания.

В производственных цехах предприятий с законченным циклом производства осуществляются все стадии переработки сырья и организуется выпуск готовой кулинарной продукции для реализации ее населению в торговых залах или отпуска на дом.

2.3. Характеристика типов предприятий общественного питания

В соответствии с ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий», утвержденному Постановлением Госстандарта России от 5 апреля 1995 года №198 (далее ГОСТ Р 50762-95) установлена следующая классификация типов предприятий общественного питания:

- ресторан - предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные; винно-водочные, табачные и кондитерские изделия, с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха;

- бар - предприятие общественного питания с барной стойкой, реализующее смешанные, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, закуски, десерты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары;

- кафе – предприятие, оказывающее услуги по организации питания и отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции. Реализует фирменные, заказные блюда, изделия и напитки;

- столовая - общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей предприятие общественного питания, производящее и реализующее блюда в соответствии с разнообразным по дням недели меню;

- закусочная - предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления из определенного вида сырья и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей промежуточным питанием.

Кроме того, в ГОСТ Р 50647-94 дополнительно выделены следующие объекты сферы общественного питания:

- диетическая столовая - столовая, специализирующаяся в приготовлении и реализации блюд диетического питания;

- столовая - раздаточная - столовая, реализующая готовую продукцию, получаемую от других организаций общественного питания;

- буфет - структурное подразделение организации, предназначенное для реализации мучных кондитерских и булочных изделий, покупных товаров и ограниченного ассортимента блюд несложного приготовления.

То есть, как видно из приведенного списка, классификация предприятий общественного питания зависит от таких факторов, как:

- ассортимент реализуемой продукции и сложность ее приготовления;

- техническая оснащенность предприятия общественного питания;

- квалификация персонала;

- качество и методы обслуживания;

- виды предоставляемых услуг.

Нужно отметить, что такие виды предприятий общепита как рестораны и бары подразделяются еще и на классы.

Класс предприятия общественного питания - это совокупность отличительных признаков определенного типа, характеризующая качество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания.

Бары и рестораны по уровню обслуживания и видам предоставляемых услуг посетителям различаются на:

- класс люкс;

- высший класс;

- первый класс.

Для класса люкс характерна изысканность интерьера, высокий уровень комфортности, широкий спектр услуг, предоставляемых посетителям, а также ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд, изделий для ресторанов, а для баров - широкий выбор фирменных и заказных напитков и коктейлей.

Высший класс отличается оригинальностью интерьера, выбором услуг, разнообразным ассортиментом оригинальных, изысканных, заказных и фирменных блюд и изделий для ресторанов, широким выбором фирменных и заказных напитков и коктейлей – для баров.

Первому классу соответствует гармоничность, комфортность и выбор услуг, широкий ассортимент фирменных блюд и изделий, а также напитков сложного приготовления для ресторанов, набор напитков, коктейлей несложного приготовления – для баров.

Подтверждение соответствия предприятия общественного питания выбранному типу и классу производится органами по сертификации, аккредитованными Комитетом Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации в установленном порядке.

Классность присваивается только ресторанам и барам, остальные типы предприятий общественного питания на классы не подразделяются.

Однако помимо типов и классности предприятия общественного питания могут различаться по таким признакам, как ассортимент реализуемой продукции, место нахождения и контингент посетителей.

Так, например, кафе по ассортименту реализуемой продукции подразделяются на кафе-мороженое, кафе-кондитерская, а по контингенту потребителей могут быть представлены как кафе для молодежи или детское кафе.

Бары по ассортименту реализуемой продукции могут быть следующих видов: молочный, кофейный, пивной, коктейль-бар и так далее.

Определенные различия имеют и столовые. По ассортименту они могут быть представлены общего типа или диетическими, по месту расположения – общедоступными или закрытого типа, например, столовая на территории завода, предназначенная для организации питания только своих сотрудников. Кроме того, столовые можно условно разделить на столовые, изготавливающие и реализующие продукцию собственного изготовления и раздаточные столовые, реализующие готовую продукцию, получаемую от других предприятий общественного питания.

2.4. Основные экономические показатели

Реализация продукции собственного производства потребителям в стоимостном выражении представляет товарооборот по продукции собственного производства. Удельный вес оборота по продукции собственного производства зависит от типа предприятия питания (столовая, кафе, ресторан, закусочная, бар). Он колеблется от 45 до 90 %. В предприятиях питания, кроме производства и реализации про­дукции собственного производства, осуществляется продажа по­купных товаров, к которым относится готовая продукция, не тре­бующая кулинарной обработки. Покупные товары дополняют, а в ряде случаев и заменяют некоторые виды продукции собственного производства. Реализация покупных товаров в стоимостном выражении составляет оборот по покупным товарам.

Реализация продукции собственного производства, а также покупных товаров непосредственно потребителям через обеден­ные залы, буфеты, кулинарные магазины составляет розничный товарооборот предприятий питания.

В состав розничного товарооборота общественного питания включаются:

- продажа за наличный расчет готовых изделий и полуфаб­рикатов собственной выработки (блюд, кулинарных, мучных кондитерских и хлебобулочных изделий) и покупных товаров, включая отпуск обедов на дом, а также через магазины, отделы кулинарии, палатки, киоски, развозную; разносную и другую торговую сеть, принадлежащую данному ресторану;

- продажа по безналичному расчету готовых изделий и полуфабрикатов собственной выработки юридическим лицам со­циального назначения и их обособленным подразделениям;

- продажа готовых изделий и полуфабрикатов собственной
выработки, покупных товаров рабочим и служащим с последующим удержанием их стоимости из заработной платы;

- продажа горячего питания работающим с последующим
удержанием его стоимости из заработной платы;

- стоимость товаров, выданных работникам юридических
лиц, их обособленных подразделений в счет заработной платы
через торговую сеть (магазины, рестораны), включается в объем
розничного товарооборота по полной продажной стоимости.

В то же время в розничный товарооборот ресторанного хозяй­ства не включаются:

- бесплатная реализация готовых изделий и полуфабрикатов собственной выработки отдельным категориям населения
(учащимся школ, пенсионерам и т.д.), оплаченных органами
социальной защиты;

- оптовая продажа полуфабрикатов кулинарных и конди­терских изделий, других товаров торговым организациям и
предприятиям, а также другим предприятиям общественного
питания;

- стоимость возвращенной поставщиками тары;

- внутренний отпуск продукции и товаров в пределах органи­зации питания (из кладовой в столовую, возврат товаров на базу
или кладовую, между структурными подразделениями и т.п.);

- стоимость сырья заказчика (так называемое давальческое
сырье);

- выручка за просмотр концертных программ, бильярдных,
танцевальных, игровых залов, видеосалонов и других бытовых
предприятий.

Оборот от реализации продукции собственного производства (розничная и оптовая продажа) и оборот от реализации покуп­ных товаров образуют общий оборот общественного питания, т.е. валовой. Валовой товарооборот характеризует полный объем производственной и торговой деятельности предприятия обще­ственного питания (см. Рис. 1).

Товарооборот общественного питания

Товарооборот по продукции собственного производства

Оптовый товарооборот по продукции собственного производства

Оптовый товарооборот

Розничный товарооборот

Розничный товарооборот по продукции собственного производства

Товарооборот по покупным товарам

Рисунок 1 - Состав товарооборота общественного питания

По отношению к нему планируются другие показатели: из­держки производства и обращения, расходы на оплату труда, прибыль и др. Товарооборот планируют и учитывают в рознич­ных ценах, включая наценку общественного питания.

3. Основные направления развития предприятий общественного питания

На сегодняшний день, рынок общественного питания, является одним из самых бы­строрастущих рынков России.

По данным Росстата, оборот общественного питания в России за пять месяцев 2007 г. увеличился на 14,1% по сравнению с январем-маем 2006 г. и составил 180,8 млрд. руб. На начало 2007 г. в России насчитывалось около 31 200 предприятий общественно­го питания, что на 58% больше, чем годом ранее (19 700 предприятий).

Территориально рынок общественного питания в России развивается достаточно неравномерно.

Наибольшую долю российского рынка общественного питания в целом и сетевого сегмента в частности занимает г. Москва. Так, на конец 1 полугодия 2008 г. в Москве распо­ложено около 43% от общего количества сетевых заведений общественного пита­ния, работающих в России.

4. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА ПРИМЕРЕ КАФЕ «АЛЕНУШКА»

Оценка товарооборота кафе за III и IV квартал 2008 года приведена в Таблице 4.1.

На основании данных таблицы можно сказать, что товарооборот за IV квартал 2008 года вырос на 53 тыс. руб. или 4,19%. Рост товарооборота произошел по всем группам за исключением товарных групп «молоко и молочные продукты» - на 8,14%, «крупа и макаронные изделия» - 8,11%, «фрукты и ягоды» - на 11,48%.

Таблица 4.1 - Оценка товарооборота

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Товарные группы   | Товарооборот | Темп роста товарооборота |
| Прошлый квартал | Отчетный квартал | в % | тыс. руб. |
| Тыс. руб. | Уд. вес | Тыс. руб. | Уд. вес |
| мясо и мясопродукты | 248 | 19,60 | 254 | 19,27 | 102,42 | 6 |
| рыба и рыбопродукты | 145 | 11,46 | 158 | 11,99 | 108,97 | 13 |
| молоко и молочные продукты | 86 | 6,80 | 79 | 5,99 | 91,86 | -7 |
| крупа и макаронные изделия | 74 | 5,85 | 68 | 5,16 | 91,89 | -6 |
| овощи | 156 | 12,33 | 163 | 12,37 | 104,49 | 7 |
| кофе | 73 | 5,77 | 84 | 6,37 | 115,07 | 11 |
| чай, напитки | 114 | 9,01 | 126 | 9,56 | 110,53 | 12 |
| кондитерские изделия | 175 | 13,83 | 192 | 14,57 | 109,71 | 17 |
| хлеб и хлебобулочные изделия | 61 | 4,82 | 64 | 4,86 | 104,92 | 3 |
| картофель | 72 | 5,69 | 76 | 5,77 | 105,56 | 4 |
| фрукты, ягоды, арбузы и дыни | 61 | 4,82 | 54 | 4,10 | 88,52 | -7 |
| Итого | 1265 | 100,00 | 1318 | 100,00 | 104,19 | 53 |

Наибольшего роста за отчетный период достигли продажи по группам «кофе» - на 15,07%, «чай, напитки» - на 10,53% и «кондитерские изделия» - на 9,71%.

Помимо изменений темпов товарных групп произошло изменение и их удельного веса к общей сумме товарооборота. Так при росте темпов продаж по группе «мясо и мясопродукты» идет снижение удельного веса к общей сумме товарооборота на 0,33%, а товарная группа «кофе» при значительном росте темпа продаж увеличила свой удельный вес всего на 0,6%. Из-за сокращения объема продаж товарных групп «молоко и молочные продукты», «крупа и макаронные изделия», «фрукты и ягоды» уменьшился и их удельный вес на 0,81%, 0,69% и 0,72% соответственно.

Товарооборот предприятия общественного питания складывается из товарооборота продукции собственного производства и товарооборота покупных изделий. Рассмотрим динамику данных показателей (см. Табл. 4.2).

Таблица 4.2 – Динамика товарооборота собственной и покупной продукции

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Прошлый квартал | Отчетный квартал | Отклонения  |
|   |   |   | сумма | % |
| Товарооборот | 1265 | 1318 | 53 | 4,19 |
| Оборот по продукции собственного производства | 940 | 896 | -44 | -4,68 |
| Оборот по покупным товарам | 325 | 422 | 97 | 29,85 |
| Удельный вес продукции собственного производства | 74,31 | 67,98 |   | -6,33 |
| Удельный вес по покупным товарам | 25,69 | 32,02 |   | 6,33 |

На основании данных таблицы можно сказать, что оборот продукции собственного производства снизился на 4,68%, а его удельный вес в общей сумме товарооборота – на 6,33%. Оборот по покупным товарам, наоборот, увеличился, темп прироста составил 29,85%.

Издержки обращения — один из важнейших качественных показателей хозяйственной деятельности предприятий общественного питания. Снижение издержек обращения является существенным резервом экономии средств на предприятии и достигается за счет совершен­ствования организации производства, повышения производительно­сти труда работников.

Задачами анализа издержек обращения являются: установление динамики и степени выполнения плана по издержкам обращения, выявление неиспользованных резервов, изыскания путей дальней­шего снижения затрат, определение причин и факторов, оказавших влияние на уровень и состав издержек обращения.

Состав издержек обращения и производства приведен в Таблице 4.3.

Таблица 4.3 – Состав издержек обращения и производства

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Статьи затрат  | Прошлый квартал  | Отчетный квартал  | Отклонения  | Уд. вес | Отклонения  |
| сумма | % | Прошлый квартал | Отчетный квартал |
| Переменные затраты | 660,56 | 682,01 | 21,45 | 3,25 | 80,34 | 82,14 | 1,80 |
| Сырье и полуфабрикаты | 328,90 | 348,74 | 19,84 | 6,03 | 40,00 | 42,00 | 2,00 |
| З/плата | 230,23 | 232,50 | 2,27 | 0,98 | 28,00 | 28,00 | 0,00 |
| Электроэнергия, телефон | 41,11 | 39,86 | -1,26 | -3,06 | 5,00 | 4,80 | -0,20 |
| Отчисления на ФОТ | 60,32 | 60,91 | 0,59 | 0,98 | 7,34 | 7,34 | 0,00 |
| Постоянные затраты | 161,69 | 148,32 | -13,37 | -8,27 | 19,66 | 17,86 | -1,80 |
| Транспорт | 106,89 | 94,24 | -12,65 | -11,83 | 13,00 | 11,35 | -1,65 |
| Канцтовары | 2,47 | 1,66 | -0,81 | -32,68 | 0,30 | 0,20 | -0,10 |
| Амортизация | 44,11 | 44,11 | 0,00 | 0,00 | 5,36 | 5,31 | -0,05 |
| Прочие расходы | 8,22 | 8,30 | 0,08 | 0,98 | 1,00 | 1,00 | 0,00 |
| Итого | 822,25 | 830,33 | 8,07 | 0,98 | 100 | 100 | 0,00 |

Удельный вес переменных затрат в общей сумме расходов вырос на 1,8% за счет роста удельного веса по статье затрат «Сырье и полуфабрикаты».

Рассмотрим динамику издержек обращения и производства по отношению к сумме товарооборота предприятия (см. Табл. 4,4).

Таблица 4.4 – Динамика издержек обращения и производства по отношению к сумме товарооборота

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Прошлый квартал | Отчетный квартал | Темп роста | Отклонения |
|   |   |   |   |   |
| Товарооборот | 1265 | 1318 | 104,19 | 53 |
| Издержки обращения и производства | 822,25 | 830,33 | 100,98 | 8,07 |
| Уд. вес | 65,00 | 63,00 | 96,92 |   |

На основании таблицы можно сказать, что издержки производства и обращения за анализируемый период выросли на 0,98%, но их удельный вес в общей сумме товарооборота снизился на 3,08%. Из чего можно сделать вывод, что на предприятии проводится политика сокращения издержек обращения и производства.

Повышение производительности труда торговых работников сокращает фонд заработной платы. В то же время средняя заработ­ная плата повышается, если используется премиальная система оплаты. Однако рост производительности труда должен опережать рост заработной платы.

Рассчитанные показатели по труду и их сравнительный анализ приведен в Таблице 4.5.

Таблица 4.5 – Показатели по труду

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Прошлый квартал | Отчетный квартал | Тепм роста | Отклонения |
| Товарооборот за квартал | 1265 | 1318 | 104,19 | 53 |
| Численность работников | 26 | 21 | 80,77 | -5 |
| Производительность труда | 48,65 | 62,76 | 129,00 | 14,11 |
| Фонд оплаты труда на квартал | 290,55 | 293,41 | 100,98 | 2,86 |
| Уровень фонда оплаты труда | 22,97 | 22,26 | 96,92 | -0,71 |
| Средняя з/п на 1 работника | 11,18 | 13,97 | 125,03 | 2,80 |
| Прибыль бухгалтерская | 278,30 | 369,05 | 132,61 | 90,76 |
| Прибыль в расчете на 1 человека | 10,70 | 17,57 | 164,19 | 6,87 |

На основании приведенных данных можно сказать, что с увеличением товарооборота и сокращением численности работников предприятия произошло увеличение бухгалтерской прибыли на 32,61%. Соответственно выросла прибыль в расчете на 1 работника – на 64,19%.

Повышение производительности труда торговых работников сокращает фонд заработной платы. В то же время средняя заработ­ная плата повышается, если используется премиальная система оплаты. Однако рост производительности труда должен опережать рост заработной платы. При росте Фонда оплаты труда на 0,98% его удельный вес в общей сумме товарооборота сократился на 3,08%. Средняя заработная плата на 1 работника выросла на 25,03% или 2,8 тыс. руб.

При сокращении по сравнению с предыдущим кварталом численности работников на 19,23% предприятие увеличило роз­ничный товарооборот на 53 тыс. руб., или на 4,19 %. Это произошло за счет роста производительности труда. Среднегодовой оборот на одного работника увеличился на 14,11 тыс. руб., или на 29 %.

Определим влияние каждого фактора на объем товарооборота.

1. Влияние уменьшения численности работников

 (21\*48,65) - 1 265 = - 243,35 тыс. руб.

2. Влияние повышения производительности труда продавцов

1318 - (21\*48,65) = + 296,35 тыс. руб.

Баланс отклонения: - 243,35 + 296,35 = +53 тыс. руб.

Рассмотрим показатели валового дохода за анализируемы период и рассчитаем их динамику (см. Табл. 4.6).

Таблица 4.6 – Динамика показателей валового дохода

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Прошлый квартал | Отчетный квартал | Темп роста |
| Товарооборот | 1265 | 1318 | 104,19 |
| Сумма валового дохода | 1100,55 | 1199,38 | 108,98 |
| Уд. вес | 87,00 | 91,00 | 104,60 |

На основании проведенного расчета можно сказать, что сумма валового дохода увеличилась на 8,98%, а ее удельный вес составил 91%. Темп прироста составил 4,6%.

Рассмотрим прибыль предприятия и его рентабельность (см. Табл. 4.7).

Таблица 4.7 – Основные показатели прибыльности и рентабельности деятельности предприятия

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Прошлый квартал | Отчетный квартал | Темп роста | Отклонение |
| Товарооборот | 1265 | 1318 | 104,19 | 53 |
| Сумма издержек | 822,25 | 830,33 | 100,98 | 8,07 |
| Прибыль от продаж/бухгалтерская | 278,30 | 369,05 | 132,61 | 90,76 |
| Сумма налога на прибыль | 66,79 | 88,57 | 132,61 | 21,78 |
| Чистая прибыль | 211,50 | 280,48 | 132,61 | 68,98 |
| Рентабельность продаж | 2,20 | 2,80 | 127,28 |   |
| Рентабельность затрат | 33,85 | 44,45 | 131,32 |   |
| Рентабельность чистая | 16,72 | 21,28 | 127,28 |   |

На основании расчета видим, что предприятие является прибыльным, а производство рентабельным.

На данном предприятии сумма бухгалтерской прибыли и прибыли от продаж совпадает.

Прибыль предприятия за анализируемый период возросла на 32,61%. Рентабельность продаж и чистая рентабельность выросла на 27,28%, темп роста рентабельности затрат выше темпа роста рентабельности прибыли и составляет 131,32%.

Оценка материально-технической базы представлена в Таблице 4.8.

Таблица 4.8 – Оценка материально-технической базы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Прошлый квартал | Отчетный квартал | Тепм роста | Отклонение |
|   |   |   |   |   |
| Товарооборот | 1265,00 | 1318,00 | 104,19 | 53,00 |
| Однодневный товарооборот | 13,75 | 14,33 | 104,19 | 0,58 |
| Среднеквартальная стоимость ОС | 645,00 | 850,00 | 131,78 | 205,00 |
| Среднеквартальная стоимость ОбС | 312,00 | 400,00 | 128,21 | 88,00 |
| Прибыль бухгалтерская | 278,30 | 369,05 | 132,61 | 90,76 |
| Численность работников  | 26,00 | 21,00 | 80,77 | -5,00 |
| Фондоотдача | 1,96 | 1,55 | 79,06 | -0,411 |
| Фондоемкость | 0,51 | 0,64 | 126,48 | 0,14 |
| Фондовооруженность | 24,81 | 40,48 | 163,16 | 15,67 |
| Оборачиваемость ОбС в днях | 22,69 | 27,92 | 123,05 | 5,23 |
| Оборачиваемость ОбС | 4,054 | 3,295 | 81,27 | -0,759 |
| Коэффициент использования оборотных средств | 0,25 | 0,30 | 123,05 | 0,06 |

Среднедневной товарооборот в отчетном периоде составил 14,33 тыс. руб.

Из данных Таблицы 4.8 видно, что объем реализации услуг, приходящийся на 1 руб. среднегодовой стоимости основных средств в отчетном периоде уменьшился – на 0,411 руб. или 20,94%, что свидетельствует о снижении эффективности использования основных средств предприятием за анализируемый период.

Фондоемкость за отчетный период увеличилась с 0,51 до 0,64, т.е выросли затраты основных средств, авансированных на один рубль выручки от реализации продукции.

Оборачиваемость оборотных средств в днях увеличился 5,23 дня, что свидетельствует о менее эффективном использовании оборотных средств в анализируемом периоде по сравнению с предыдущим. Об этом же свидетельствует и снижение оборотов оборотных средств на 0,76 оборота.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, на основании проведенного анализа можно сделать вывод, что предприятие общественного питания кафе «Аленушка» в целом является прибыльным и рентабельным.

За анализируемый период идет постоянный рост практически всех экономических показателей предприятия.

1. Растет товарооборот – на 4,19%,

2. Рост прибыли составил 32,61%,

3. Производительность труда выросла на 29%

4. Идет рост рентабельности продаж и чистой рентабельности.

Однако как показал анализ материально-технической базы предприятие не эффективно использует основные и оборотные средства, о чем свидетельствует рост фондоемкости и увеличение периода оборачиваемости оборотных средств.

Для разрешения выявленных проблем руководству кафе необходимо контролировать данные показатели. Т.к. обычно большую часть оборотных средств предприятия составляет дебиторская и кредиторская задолженность, то можно предложить следующее:

- следить за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности.

- контролировать состояние расчетов по просроченным задолженностям.

- по возможности ориентироваться на увеличение количества заказчиков с целью уменьшения риска неуплаты монопольным заказчиком.

- установить определенные условия кредитования дебиторов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 50762-95 Общественное питание. Классификация предприятий
2. ГОСТ Р 50647-94 «Общественное питание. Термины и определения», утвержденный Постановлением Госстандарта России от 21 февраля 1994 года №35
3. Постановление Госстандарта России от 6 ноября 2001 года №454-ст «О принятии и введении в действие ОКВЭД»
4. Классификация видов предприятий общественного питания - http://www.audit-it.ru
5. Волков А.В. Экономика предприятия /А.В. Волков. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 520с.
6. Греководова М.Н. Экономика торгового предприятия /М.Н. Греководова – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 192с.
7. Лебедева С.Н. Экономика торгового предприятия /С.Н. Лебедева - Мн.: Новое издание, 2002. - 240с.
8. Маркарьян Э.А., Маркарьян С.Э., Герасименко Г.П. Управленческий анализ в отраслях – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Изд. Центр «Март», 2004г. – 530с.
9. Радченко Л.А. Организация производства на предприятиях общественного питания /Л.А. Радченко – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 352с.
10. Светик А.А., Аксенов В.А. Анализ состояния малых предприятий торговли и общественного питания - http://www.nisse.ru
11. Экономический анализ в торговле /под ред. М.И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2005г. – 400с.