

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

**КЕМЕРОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (УНИВЕРСИТЕТ)**

Кафедра экономики и управления

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**«АНАЛИЗ И ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ
РЕСТОРАНА ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ «СНАБМАШ»,
Г. БАРНАУЛ»**

**Выполнила: студентка гр. МТнд-221
Лыско К.А.**

**Руководитель: доцент, к.э.н.
П.В.Масленников**

Кемерово, 2016



Факультет заочный

Кафедра экономики и управления

Направление (специальность) 080502 «Экономика и управление на
(индекс, название)
предприятии»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на соискание квалификации экономиста-менеджера

Обозначение документа АЭЗ.ВКР.00.81.16

Тема «Анализ и пути увеличения прибыли ресторана ООО «Торговый дом
«Снабмаш»», г.Барнаул

Специальная часть -----

Студент Лыско Кристина Александровна
Фамилия, имя, отчество, подпись,

Руководитель квалификационной работы П.В.Масленников
Подпись, дата, инициалы, фамилия

Консультанты по разделам:

Введение. П.В.Масленников
краткое наименование раздела Подпись, дата, инициалы, фамилия

Теоретический П.В.Масленников
краткое наименование раздела Подпись, дата, инициалы, фамилия

Анализ финансово-хозяйственной деятельности П.В.Масленников
краткое наименование раздела Подпись, дата, инициалы, фамилия

Аналитический П.В.Масленников
краткое наименование раздела Подпись, дата, инициалы, фамилия

Заключение П.В.Масленников
краткое наименование раздела Подпись, дата, инициалы, фамилия

Нормоконтролер Н.М.Гук, А.В.Юдакова
Подпись, дата, инициалы, фамилия

Допустить к защите
 Заведующий кафедрой П.В.Масленников
Подпись, дата, инициалы, фамилия

Кемерово, 2016г.

**Министерство образования и науки
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Кемеровский технологический институт пищевой промышленности (университете)**



Кафедра экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой

Масленников П.В.

подпись, фамилия, инициалы, дата

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

Студенту группы МТнд-221, Лыско Кристине Александровне

номер группы, фамилия, имя, отчество

1. Тема Анализ и пути увеличения прибыли ресторана ООО «Торговый дом
«Снабмаш», г.Барнаул»

Специальная часть _____

утверждена приказом по институту № 494 от 19.05.2016 г.

дата

2. Срок представления работы к защите 10.06.2016 г.

дата

3. Исходные данные к выполнению работы: Данные бухгалтерской,
статистической и оперативной отчетности, полученные во время прохождения
преддипломной практики.

4. Содержание текстового документа:

Введение Актуальность и содержание работы

краткое содержание

4.1. Теоретический раздел Понятие и сущность прибыли. Значение
прибыли. Методы планирования и распределения прибыли.

наименование раздела

краткое содержание

4.2. Организационно-экономическая характеристика предприятия. Анализ
финансово-хозяйственной деятельности предприятия

наименование раздела

краткое содержание

4.3. Аналитический раздел. Анализ прибыли.

наименование раздела

краткое содержание

4.4. Мероприятия. Их обоснование и ожидаемый эффект

Наименование раздела

краткое содержание

4.5. Заключение. Выводы и предложения.

наименование раздела

краткое содержание

5. Перечень графического материала с точным указанием чертежей:
- 5.1 Общие сведения о предприятии
- 5.2 Анализ структуры и динамики финансовых результатов
- 5.3 Анализ расходов ресторана
- 5.4 Производственная структура ресторана
- 5.5 Организационная структура ресторана
- 5.6 Ассортимент продукции собственного приготовления и покупных товаров по подразделениям «Кухня» и «Бар» ресторана
- 5.7 Динамика продаж по основным группам блюд ресторана в 2015 г.
- 5.8 Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности
- 5.9 Факторы, влияющие на прибыль ресторана
- 5.10 Динамика показателей рентабельности
- 5.11 Экономический результат от внедренных мероприятий. Прогноз финансовых результатов деятельности ресторана в результате предлагаемых мероприятий
- 5.12 Динамика финансовых результатов ресторана
6. Консультанты по разделам:

Введение П.В.Масленников
краткое наименование раздела подпись, дата, инициалы, фамилия

Теоретический П.В.Масленников
краткое наименование раздела подпись, дата, инициалы, фамилия

Анализ финансово-хозяйственной деятельности П.В.Масленников
краткое наименование раздела подпись, дата, инициалы, фамилия

Аналитический П.В.Масленников
краткое наименование раздела подпись, дата, инициалы, фамилия

Мероприятия П.В.Масленников
краткое наименование раздела подпись, дата, инициалы, фамилия

Заключение П.В.Масленников
краткое наименование раздела подпись, дата, инициалы, фамилия

7. Руководитель выпускной квалификационной работы _____
П.В.Масленников
подпись, дата, инициалы, фамилия

8. Дата выдачи задания 16.05.2016г.

Задание принял к исполнению: 16.05.2016 г. Лыско К.А.
подпись, дата, инициалы, фамилия

Рассмотрены теоретические аспекты по вопросам анализа прибыли современного предприятия общественного питания. Объектом исследования выступает ООО «Торговый дом «Снабмаш»» (ресторан).

Выпускная квалификационная работа состоит из четырех разделов: в первом изложены теория и методика анализа прибыли предприятия, во втором – представлена организационно-экономическая характеристика ресторана и анализ его производственно-хозяйственной деятельности за период работы с 2013 по 2015 годы, в третьем – проведен анализ прибыли и рентабельности ресторана и в четвертом – предложены пути улучшения данных показателей.

					АЭЗ.ВКР. 00.81.16.ПЗ						
Изм.	Лист	№ документа	Подпись	Дата	Анализ и пути увеличения прибыли ресторана ООО «Торговый дом «Снабмаш»», г.Барнаул						
Разраб.	Лыско								Лит.	Лист	Листов
Пров.	Масленников									4	
Н.контр.	Гук, Юдакова								КемТИПП, гр. МТнд-221		
Утв.	Масленников										

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИТИЯ.....	11
1.1 Сущность финансовых результатов и их роль в деятельности предприятия	11
1.2 Экономическая сущность, значение и виды прибыли предприятия.....	12
1.3 Принципы организации финансового анализа на предприятии.....	16
1.4 Цели и методы финансового анализа на предприятии.....	17
1.5 Система анализа финансовых результатов деятельности предприятия общественного питания.....	20
1.5.1 Факторный анализ валового дохода предприятия общественного питания.....	21
1.5.2 Факторный анализ прибыли и рентабельности предприятия общественного питания.....	22
1.5.3 Сравнительный анализ финансовых показателей предприятия общественного питания за ряд лет.....	27
1.5.4 Оценка финансовой устойчивости предприятия общественного питания.....	30
1.5.5 Анализ коэффициентов финансовых результатов деятельности предприятия общественного питания.....	35
1.6 Пути улучшения финансовых результатов предприятия общественно го питания в современных условиях.....	37
2 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «Торговый дом «Снабмаш»»	40
Общие сведения о предприятии.....	40
2.1 Производственная структура предприятия.....	43

2.2	Организационная структура управления предприятия.....	46
2.3	Ассортимент выпускаемой продукции.....	48
2.4	Анализ основных технико-экономических показателей хозяйственной деятельности и финансовых результатов предприятия.....	52
3	АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ООО «Торговый дом «Снабмаш»»	60
3.1	Анализ уровня и динамики финансовых результатов по данным бухгалтерской отчетности.....	60
3.2	Анализ затрат, произведенных предприятием.....	64
3.3	Анализ влияния факторов на прибыль.....	65
3.4	Анализ рентабельности предприятия	72
3.5	Факторный анализ рентабельности предприятия.....	78
4	РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ПРИБЫЛИ ООО «Торговый дом «Снабмаш»»	86
4.1	Основные направления улучшения финансовых результатов деятельности предприятий общественного питания.....	86
4.2	Конкретные мероприятия по улучшению финансовых результатов деятельности ООО «Торговый дом «Снабмаш»»	87
4.2.1	Увеличение объема товарооборота за счет маркетинговых исследований и рекламных мероприятий.....	88
4.2.2	Снижение затрат на производство продукции за счет энергосберегающих мероприятий.....	94
4.2.3	Увеличение прибыли ресторана за счет оптимизации снабженческо-сбытовой деятельности.....	96
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	103
	СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	108
	ПРИЛОЖЕНИЯ.....	111

ВВЕДЕНИЕ

Эффективность производственной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия характеризуется ее финансовыми результатами. Общим финансовым результатом является прибыль, которая обеспечивает производственное и финансовое развитие предприятия. При изучении прибыли основное внимание обращается на анализ влияния внутренних факторов на прибыль, так как он позволяет определить внутренние резервы роста прибыли. Стремление к получению прибыли ориентирует производителей на увеличение объема производства продукции, снижение затрат.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что основными целями деятельности любого предприятия являются, получение прибыли, сохранение и наращивание капитала. Их достижение обеспечивает необходимый уровень эффективности работы хозяйствующего субъекта и удовлетворение интересов его собственников. Обе цели тесно взаимосвязаны между собой, так как основным источником увеличения капитала выступает чистая прибыль. Важным инструментом решения проблемы является финансово-экономический анализ, с помощью которого выявляют причины изменения показателей финансовых результатов и резервов роста прибыли.

Прибыль является сложным комплексным показателем, величина которого непременно учитывается в процессе обоснования и принятия управленческих решений всеми участниками рынка: сторонними лицами (инвесторами, кредиторами, поставщиками и покупателями и пр.) и внутренними субъектами (менеджментом, владельцами крупных пакетов акций или долей и пр.). В этой связи чрезвычайно важно не ошибаться при интерпретации множества различных показателей финансовых результатов.

Динамичность внутренней и внешней среды предприятий в условиях рыночной экономики требует новых подходов к управлению, основанных, прежде всего на принципах гибкости и экономической целесообразности. В результате меняются методы экспертной диагностики производственного и финансового состояния

									Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					7

хозяйствующих субъектов, а также критерии принятия управленческих решений.

Цель данной работы: оценить результаты финансово-хозяйственной деятельности современного предприятия общественного питания и предложить основные направления их улучшения.

Для достижения данной цели поставлены следующие задачи:

- раскрыть теоретические аспекты оценки финансовых результатов предприятия;
- изучить порядок формирования и распределения прибыли, а также изложить методику ее анализа;
- дать организационно – экономическую характеристику ООО «Торговый дом «Снабмаш»» за период деятельности с 2013-2015гг.
- провести оценку эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия и его финансовых результатов;
- определить основные пути повышения эффективности деятельности и финансовых результатов предприятия.

Объектом исследования в работе является основное структурное подразделение общества с ограниченной ответственностью «Торговый дом «Снабмаш»» - ресторан с одноименным названием.

Предметом выступают финансовые результаты деятельности ООО «Торговый дом «Снабмаш»».

Это ресторан с большим ассортиментом блюд и напитков. Позиционная компания направлена на людей с уровнем дохода от среднего. Ресторан предлагает европейскую кухню и великолепный уровень обслуживания. Отличительной чертой ресторана являются итальянские блюда, которые разрабатываются и готовятся шеф-поваром, стажирующимся в Италии.

Цели деятельности ООО «Торговый дом «Снабмаш»»:

- качественный уровень обслуживания;
- лучшая еда по приемлемой цене;
- в будущем стать одним из лучших и самым популярным рестораном г.Барнаула;

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					8

- приложить усилия для поддержания и укрепления здоровья, удовлетворенности трудом и финансовым благополучием своих сотрудников.

Количество сотрудников ресторана по штатному расписанию – 42, в период с мая по сентябрь он несколько увеличивается до 55.

Проблемам анализа и улучшения финансовых результатов деятельности предприятий общественного питания в экономической литературе посвящено множество научных работ, в частности таких авторов, как Л.И. Кравченко, О.П. Ефимова, Г.В. Савицкая, Л.Н. Чечевицына, И.Н. Чуев, В.И. Макарьева, Л.В. Андреева, А.А. Макарьян, Т.Б. Бердников, Т.П. Пестрякова, А.Т. Головизина, О.И. Архипова и др.

Основными литературными источниками для формирования теоретических аспектов финансовых результатов предприятия в данной работе выступали: учебник Кравченко Л.И. «Анализ хозяйственной деятельности в торговле и общественном питании», учебное пособие Бердников Т.Б. «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия», учебник Ефимова О.П. «Экономика общественного питания», учебное пособие Арзуманова Т.И. «Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания». Для проведения факторного анализа прибыли от реализации продукции и анализа показателей рентабельности предприятия были использованы: учебник Донцовой Л.В., Никифоровой Н.А. «Анализ финансовой отчетности» и учебник Савицкой Г.В. «Анализ хозяйственной деятельности предприятия».

Информационной базой для выполнения выпускной квалификационной работы послужили: «Годовой отчет ООО «Торговый дом «Снабмаш»» за 2013 – 2015 гг., форма №1 «Бухгалтерский баланс» за 2013 – 2015 гг., форма № 2 «Отчет о прибылях и убытках» за 2013 – 2015 гг., форма №5 « Приложение к бухгалтерскому балансу» за 2013 -2015гг. и др.

В ходе проведения анализа были использованы метод сравнения, метод цепной подстановки, факторный анализ, маржинальный анализ, метод прогнозирования.

Выпускная квалификационная работа состоит четырех разделов: в первом

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					9

разделе рассматриваются теоретические аспекты и методика оценки прибыли предприятий общественного питания, формирование, распределение, методика оценки финансовых результатов, особенности финансового анализа и оценки результативности деятельности предприятий общественного питания.

Во втором разделе приведена организационно-экономическая характеристика ООО «Торговый дом «Снабмаш»». Представлены основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия за период 2013-2015гг.

В третьем разделе проводится экспресс-анализ прибыли ООО «Торговый дом «Снабмаш»» за период 2013-2015гг., факторный анализ прибыли и рентабельности, а также определяются основные направления по совершенствованию финансово-хозяйственной деятельности предприятия в будущем.

В четвертом разделе, в целях совершенствования прибыли ресторана выявляются экономические резервы предприятия и предлагаются мероприятия для реализации выявленных резервов в целях повышения финансовой результативности ресторана и улучшения хозяйственной деятельности в целом.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Сущность финансовых результатов и их роль в деятельности предприятия

Одним из основных требований успешного функционирования предприятий в условиях формирования и развития рыночной экономики является безубыточность основной (текущей) и другой деятельности, возмещение расходов собственными доходами и обеспечение в определенных размерах прибыльности, рентабельности хозяйствования. Законом о предприятиях установлено, что главной задачей предприятия является хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов собственника имущества предприятия.

Основными показателями, характеризующими финансовые результаты предпринимательской деятельности, являются валовой доход, другие доходы, прибыль и рентабельность. Прибыль занимает одно из центральных мест в общей системе стоимостных показателей и рычагов управления экономикой. Она является мериллом оценки деятельности предприятия, источником его развития, самофинансирования, материального поощрения труда работников, выступает источником вознаграждения владельцам акций, паев в уставном капитале предприятия, пополнения государственного и местных бюджетов. Прибыль — это основной многозначный оценочный показатель результатов работы предприятия в условиях становления и развития рыночного механизма хозяйствования.

Цель анализа финансовых результатов — выявление, изучение и мобилизация резервов роста доходов и прибыли, повышения рентабельности при улучшении качества обслуживания. В процессе анализа проверяют степень выполнения планов по доходам, прибыли, рентабельности, изучают их динамику, определяют и измеряют влияние факторов на финансовые результаты от текущей (основной) и другой деятельности предприятий, выявляют и мобилизуют резервы их

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					11

роста, особенно прогнозные. Одной из основных задач анализа является также изучение экономической целесообразности и эффективности распределения и использования прибыли.

В настоящее время анализ финансовых результатов и других показателей хозяйственной деятельности предприятий сильно затруднен в связи с коммерческой тайной, засекречиванием, а иногда и искажением результатов их функционирования, особенно информации о полученных доходах, прибыли и рентабельности.

До проведения анализа необходимо проверить правильность отражения в учете и отчетности всех доходов, расходов, потерь и убытков (своевременность, законность и полноту отражения доходов, расходов и потерь на счетах, учитывающих финансовые результаты деятельности предприятий, издержек производства и обращения на реализованные товары, их остаток и т.п.).

1.2 Экономическая сущность, значение и виды прибыли предприятия

Прибыль – это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности. Как экономическая категория она характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия. Прибыль является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости.

Прибыль как конечный финансовый результат деятельности предприятий представляет собой разницу между общей суммой доходов и затратами на производство и реализацию продукции с учетом убытков от различных хозяйственных операций.

Для оценки уровня прибыльности предприятия можно воспользоваться методами комплексного анализа прибыли по технико-экономическим факторам. Комплексный анализ прибыли рекомендуется проводить в определенной последовательности. Прежде всего, валовую прибыль анализируют по ее составным эле-

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					12

ментам, главным из которых является прибыль от реализации товарной продукции. Затем анализируются укрупненные факторы изменения прибыли от выпуска товарной продукции.

Основными функциями, которые выполняет прибыль предприятия, являются:

- 1 оценочная – она дает возможность дать оценку эффективности работы предприятия;
- 2 распределительная – ее сущность заключается в том, что прибыль предприятия является инструментом распределения доходов;
- 3 стимулирующая – ее сущность заключается в том, что прибыль используется как в интересах предприятия, так и в интересах его работников.

Общий финансовый результат хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете определяется на счете прибылей и убытков путем подсчета и балансирования всех прибылей и убытков за отчетный период

Основными показателями прибыли являются:

- 1 общая прибыль (убыток) отчетного периода - балансовая прибыль (убыток);
- 2 прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг);
- 3 прибыль от финансовой деятельности;
- 4 прибыль (убыток) от прочих внереализационных операций;
- 5 налогооблагаемая прибыль;
- 6 чистая прибыль.

Балансовая прибыль (убыток) представляет собой сумму прибыли (убытка) от реализации продукции, финансовой деятельности и доходов от прочих внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям.

Прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг) определяется как разница между выручкой от реализации продукции в действующих ценах без НДС, спецналога и акцизов и затратами на ее производство и реализацию.

Прибыль (убыток) от финансовой деятельности и от прочих внереализационных операций определяется как разница между общей суммой полученных и уплаченных:

- 1 штрафов, пени и неустоек и других экономических санкций;
- 2 процентов, полученных по суммам средств, числящихся на счетах предприятия;
- 3 курсовых разниц по валютным счетам и по операциям в иностранной валюте;
- 4 прибылей и убытков прошлых лет, выявленных в отчетном году;
- 5 убытков от стихийных бедствий;
- 6 потерь от списания долгов и дебиторской задолженности;
- 7 поступлений долгов, ранее списанных как безнадежные;
- 8 прочих доходов, потерь и расходов, относимых в соответствии с действующим законодательством на счет прибылей и убытков.

Налогооблагаемая прибыль определяется специальным расчетом. Она равна балансовой прибыли, уменьшенной на сумму:

- 1 отчислений в резервный и другие аналогичные фонды, создание которых предусмотрено законодательством (до достижения размеров этих фондов не более 25% уставного фонда, но не свыше 50% прибыли, подлежащей налогообложению);
- 2 рентных платежей в бюджет;
- 3 доходов по ценным бумагам и от долевого участия в деятельности других предприятий;
- 4 прибыли от страховой деятельности;
- 5 прибыли от отдельных банковских операций и сделок;
- 6 курсовой разницы, образовавшейся в результате изменения курса рубля по отношению к котируемым Центральным банком Российской Федерации иностранным валютам;
- 7 прибыли от производства и реализации производственной сельскохозяйственной и охотохозяйственной продукции.

Чистая прибыль предприятия, т.е. прибыль, остающаяся в его распоряжении, определяется как разность между балансовой прибылью и суммой налогов на прибыль, рентных платежей, налога на экспорт и импорт. Чистая прибыль

направляется на производственное развитие, социальное развитие, материальное поощрение работников, создание резервного фонда, уплате в бюджет экономических санкций, связанных с нарушением предприятием действующего законодательства, на благотворительные и другие цели.

В практике планирования и учета в торговле под валовым доходом понимается сумма торговых надбавок (скидок), в общественном питании - сумма торговых надбавок (скидок) и наценок. Себестоимость продукции представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Прибыль образуется в результате реализации продукции. Ее величина определяется разницей между доходом, полученным от реализации продукции, и издержками (затратами) на ее производство и реализацию. Общая масса получаемой прибыли зависит, с одной стороны, от объема продаж и уровня цен, устанавливаемых на продукцию, а с другой — от того, насколько уровень издержек производства соответствует общественно необходимым затратам.

Первое — объем продаж зависит от эффективности осуществления коммерческой работы: от умения создавать выгодные условия для реализации своей продукции, т.е. проводить маркетинг, организовать рекламу, сбыт, сформировать ценовую и товарную политику и т.д.

Второе — уровень издержек производства зависит от эффективности организации производства и труда, выбранной технологии, технической оснащенности предприятия.

Вместе с тем прибыль на предприятии питания зависит не только от реализации продукции, но и от других видов деятельности, которые ее либо увеличивают, либо уменьшают.

Из чистой прибыли предприятие выплачивает дивиденды и различные социальные налоги, и образуют фонды. В результате остается прибыль неиспользованная, или убыток, непокрытый деньгами.

Величина прибыли зависит:

									Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					15

- 1 во-первых, от правильности выбора производственной направленности предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным и высоким спросом);
- 2 во-вторых, от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставок, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание и т.д.);
- 3 в-третьих, от объемов производства (чем больше объем продаж, тем больше масса прибыли);
- 4 в-четвертых, от ассортимента продукции и снижения издержек производства.

Однако получение прибыли в условиях рынка всегда связано с риском над предприятием постоянно висит угроза потерять вложенный капитал целиком или частично. Именно поэтому в теории и на практике используется понятие «предпринимательская прибыль», которая по своей величине должна быть больше, чем процент, получаемый по вкладам в банк.

1.3 Принципы организации финансового анализа на предприятии

Принципами финансового анализа являются непрерывность наблюдения за состоянием и развитием финансовых процессов, преемственность, объективность, научность, динамичность, комплексность, системность, практическая значимость, существенность, надежность, согласованность и взаимоувязка данных форм бухгалтерской отчетности, ясность в интерпретации результатов финансового анализа, обоснованность и оперативность в принятии управленческих решений.

Для проведения финансового анализа применяется широкий спектр его видов, методов и приемов: структурный, структурно-динамический, трендовый (перспективный), межхозяйственный анализ; коэффициентный анализ; факторный анализ с использованием методов цепных подстановок, интегрального, корреляционного, регрессионного и экспоненциального анализа, а также такие распространенные приемы, как абсолютное сравнение достигнутых уровней, расчет аб-

солютных и относительных отклонений «долевого участия», детализация показателей на его сопоставляющие, группировка, дисконтирование и др.

Следует различать типы моделей финансового анализа. К важнейшим из них относятся дескриптивные, предикативные и нормативные. Дескриптивные модели чаще всего описательного характера. Они построены на использовании бухгалтерской отчетности и пояснительных записок к ней. Для такой модели финансового анализа широко используется структурный, структурно-динамический и коэффициентный анализ. Предикативные модели, как правило, прогностического характера. Их используют для построения прогнозных оценок текущего и перспективного характера о прибылях и доходах, платежеспособности, финансовой устойчивости.

Содержание финансового анализа во многом определяется тем, кто является пользователем информации, и какова сфера его экономических интересов в оценке различных сторон и аспектов финансовой деятельности коммерческой организации. Направления финансового анализа для каждого внешнего пользователя финансово-аналитической информации коммерческой организации позволяют пользователям сосредоточить усилия при подборе партнеров, инвесторов, кредитозаемщиков на наиболее важных вопросах оценки результатов их финансово-хозяйственной деятельности во избежание просчетов, упущений и потерь из-за неэффективного использования финансовых ресурсов.

1.4 Цели и методы финансового анализа на предприятии

Качество принимаемых управленческих решений на уровне хозяйствующего субъекта зависит от качества их аналитического обоснования.

Получение небольшого числа ключевых информативных показателей, дающих объективную оценку финансового состояния предприятия, является основной целью финансового анализа. В ходе финансового анализа выявляются изменения в составе имущества хозяйствующего субъекта и в источниках его формирования, в финансовых результатах деятельности (его прибылей и убытков), в расчетах с де-

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					17

биторами и кредиторами.

Исходной базой финансового анализа являются данные бухгалтерского учета и отчетности.

Одним из важнейших приемов является чтение финансовой отчетности и изучение абсолютных величин, а также:

- составления сравнительных таблиц, выявления абсолютного и относительного отклонения;
- исчисления показателей за ряд лет в процентах к итоговому показателю (к итогу баланса);
- исчисления относительных отклонений в процентах по отношению к базисному году.

Наряду с абсолютными показателями, характеризующими различные аспекты финансового состояния, используются и финансовые коэффициенты. Финансовый коэффициент представляет собой относительные показатели финансового состояния. Они подразделяются на коэффициенты распределения и координации. Коэффициенты распределения применяются в тех случаях, когда необходимо определить, какую часть тот или иной абсолютный показатель составляет от итога включающей его группы абсолютных показателей. Данные коэффициенты используются в основном в предварительном анализе.

Коэффициенты координации используются для выражения отношений разных по существу абсолютных показателей финансового состояния.

Анализ финансовых коэффициентов заключается в сравнении их значения по периодам. В качестве базисных величин могут использоваться показатели базисного периода данного хозяйствующего субъекта.

Важную роль в оценке финансового состояния предприятия играют абсолютные показатели, которые рассчитываются на основе отчетности (чистые активы — реальный собственный капитал, собственные оборотные средства, показатели оборачиваемости запасов собственными оборотными средствами). С помощью данных показателей формулируются критерии, позволяющие оценить качество финансового состояния.

Практика финансового анализа позволяет выявить основные методы чтения финансовой отчетности.

- Горизонтальный (временный) анализ позволяет осуществить сравнение каждой позиции с предыдущим периодом.
- Вертикальный (структурный) анализ позволяет определить структуру итоговых финансовых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом.
- Трендовый анализ позволяет осуществить сравнение позиции с рядом предшествующих периодов и определить тренд, т. е. основную тенденцию динамики показателей, исключая случайные влияния и индивидуальные особенности отдельных периодов. С помощью тренда определяется возможное значение показателей в будущем.
- Анализ относительных показателей (коэффициентов) позволяет осуществить расчет отношений данных отчетности, определить взаимосвязи показателей.
- Факторный анализ позволяет определить влияние отдельных факторов (причин) на результативный показатель с помощью различных приемов исследования.
- Сравнительный (пространственный) анализ может осуществляться как внутри предприятия (сравнение внутрихозяйственное по отдельным показателям хозяйствующего субъекта), так и вне, т. е. сравнение показателей данного хозяйствующего субъекта с показателями конкурирующих субъектов хозяйствования, со средними общеэкономическими данными.

Финансово-экономический анализ может осуществляться разными методами. К количественным методам относят статистические (наблюдение, сравнение, абсолютные и относительные величины, средние величины, сводка, группировка, ряды динамики, индексы и т. д.), экономико-математические (методы математического программирования, экономико-математического моделирования и факторного анализа, исследование операции и т. д.). Каждый из экономико-математических методов делится на отдельные приемы, способы, используемые в аналитической работе.

									Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					19

1.5 Система анализа показателей финансовых результатов деятельности предприятия общественного питания

Главными показателями, характеризующими финансовые результаты хозяйственной деятельности предприятий общественного питания, являются валовой доход, доходы прочие, прибыль и рентабельность.

Прибыль — один из основных и сложных экономических показателей, без глубокого изучения которого невозможен научный подход к решению проблемы повышения эффективности общественного питания, усиления материальной заинтересованности и ответственности руководителей, менеджеров, работников предприятия в достижении высоких конечных финансовых результатов при наименьших затратах труда и средств. В отрасли имеются практически неисчерпаемые текущие и перспективные резервы роста доходов и прибыли, повышения рентабельности.

Целью анализа основных показателей финансовых результатов предприятия питания состоит в выявлении резервов и путей повышения прибыли и рентабельности, обеспечения укрепления финансового состояния предприятия.

Задачами анализа прибыли и рентабельности являются:

- изучение динамики прибыли и показателей рентабельности за ряд лет;
- оценка степени выполнения самостоятельно установленного плана прибыли;
- изучение влияния на изменение прибыли и рентабельности различных факторов;
- оценка эффективности использования прибыли;
- разработка мероприятий по использованию выявленных резервов

финансовых результатов.

Анализ прибыли и рентабельности проводится в увязке с изучением всех показателей хозяйственно-финансовой деятельности предприятия.

Для анализа используется бухгалтерская отчетность (бухгалтерский баланс,

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					20

отчет о прибылях и убытках, отчет об издержках обращения), статистическая и оперативная отчетность, заключения аудиторских служб, результаты документальных ревизий и другая информация.

В процессе анализа прибыли предприятия изучается динамика прибыли от продаж, прибыли до налогообложения, чистой прибыли за анализируемый период. Положительно оценивается увеличение всех видов прибыли.

1.5.1 Факторный анализ валового дохода предприятий общественного питания

Анализ финансовых результатов на предприятии общественного питания обычно начинают с изучения валового дохода. Он включает реализованные торговые надбавки и наценки. Размер наценок зависит от категории предприятия, места и времени реализации собственной продукции и покупных товаров. По размеру наценок предприятия питания подразделяются на пять категорий: люкс, высшую, первую, вторую и третью. Самый высокий размер наценок на предприятиях категории люкс; самый низкий — на предприятиях третьей категории.

За счет валового дохода предприятия общественного питания уплачивают налог на добавленную стоимость, акцизы, другие обязательные платежи.

Анализ реализованных торговых надбавок и наценок проводят по их сумме и уровню (% к обороту).

В процессе анализа изучают и оценивают степень выполнения плана и динамику валового дохода, измеряют влияние факторов на его размер. Общая сумма валового дохода зависит от изменения объема товарооборота и уровня реализованных торговых надбавок и наценок. Увеличение или уменьшение объема товарооборота ведет к соответствующему изменению суммы валового дохода. С увеличением среднего уровня реализованных торговых надбавок и наценок пропорционально возрастает их сумма. Влияние указанных факторов на валовой доход измеряют приемом абсолютных разниц.

Значительное влияние на валовой доход оказывает изменение продажных цен

									Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					21

на продукцию собственного производства и покупные товары. При повышении продажных цен соответственно растет сумма реализованных торговых надбавок и наценок, и наоборот.

Валовой доход, остающийся в распоряжении предприятия общественного питания, находится в прямой зависимости от изменения общей суммы реализованных торговых надбавок и наценок и в обратной — от роста или уменьшения налогов и других обязательных платежей, взимаемых за счет валового дохода. Их влияние на валовой доход, остающийся в распоряжении предприятия общественного питания, определяют прямым счетом. Приемом абсолютных разниц измеряют влияние на реализованные торговые надбавки и наценки, остающиеся в распоряжении предприятия, изменения объема товарооборота и их уровня.

Средний уровень валового дохода зависит от изменения состава товарооборота (доли в товарообороте продукции собственного производства и покупных товаров) и уровней валового дохода от реализации собственной продукции и продажи покупных товаров. По покупным товарам наценки обычно устанавливают в более низких размерах, чем на собственную продукцию, а многие из них нередко продаются предприятиями общественного питания по розничным ценам (без наценок). В связи с этим уровень валового дохода по покупным товарам ниже, чем на продукцию собственного производства. Влияние указанных факторов на средний (общий) уровень валового дохода можно измерить способом процентных чисел с применением приема цепных подстановок, если планирование и учет валового дохода ведутся отдельно по реализации продукции собственного производства и продаже покупных товаров.

1.5.2 Факторный анализ прибыли и рентабельности предприятия общественного питания

Многообразие воздействия на прибыль внешних и внутренних факторов диктует необходимость их систематизации.

К внешним факторам относятся:

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					22

- рыночно-конъюнктурные факторы (повышение конкурентоспособности в оказании услуг, организация эффективной рекламы новых видов товаров);
- уровень развития внешнеэкономических связей, изменение тарифов и цен на поставляемую продукцию и услуги в результате инфляции;
- хозяйственно-правовые и административные факторы (налогообложение, правовые акты, постановления и положения, регламентирующие деятельность организации, государственное регулирование тарифов и цен).

К внутренним факторам относятся:

- материально-технические (проведение модернизации и реконструкции материально-технической базы предприятия);
- организационно-управленческие (разработка стратегии и тактики деятельности и развития предприятия, информационное обеспечение процесса принятия решения);
- экономические (финансовое планирование деятельности предприятия, анализ и поиск внутренних резервов роста прибыли, рентабельности, налоговое планирование);
- социальные (повышение квалификации работников, улучшение условий труда, организация оздоровления и отдыха работников).

Анализ формирования, распределения и использования прибыли состоит из следующих этапов:

- анализируется бухгалтерская прибыль (убыток) по составу и динамике;
- проводится факторный анализ прибыли (убытка) от продаж;
- анализируются причины отклонения по таким составляющим прибыли, как проценты к получению и уплате, прочие операционные доходы и расходы и т.п.;
- анализируется формирование чистой прибыли (убытка) и влияние налоговых регуляторов и налога на прибыль, сумм штрафных санкций по расчетам с бюджетом;
- анализируется использование прибыли на капитализацию и потребление;

- дается оценка эффективности распределения прибыли на капитализацию и потребление;
- разрабатываются предложения к составлению финансового плана.

Рентабельность является относительным показателем, характеризующим размер прибыли, приходящейся на рубль потребляемых ресурсов. Поскольку рентабельность является обобщающим показателем, характеризующим эффективность функционирования организации, то встает задача определения влияния на данный показатель факторов, оценивающих количественную и качественную стороны деятельности организации.

Методика анализа рентабельности в общественном питании заключается в следующем: на практике основным показателем оценки прибыльности предприятий общественного питания является рентабельность продаж, определяемая отношением прибыли от реализации собственной продукции и покупных товаров к товарообороту, в процентах. Рентабельность продаж находится в прямой зависимости от изменения уровня валового дохода и в обратной — от изменения уровня налогов и других обязательных платежей, взимаемых за счет реализованных торговых надбавок и наценок, и уровня издержек производства и обращения.

Показатели рентабельности отражают соотношения прибыли предприятия и факторов, которые являются предпосылками ее возникновения. Важное значение при этом имеет не столько величина показателей рентабельности, сколько их динамика и соответствие среднеотраслевым показателям. Только с помощью сравнения можно установить относительную величину прибыльности субъекта предпринимательской деятельности.

Рентабельность может определяться на основе различных показателей прибыли в зависимости от целей экономического анализа. Так, для расчета уровней рентабельности предприятий может использоваться прибыль от реализации товаров, продукции (работ, услуг), то есть финансовый результат от основной деятельности; прибыль (убыток) от других видов деятельности (операционной и внереализационной); прибыль отчетного периода (общая); чистая прибыль.

Многообразие показателей рентабельности определяет альтернативность по-

исков путей ее повышения. Каждый из исходных показателей рентабельности раскладывается в факторную систему с различной степенью детализации, что задает границы выявления и оценки резервов ее повышения. Количество показателей рентабельности возрастает в геометрической прогрессии при увеличении экономической информации. При этом одним основным показателем рентабельности здесь не обойтись, так как он не может выразить многосторонней сущности изучаемого показателя (в нашем примере — прибыльности, рентабельности). Следовательно, необходимо использовать систему показателей рентабельности. Это позволяет избежать неполного и одностороннего изучения и оценки прибыльности. Система показателей рентабельности должна быть жестко заданной. Она должна постоянно корректироваться как по форме, так и по существу (с учетом изменений целей и приоритетов проводимого экономического анализа).

Изучение рентабельности, как и других показателей хозяйственной деятельности предприятия, желательно проводить за длительный период времени, предпочтительно с момента начала его функционирования. Такой анализ позволяет изучить прибыльность субъекта предпринимательской деятельности по совокупности лет, оценить динамику его финансово-хозяйственного развития, определить перспективы экономического и социального роста. В результате глубина анализа рентабельности значительно увеличивается.

На практике уровень рентабельности хозяйственной деятельности предприятий общественного питания обычно определяется отношением прибыли к розничному товарообороту. Он показывает, сколько процентов составляет прибыль в товарообороте.

Этот показатель рентабельности следует рассчитывать не по всей (балансовой) прибыли, а только по прибыли от реализации товаров, так как финансовые результаты от продажи основных средств и прочих активов, а также внереализационные доходы, расходы и потери не находятся в прямой зависимости от изменения объема товарооборота.

Влияние изменения структуры товарооборота на уровень рентабельности

продаж предприятия питания (торговли) проявляется через уровень валового дохода и уровень издержек обращения.

Уровни рентабельности продаж могут также определяться отношением прибыли от реализации товаров к валовому доходу. Он показывает долю прибыли в реализованных торговых надбавках и наценках.

Уровень рентабельности, исчисленный отношением прибыли к товарообороту, имеет существенный недостаток: он не учитывает, при каких хозяйственных ресурсах (активах), собственном и заемном капитале, экономическом потенциале достигнут конечный финансовый результат и как эффективно они используются. В связи с этим экономисты предлагают определять рентабельность хозяйственных ресурсов (активов) как отношение годовой суммы прибыли к среднегодовой стоимости долгосрочных, нематериальных и текущих (оборотных) активов (совокупного капитала). Он показывает, сколько процентов занимает прибыль в активах предприятия или сколько копеек прибыли получено с каждого рубля совокупного (общего) капитала.

Итак, по приведенным выше методикам на рентабельность совокупного капитала (всех активов) можно изучить влияние факторов первого, второго и третьего порядка.

Формулу расчета рентабельности совокупного капитала можно преобразовать и приемом цепных подстановок определить влияние на ее размер изменения рентабельности продаж и фондоотдачи совокупного капитала:

В бухгалтерском балансе нередко отражаются средства и их источники, не используемые в хозяйственном обороте. К ним относятся расходы будущих периодов, нереальная (безнадежная к взысканию) дебиторская задолженность, кредиты банков для работников, перерасходы средств резервов, специальных фондов, целевого финансирования и т.п. На предприятиях сферы обращения могут быть залежалые и не пользующиеся спросом товары, излишние, неиспользуемые основные средства и другие активы. В связи с этим рекомендуют определять функционирующий капитал вычитанием из валюты баланса (его итога) указанных выше сумм и изучать показатель рентабельности функционирующего капитала. Ме-

тодика его анализа примерно такая же, как и рентабельности совокупного капитала. Принято рентабельность функционирующего капитала рассчитывать отдельно по прибыли от реализации товаров, балансовой и чистой прибыли, что помогает глубоко изучить и оценить влияние на уровень рентабельности изменения состава прибыли и ее использования.

Наряду с рассмотренными ранее показателями рентабельности продаж, совокупного и функционирующего капитала предлагается также отдельно изучать рентабельность внеоборотных активов, оборотных средств, основных производственных фондов, всех затрат живого и овеществленного труда (издержек обращения), расхода средств на оплату труда, собственного капитала (прибыль к источникам собственных средств), перманентного капитала (отношение прибыли к собственному капиталу плюс долгосрочные обязательства), заемного капитала, экономического потенциала (прибыль к среднегодовым остаткам внеоборотных и оборотных активов и расходу средств на содержание персонала предприятия) и др. Также определяют и анализируют прибыль в расчете на одного работника, на 1 м² торговой или всей площади торгового зала

Анализ рентабельности продаж также должен проводиться по отдельным товарам и товарным группам с использованием данных потоварного учета валового дохода и издержек обращения.

Это позволяет определить высокорентабельные, низкорентабельные и убыточные товары и принять меры к расширению закупки и реализации товаров с высокой рентабельностью.

1.5.3 Сравнительный анализ финансовых показателей предприятия общественного питания

Сравнительный анализ финансовых показателей предприятий имеет особое значение для потенциальных инвесторов, банков, деловых партнеров, налоговых органов, региональных и федеральных органов власти и других заинтересованных лиц в условиях меняющейся экономической ситуации.

В мировой практике такой оценкой обычно занимаются авторитетные органи-

зации, пользующиеся доверием своих клиентов - потребителей аналитического продукта. Это рейтинговые агентства, которые объединяют профессионалов-исследователей предприятий различных отраслей и обладают обширной информацией об их деятельности и соответствующей техникой обработки экономических данных. Для России это новая и перспективная сфера бизнеса.

Сравнительный анализ предприятий общественного питания (торговли) проводят по данным сводной отчетности, отчетов подведомственных предприятий и других хозрасчетных подразделений, текущего учета. На основе этой информации изучают выполнение планов и динамику валового дохода, прибыли и т.д.

При проведении сравнительного анализа немало важным является то, что нет явной функциональной зависимости между ростом суммы прибыли от реализации товаров и объемом розничного товарооборота, так как на прибыль оказывают влияние изменение уровней валового дохода, издержек обращения, инфляционные и другие факторы. Более четко прослеживается функциональная зависимость между развитием товарооборота и суммой валового дохода предприятия.

Для углубленной оценки финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия необходимо по данным подразделений провести множественный корреляционно-регрессионный анализ зависимости прибыли от реализации товаров от основных факторов. При проведении множественного корреляционно-регрессионного анализа количество наблюдений должно в 5—6 раз превышать число изучаемых факторов. Причем данные обязательно должны быть сопоставимыми.

Если анализ проводится по одному предприятию, то необходимо брать данные по изучаемому предприятию по кварталам за пять-шесть лет или по месяцам за последние два-три года. Если же анализ проводится по данным одного предприятия, то информацию обычно берут за последний год в разрезе входящих в нее подразделений (магазинов, столовых, их филиалов и др.). Множественный корреляционный анализ обычно проводится на ЭВМ по типовой программе.

При проведении множественного корреляционно-регрессионного анализа изучают влияние следующих факторов:

на валовой доход:

- фактического объема товарооборота;
- темпа роста товарооборота в динамике;
- удельного веса основной товарной группы в товарообороте;
- выработки на одного работника;
- товарооборачиваемости в днях;
- фондоотдачи и др.;

на издержки обращения:

- фактического объема товарооборота;
- удельного веса основной товарной группы в товарообороте;
- выработки на одного работника;
- затратоотдачи;
- товарооборачиваемости в днях и др.;

на прибыль:

- фактического объема товарооборота;
- темпа роста товарооборота в динамике;
- удельного веса основной товарной группы в товарообороте;
- выработки на одного работника;
- фондоотдачи,
- товарооборачиваемости в днях;
- уровня издержек обращения или уровня валового дохода и др.;

на рентабельность продаж:

- фактического объема товарооборота;
- удельного веса основной товарной группы в товарообороте;

выработки на одного работника;

- фондоотдачи;
- затратоотдачи;

- товарооборотчиваемости в днях и др.

При проведении множественного корреляционно-регрессионного анализа решаются две задачи:

- изучают тесноту связи между анализируемыми показателями;
- количественно измеряют действие каждого фактора на результатный показатель, т.е. исследуют характер связи.

Основная задача корреляционно-регрессионного анализа — построение модели. Она позволяет количественно измерить влияние каждого фактора на результатный показатель, подсказать значение функции, что в конечном итоге способствует оптимальному управлению экономическим и социальным развитием предприятия.

Сравнение рассчитанных на основе регрессионного анализа значений результатного показателя с фактическими позволяет провести более углубленный факторный анализ хозяйственной деятельности предприятия (питания, торговли), выявить резервы повышения эффективности хозяйствования.

При сравнительном анализе особое внимание уделяется определению возможностей роста прибыли за счет изучения и использования опыта работы лучшего однотипного предприятия (питания, торговли).

Заканчивается сравнительный анализ обобщением выявленных возможностей и прогнозных резервов роста прибыли, повышения рентабельности.

1.5.4 Оценка финансовой устойчивости предприятия общественного питания

Важнейшей характеристикой стабильного положения предприятия выступает ее финансовая устойчивость. Финансовая устойчивость характеризуется стабильным превышением доходов над расходами, свободным маневрированием денежными средствами и эффективным их использованием, бесперебойным производством и продажей товаров, работ, услуг.

Традиционные подходы к анализу финансовой устойчивости предполагают ее оценку с использованием абсолютных и относительных показателей - коэффициентов. Под абсолютными показателями финансовой устойчивости понимают показатели, характеризующие состояние запасов и обеспеченность их источниками формирования. Источниками формирования запасов могут выступать элементы собственного капитала и долгосрочных обязательств, краткосрочные кредиты и займы, кредиторская задолженность и прочие обязательства.

Для показателей финансовой устойчивости не существует каких-то единых критериев. Они зависят от многих факторов: отраслевой принадлежности хозяйствующего субъекта, принципов кредитования, сложившейся структуры источников финансирования, оборачиваемости оборотных активов, деловой репутации организации и др.

При анализе платежеспособности определяют и изучают специальные коэффициенты, расчет которых основан на существовании определенных соотношений между отдельными статьями бухгалтерского баланса, данными других форм отчетности, показателями хозяйственной деятельности предприятия.

Преимущество коэффициентов заключается в том, что они в определенной мере элиминируют влияние инфляции на изучаемые показатели, что особенно важно при анализе в долговременном аспекте, а тем более в условиях инфляции. Значения рассчитанных коэффициентов сравнивают с общепринятыми стандартными (нормативными) их величинами или со среднеотраслевыми нормативами, или с соответствующими коэффициентами, исчисленными по данным хозяйственной деятельности предприятия за предыдущие годы.

Необходимо иметь в виду, что в ряде случаев та или иная величина коэффициента не соответствует общепринятой стандартной норме в силу специфичности конкретных условий работы и особенности деловой политики предприятия. Не всегда является обоснованным сравнение с усредненными коэффициентами в пределах отрасли в силу диверсификации деятельности многих предприятий.

Показатели оценки финансовой устойчивости предприятия должны изучаться не изолированно, а в пространственно-временных сопоставлениях.

В предприятиях ОП и торговле, больше чем в других отраслях национальной экономики, возможен коммерческий риск, более частые случаи банкротства. В связи с этим возрастает значимость анализа платежеспособности предприятия.

По данным бухгалтерского баланса изучают показатели его ликвидности (покрытия активами краткосрочных обязательств), которые дают общую оценку платежеспособности предприятия. При анализе ликвидности устанавливают, насколько предприятие способно отвечать по своим текущим обязательствам. Баланс считается ликвидным, если сумма оборотных активов покрывает краткосрочную задолженность, и наоборот. Показатели ликвидности рассчитываются отношением текущих активов в активе баланса к сумме краткосрочных обязательств по пассиву. Чем выше их значимость, тем устойчивее финансовое состояние предприятия, тем больше его способность быстро погашать предъявленные долги. В аналитической практике обычно исчисляют и изучают следующие показатели ликвидности (покрытия краткосрочных обязательств):

- коэффициентом абсолютной ликвидности;
- коэффициентом быстрой ликвидности;
- коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена немедленно за счет мобильных активов (денежных средств и краткосрочных финансовых вложений).

Первый показатель ликвидности бухгалтерского баланса используется поставщиками (для оценки финансового состояния предприятия), второй — банками, третий — держателями акций и облигаций. Низкий коэффициент ликвидности (покрытия краткосрочных обязательств) обязывает предприятие принимать меры по укреплению финансовой устойчивости путем мобилизации внепланово отвлеченных средств в оборотные активы. В зарубежной практике менеджмента для торговых предприятий минимально безопасным считают первый коэффициент ликвидности, равный 0,20-0,25; второй — 0,70-0,80 и третий — 2,0-2,5.

Коэффициенты ликвидности являются моментными показателями, так как определяется платежеспособность предприятия по данным о ликвидных сред-

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					32

ствах и краткосрочных обязательствах на начало и конец года (квартала или месяца). Следовательно, они показывают состояние платежеспособности предприятия на определенную дату. Методическими указаниями контроля финансового состояния и платежеспособности субъектов предпринимательской деятельности рекомендуется определять коэффициент текущей ликвидности, как отношение итога второго раздела актива бухгалтерского баланса (за вычетом незавершенного производства) к итогу пятого раздела пассива баланса (кроме долгосрочных кредитов и займов). Вышеназванными Методическими указаниями установлены минимальные дифференцированные его нормативы для предприятий отдельных отраслей экономики и всех форм собственности (для предприятий торговли и ОП — в размере 1,0). Коэффициент текущей ликвидности показывает, в какой степени оборотные активы предприятия превышают его краткосрочные обязательства. Чем он выше, тем больше доверия получает предприятие у кредиторов, инвесторов.

При финансовых затруднениях, наличии просроченных финансовых обязательств следует определить и изучить коэффициент обеспеченности обязательств активами. Он рассчитывается как отношение всех финансовых обязательств (долгосрочных и краткосрочных) к валюте бухгалтерского баланса (общему итогу баланса). Предприятие считается устойчиво неплатежеспособным в случае неудовлетворительной структуры бухгалтерского баланса, а также при наличии на дату составления баланса значения коэффициента обеспечения финансовых обязательств активами, превышающего 0,85. Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами показывает, способно ли предприятие рассчитаться по своим финансовым обязательствам после реализации активов. Данный коэффициент определяют отношением итога раздела V бухгалтерского баланса к валюте баланса. Финансовая устойчивость субъектов предпринимательской деятельности во многом определяется их деловой активностью, эффективностью использования финансовых ресурсов. При изучении эффективности использования активов предприятия и источников их формирования проводят сопоставление выручки от реализации товаров, продукции (работ, услуг) со средними их

остатками. В результате определяют их оборачиваемость в количестве оборотов. При расчете оборачиваемости краткосрочных кредитов банков, дебиторской и кредиторской задолженности в расчет необходимо включать обороты по их погашению.

Для оценки деловой активности предприятия рассчитывают систему показателей, позволяющих изучить эффективность использования активов и источников их формирования. К ним относятся показатели оборачиваемости. Оборачиваемость оборотных активов может анализироваться и в днях оборота.

При анализе финансового состояния предприятия большое внимание уделяют изучению показателей структуры капитала. С их помощью можно предвидеть и предупредить грозящие предприятию неплатежеспособность, банкротство. Например, при уменьшении доли собственного капитала в активах баланса значительно возрастает риск для банков и кредиторов, и наоборот. Многие зарубежные экономисты считают, что наиболее важными показателями оценки финансовой стабильности предприятия являются доля источников собственных средств в валюте баланса и соотношение привлеченного и собственного капитала.

По данным бухгалтерского баланса можно изучить платежную способность предприятия только на дату его составления. Для оперативного контроля платежеспособности предприятия необходимо составлять платежный календарь, в котором подсчитываются наличные и ожидаемые поступления денежных средств и краткосрочные платежные обязательства за определенный период (за 5, 10, 15 дней, месяц, квартал, год). В случаях, когда платежи превышают наличные и ожидаемые платежные средства, предприятие должно разработать меры по улучшению хозяйственной и другой деятельности, укреплению финансов.

К ним, в частности, относятся меры по развитию производства готовой продукции, работ и услуг, росту товарооборота, реализации излишних, ненужных материалов, сырья, инвентаря, других товарно-материальных ценностей. Временному прекращению закупки товаров, сырья и материалов, имеющихся в достаточном количестве у предприятия. Своевременному погашению дебиторской за-

долженности и укреплению расчетно-платежной дисциплины.

1.5.5 Анализ коэффициентов финансовых результатов деятельности предприятия общественного питания

В финансовом анализе широко используются формализованные критерии, то есть коэффициенты и показатели, рассчитываемые по определенным формулам.

Полученные значения анализируются как по абсолютной величине, так и в динамике. Затем они сравниваются с нормативными коэффициентами, данными за прошлые периоды, среднестатистическими показателями по отрасли или группе сходных предприятий. Формализованность такого подхода выражается в том, что определенное значение рассчитанного показателя или коэффициента свидетельствует о вполне конкретном состоянии дел на предприятии.

Существуют различные методики коэффициентного анализа финансового состояния, в нашей стране по опыту экономически развитых стран большое распространение получила методика, основанная на расчете и использовании в пространственно-временном анализе системы коэффициентов. Расчет, как правило, ведется по данным годового бухгалтерского отчета.

Задачей анализа является определение тенденций изменения деловой активности, определяемой через оборачиваемость и рентабельность предприятия.

Рентабельность предприятия показывает долю прибыли, заложенную в выручке от реализации продукции. Чем в структуре реализованной продукции больше доля наиболее рентабельных видов продукции, тем выше выручка и, соответственно, прибыль предприятия. Коэффициенты оборачиваемости позволяют проанализировать, насколько эффективно предприятие использует свои средства. Скорость оборота (количество оборотов за период), оказывает влияние на платежеспособность и отражает повышение производственно-технического потенциала.

По результатам проведенных расчетов формулируют выводы о состоянии

деловой активности предприятия и дают необходимые рекомендации.

Формализованные критерии – коэффициенты, алгоритм их расчета, а также экономический смысл приведены в таблице 1.1

Таблица 1.1 – Финансовые коэффициенты и алгоритм расчета

Наименование показателя	Условное обозначение, алгоритм расчета	Влияние на исследуемый показатель
1	2	3
1 Рентабельность продаж по валовому обороту	Прибыль/Валовая выручка	Показывает сколько прибыли приходится на 1 рубль реализованной продукции. Уменьшение свидетельствует о снижении спроса на продукцию предприятия
2 Рентабельности всего капитала предприятия	Прибыль/Стоимость капитала предприятия	Показывает эффективность использования всего имущества предприятия. Уменьшение свидетельствует о падении спроса и перенакоплении активов
3 Рентабельности внеоборотных активов	Прибыль/Актив1 (Высоколиквидные активы)	Отражает эффективность использования внеоборотных активов
4 Рентабельности собственного капитала	Прибыль /Пассив4(собственный капитал)	Показывает эффективность использования собственного капитала. Динамика коэффициента оказывает влияние на уровень котировки акций предприятия
5 Коэффициент рентабельности перманентного капитала	Прибыль/(ПЗ+П4, сумма заемного и собственного капитала)	Отражает эффективность использования капитала, вложенного в деятельность предприятия, собственного и заемного
6 Коэффициент общей оборачиваемости капитала	Выручка/Капитал предприятия	Отражает скорость оборота всего капитала предприятия. Рост означает ускорение кругооборота средств или инфляционный рост цен
7 Коэффициент оборачиваемости мобильных средств	Выручка/Активы 2 (быстрореализуемые активы)	Показывает скорость оборота мобильных средств. Рост оценивается положительно
8 Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств	Выручка/Запасы	Отражает число оборотов, запасов и затрат предприятия, уменьшение свидетельствует об относительном увеличении запасов и затрат в незавершенном производстве или о снижении спроса на готовую продукцию
9 Коэффициент оборачиваемости готовой продукции	Выручка/Готовая продукция	Показывает скорость оборота готовой продукции. Рост коэффициента означает увеличение спроса на продукцию предприятия, снижение на затоваривание
10 Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	Выручка/Дебиторская задолженность	Показывает расширение (увеличение) или снижение (уменьшение) коэффициента коммерческого кредита, предоставляемого предприятием

Продолжение таблицы 1.1

1	2	3
11 Коэффициент среднего срока оборота дебиторской задолженности	Выручка/ 0,5* вся дебиторская задолженность	Характеризует средний срок погашения дебиторской задолженности. Уменьшение коэффициента оценивается положительно
12 Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности.	Выручка/вся кредиторская задолженность	Показывает расширение или уменьшение коммерческого, предоставляемого предприятию. Рост означает увеличение скорости оплаты задолженности предприятия; снижение – рост покупок в кредит.
13 Коэффициент среднего срока оборота кредиторской задолженности, дни	Выручка/НЧ*кредиторская задолженность	Отражает средний срок возврата коммерческого кредита предприятием
14 Коэффициент фондоотдачи внеоборотных активов	Выручка/А1 высоколиквидные активы	Характеризует эффективность использования внеоборотных активов, измеряемую величину продаж, приходящихся на единицу стоимости средств
15 Оборачиваемости собственного капитала	Выручка/(Пассив 4-собственный капитал)	Показывает скорость оборота собственного капитала. Резкий рост отражает уменьшение уровня продаж. Существенное снижение – тенденцию к бездействию части собственных средств

1.6 Пути улучшения финансовых результатов деятельности предприятия общественного питания в современных условиях

Оценка хозяйственной деятельности предприятия общественного питания производится на основе определения и изучения его финансовых результатов.

Они складываются под совокупным влиянием многих условий функционирования предприятия. Основные показатели, формирующие финансовые результаты деятельности предприятий торговли и питания:

- выручка от реализации продукции и товаров;
- себестоимость проданных товаров (цена закупки);
- доходы от реализации товаров и других операций;
- расходы на осуществление основной и других видов деятельности;
- прибыль или убыток.

Все перечисленные показатели являются промежуточными результатами, за исключением прибыли. Они образуются в процессе хозяйственной деятельности и

не отражают ее итоги.

Прибыль выступает в качестве конечного финансового результата работы предприятия, является главной целью предпринимательской деятельности, служит показателем ее оценки. Прибыль неразрывно связана с эффективным использованием основного и оборотного капитала, материальных и трудовых ресурсов. Прибыль характеризует достигнутый хозяйствующим субъектом финансовый результат (эффект). Вместе с тем она не отражает эффективность деятельности. Для оценки этого показателя абсолютная сумма прибыли сопоставляется с вложенным капиталом, используемыми ресурсами, текущими расходами и т. д. Относительный показатель прибыли (ее уровень) отражает рентабельность.

На величину прибыли предприятий торговли и питания оказывают влияние как внутренние (зависящие от деятельности предприятия), так и внешние (не зависящие от деятельности предприятия) факторы. К первым относятся – объем оборота, его структура, размер доходов от реализации и факторы, его определяющие, размер издержек обращения и факторы, его определяющие, наличие дополнительных (прочих) доходов и расходов, величина и эффективность экономических ресурсов, собственного и заемного капитала и другие. Ко вторым – состояние экономики, темпы инфляции, конъюнктура рынка, стоимость услуг других отраслей экономики и другие.

В обобщенном виде для увеличения прибыли и рентабельности предприятию необходимо расширять масштабы деятельности, повышать уровень доходов, снижать уровень издержек обращения (издержек производства и обращения предприятий питания) и прочих расходов. Основными направлениями роста прибыли и рентабельности предприятий торговли и питания являются:

- увеличение объема оборота, для чего необходимо расширять рынки сбыта, повышать качество торгового обслуживания, применять новые формы продаж;
- совершенствование структуры оборота, для чего необходимо формировать ассортимент с учетом спроса населения, повышать долю продукции собственного производства в обороте предприятия питания;

- пересмотр и повышение экономической обоснованности размеров торговых надбавок и наценок;
- увеличение в общем объеме оборота доли товаров с более высокими размерами торговых надбавок;
- поиск новых более выгодных поставщиков товаров, сокращение числа посредников;
- изыскание возможностей получения операционных доходов;
- соблюдение режима экономии, недопущения нерациональных расходов и потерь и т.д.

Следует отметить, что конкретные резервы повышения прибыли предприятий различны и зависят от условий их деятельности, факторов внутренней и внешней среды.

										Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата						39

2 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «Торговый дом «Снабмаш»»

2.1 Общие сведения о предприятии

Ресторан - является основным (базовым) подразделением общества с ограниченной ответственностью «Торговый дом «Снабмаш»». Общество с ограниченной ответственностью «Торговый дом «Снабмаш»» является юридическим лицом и действует на основе Устава, имеет собственное имущество, самостоятельный баланс и расчетный счет. Осуществляет свою деятельность на основе законодательства РФ и законов субъекта РФ Курганской области. Деятельность общества связана с предоставлением услуг общественного питания на территории города Шадринска, общество организовано и ведет свою деятельность с 14.08.2001г.

ООО «Торговый дом «Снабмаш»» создано физическими лицами, гражданами РФ, участники общества на основании устава имеют определенные доли в уставном капитале общества. Размер уставного капитала ООО «Торговый дом «Снабмаш»» 100000 рублей. На основании устава общества, руководство деятельностью общества возложено на директора, который выступает и действует от имени общества, в интересах общества без доверенности, прочие права и обязанности директора изложены в уставе общества и утверждены на общем собрании участников общества.

Налоговый режим, применяемый в ООО «Торговый дом «Снабмаш»» УСНО (15%) доходы минус расходы. Данный налоговый режим был принят в ООО «Торговый дом «Снабмаш»» со дня организации общества и не был изменен до настоящего времени.

Целью деятельности общества является удовлетворение потребностей населения города и области, в качественном питании и услугах по его предоставлению, а также получение прибыли.

Основными видами деятельности являются:

- организация общественного питания;
- торгово-закупочная деятельность;

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					40

- производство и реализация продукции;
- маркетинг и услуги по реализации продукции, товаров собственного производства, покупных товаров, предоставление информационных, рекламных и посреднических услуг;
- организация досуга.

Ресторан является самостоятельным хозяйствующим субъектом, созданным для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. Предприятие, в рамках хозяйственной деятельности распоряжается своей продукцией и полученной прибылью, оставшейся в его распоряжении после уплаты налогов и других обязательных платежей.

Ресторан имеет круглую печать с указанием своего полного наименования, а так же штампы, бланки и расчётный счёт, открытый в «Банке Москвы» г. Шадрина.

Предприятие заключает сделки (договоры, контракты) со многими предприятиями города Барнаула, области и другими городами и областями Российской Федерации на поставку продуктов питания и оказании услуг.

Источниками формирования финансовых результатов предприятия являются прибыль, амортизационные отчисления, средства целевого финансирования.

Предприятие имеет самостоятельный баланс, в котором отражается его имущество. Имущество предприятия состоит из основных и оборотных средств, а также иных материальных и финансовых ценностей.

Управление деятельностью предприятия осуществляется директором предприятия. Директор самостоятельно определяет структуру управления предприятия и формирует штаты.

Предприятие обеспечивает гарантированный законом минимальный размер заработной платы, условия труда и меры социальной защиты работников. Размеры заработной платы работникам предприятия установлены согласно штатному расписанию.

Ресторан , осуществляет свою деятельность во взаимодействии с органами

Государственного регулирования, причем оно является непосредственным, т.к. специфика вида деятельности не позволяет обойтись без:

- контроля санитарно - эпидемиологической станции, которая регулирует именно приготовление блюд, их состав, качество и безопасность, с последующей выдачей санитарно-эпидемиологического заключения. СЭС постоянно проводит проверки, обследования, пробы продуктов и приготовленных блюд, их соответствие нормам;
- контроля органов лицензирования. Винно-водочная продукция не может использоваться в продаже без наличия лицензии;
- контроля ИФНС РФ г. Барнаула. Сдача налоговых деклараций и отчислений налогов в бюджет.

Предприятие соблюдает установленные в государственных стандартах, санитарных, противопожарных правилах, технологических документах и других нормативных документах, обязательные требования к качеству услуг, безопасности их для жизни, здоровья людей, окружающей среды и имущества.

При производстве продукции и оказании услуг предприятия общественного питания ресторан руководствуется необходимым перечнем нормативной документации, а также отраслевыми стандартами и технологическими нормативами.

Ресторан , в установленном законом порядке с 12 декабря 2003 г. осуществляет деятельность по организации общественного питания в направлении «Ресторанный бизнес». На правах долгосрочной аренды арендует помещение в Барнаульском управлении муниципальным имуществом.

В составе арендуемого имущества: основной зал, рассчитанный на 150 посадочных мест, общей площадью 192,1 кв.м., банкетный зал №1, общей площадью 46 кв.м., банкетный зал №2, общей площадью 36 кв.м. В состав предприятия также входят: производственные, административные, санитарно-бытовые помещения, помещения для персонала, аванзал и т.д.

Торговый зал ресторана разделен на 2 части, образуя при этом большой и малый зал. В большом зале предусмотрена барная стойка с высокими стульями для посетителей и мягкая зона, которая создает повышенную комфортность. В боль-

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					42

шом торговом зале располагается «Р-Киппер» (автоматизированная система учета) с мониторами и кассой, для расчета с клиентами ресторана, установка для дискжокея, сцена.

Интерьер зала выдержан в бордово-золотых тонах. Для оформления залов и помещений для потребителей используются изысканные и оригинальные декоративные элементы (светильники, драпировки, картины, зеркала в багетах и т.д.).

Ресторан - это общедоступное предприятие общественного питания, предоставляющее потребителям широкий ассортимент блюд сложного приготовления, в основном по индивидуальным заказам, а также винно-водочные, табачные и кондитерские изделия. Высокий уровень обслуживания сочетается с организацией отдыха посетителей.

Услуги по организации досуга включают:

- организацию музыкального обслуживания;
- организацию проведения концертов, программ.

В ресторане организуются обслуживание приемов, семейных торжеств, банкетов, проведение тематических вечеров. Основные посетители ресторана это жители близлежащих районов и работники, находящиеся рядом предприятий. Потребителей обслуживают менеджеры, официанты, бармены, прошедшие специальную подготовку. Блюда и напитки готовят высококвалифицированные повара, бармены. Обслуживающий персонал имеет форменную одежду и обувь единого образца. Применяется посуда из мельхиора, нержавеющей стали, фарфорово-фаянсовая с монограммой, из хрусталя.

Все это свидетельствует о том, что ресторан относится к ресторанам высшего класса. Ресторан - ресторан европейской кухни, с доминирующими элементами итальянской кухни региона Лацио, с элементами русской (Сибирской) кухонь.

2.1 Производственная структура предприятия

Производственная структура ресторан характеризуется принципами прямооточности и технологичности и представлена на рисунке (рисунок 2.1).

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					43

Технология производства продукции собственного приготовления ресторана включает в себя:

- Прием и хранение сырья;
- Механическую обработку сырья;
- Изготовление полуфабрикатов;
- Термообработку блюд;
- Оформление блюд;

Состав производственных цехов ресторана:

- Мясорыбный цех включает в себя:

участок обработки рыбы – 1 рабочее место, и участок обработки мяса – 1 рабочее место;

- Овощной цех включает в себя:

участок обработки овощей корнеплодов, корней – 1 рабочее место;

- Горячий цех включает в себя: участок приготовления горячих блюд - 2 рабочих места, участок приготовления гарниров, пасты, пиццы - 1 рабочее место;

- Холодный цех включает в себя:

участок для приготовления хлеба, выпечки, десертов -1 рабочее место и участок для приготовления салатов и холодных закусок -1 рабочее место;

- Цех мойки столовой и кухонной посуды включает в себя:

1 рабочее место мойщика посуды и 2 рабочих места для кухонного работника;

- Вспомогательные цеха:

сухой склад - 1 рабочее место кладовщика;

- Склад для хранения покупных товаров и алкогольной продукции;
- Низкотемпературный склад.

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					44

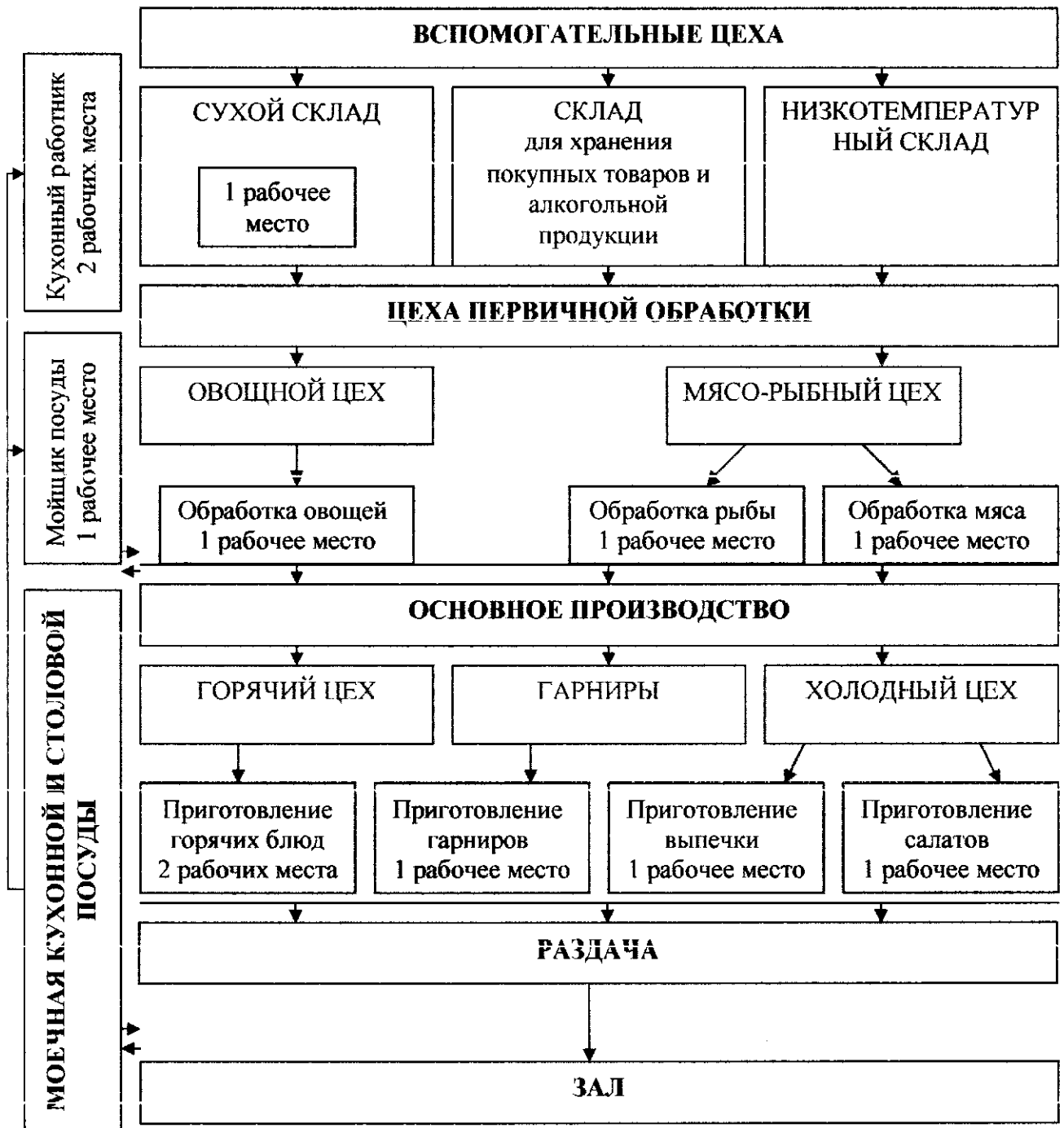


Рисунок 2.1 – Производственная структура ресторана

2.2 Организационная структура предприятия

Структура управления ресторана - совокупность и соподчиненность взаимосвязанных единиц или звеньев, выполняющих определенные функции. Структура предприятия - это логическое взаимоотношение уровней управления и функциональных областей, построенные в такой форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей предприятия, совокупность и соподчиненность взаимосвязанных организационных единиц или звеньев, выполняющих определенные функции. Организационная структура ресторана представляет собой многоуровневую, линейно-функциональную структуру с несколькими иерархическими уровнями; как с горизонтальным, так и с вертикальным разделением труда. Структурные подразделения тесно взаимодействуют между собой.

Элементом структуры служит орган управления, представляющий собой группу работников, которые объединены решением одной задачи - удовлетворить запросы потребителей. Во главе этой группы стоит руководитель - работник, выполняющий функции управления. Во главе коллектива ресторана находится учредители и директор.

Линейно-функциональная организационная структура предприятия основывается на принципе единства распределения поручений, согласно которому право отдавать распоряжения имеет только вышестоящая инстанция (руководитель подразделения). Соблюдение данного принципа всеми сотрудниками предприятия обеспечивает единство управления (единоначалие), функциональность линейной структуре обеспечивают функциональные связи между подразделениями ресторана. Использование линейно-функциональной структуры обусловлено:

- устойчивой стратегической обстановкой на предприятии;
- устойчивым ассортиментом продукции;
- масштабами производства и реализации;
- несложным производством.

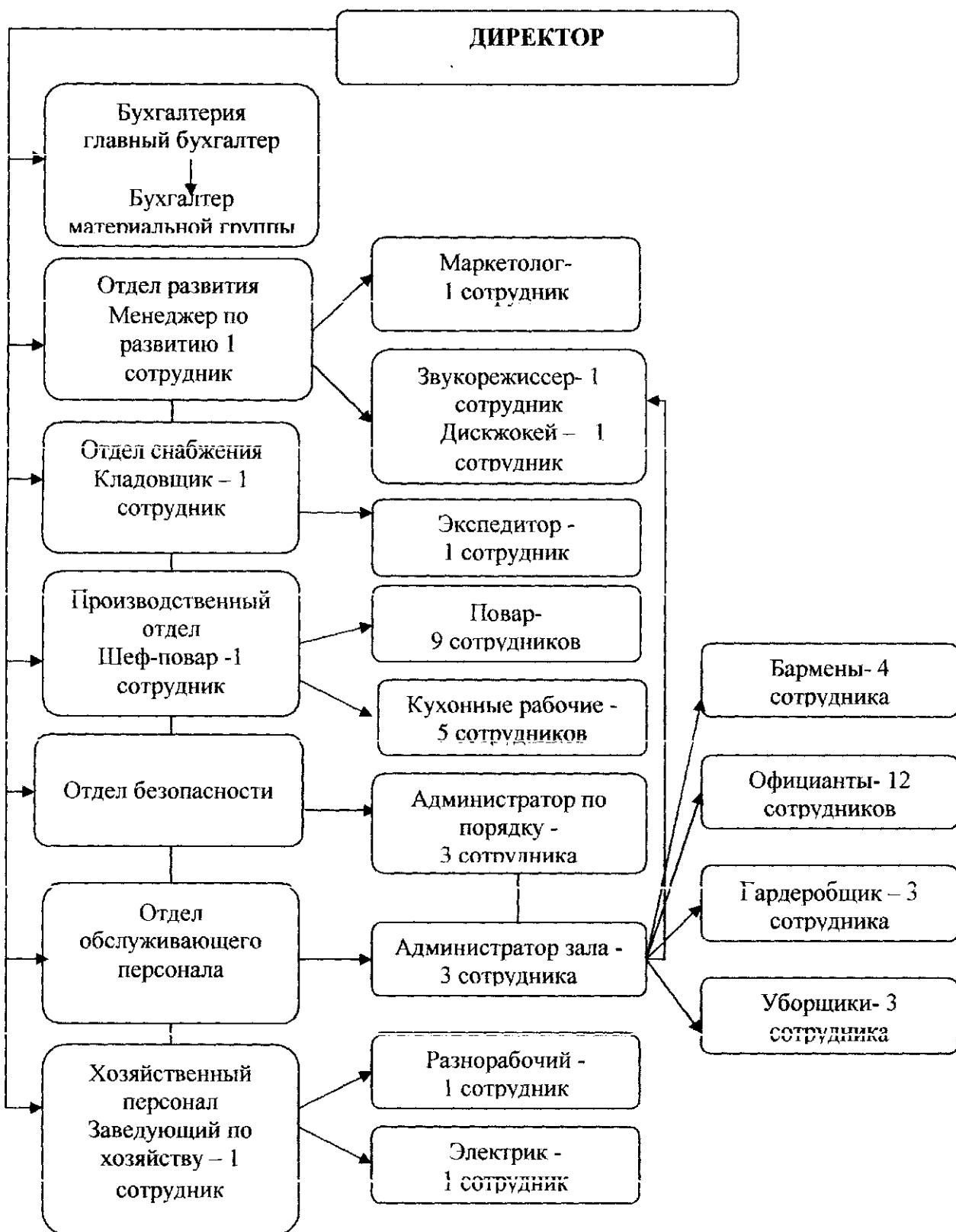


Рисунок 2.8 – Организационная структура ресторана

2.3 Ассортимент выпускаемой продукции.

Ассортиментная политика предприятия

Для определения тенденций товарооборота ресторана, исследуем номенклатуру и составляющий ее ассортимент, представим в виде диаграмм динамику продаж и структуру по группам продуктового портфеля.

Основное меню ресторана (а также: банкетное, фуршетное, детское и меню кейтеринга) очень разнообразно, что является одним из конкурентных преимуществ ресторана.

Номенклатура продукции собственного производства, покупных товаров ресторана и ее структура представлена в таблице 2.1

Таблица 2.1 - Ассортимент продукции собственного приготовления и покупных товаров по подразделениям «Кухня» и «Бар» ресторана

№ п/п	Номенклатура по наименованиям	Ассортимент, шт.	Структура продуктового портфеля, %
1	2	3	4
Продукция собственного производства подразделение «Кухня»			
1	Салаты	12	4,01
2	Холодные закуски	15	5,01
3	Супы	10	3,34
4	Горячие закуски	12	4,01
5	Паста	10	3,35
6	Пицца	12	4,01
7	Горячие рыбные блюда	15	5,01
8	Горячие мясные блюда	15	5,01
9	Гарниры	10	3,34
10	Десерты	10	3,34
11	Хлеб	5	1,67
12	Банкетные блюда	45	15,05
13	Детское меню	25	8,36
14	Меню для спортсменов с повышенной калорийностью	40	13,38
15	Меню для завтрака	25	8,36
16	Меню бизнес ланча	30	10,03

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата
-----	------	----------	---------	------

Продолжение таблицы 2.1

1	2	3	4
17	Коктейли «На здоровье» (Деток-с, витамины)	8	2,68
	Итого по «Кухне» блюд собственного производства	299	100
Продукция собственного производства подразделение «Бар»			
1	Сок свежавыжатый	10	8,62
2	Чай черный (и ароматизированный)	10	8,62
3	Чай зеленый (и ароматизированный)	12	10,35
4	Чай травяной	5	4,31
5	Кофе	12	10,35
6	Коктейли на основе кофе	13	11,20
7	Глинтвейны	5	4,31
8	Безалкогольные коктейли	5	4,31
9	Алкогольные коктейли собственного производства	35	30,17
10	Кальяны	9	7,76
	Итого по подразделению «Бар»	116	100
Покупные товары подразделение «Бар»			
1	Шампанское	10	4,4
2	Игристое вино	10	4,4
3	Белое вино	25	10,51
4	Розовое вино	3	1,32
5	Красное вино	45	19,32
6	Десертное вино	3	1,32
7	Вермут	4	1,76
8	Водка	10	4,4
9	Аперитивы	6	2,64
10	Джин	3	1,32
11	Текила	6	2,64
12	Ром	6	2,64
13	Виски	18	7,43
14	Коньяк	12	5,29
15	Бренди	6	2,64
16	Ликер	12	5,29
17	Граппа и Писко	5	2,2
18	Пиво	5	2,2
19	Безалкогольные напитки	10	4,4
20	Сок	15	6,60
21	Табачные изделия (сигары, сигариллы, сигареты)	18	7,28
	Итого покупные товары подразделения «Бар»	227	100
	Общее количество, из них:	642	100
	Собственного производства	415	65
	Покупные товары	227	35

На основании данных таблицы 2.1 следует, что в структуре товарооборота ресторана товары собственного производства составляют 65 %, а покупные 35 %, что является исключительно положительным фактом. Предприятие общественного питания должно стремиться к наращению продаж по данным категориям продуктового портфеля, это направления является наиболее приоритетным.

Номенклатура продукции собственного производства и покупные товары по количеству наименований в ассортименте представлена на (рисунке 2.3)

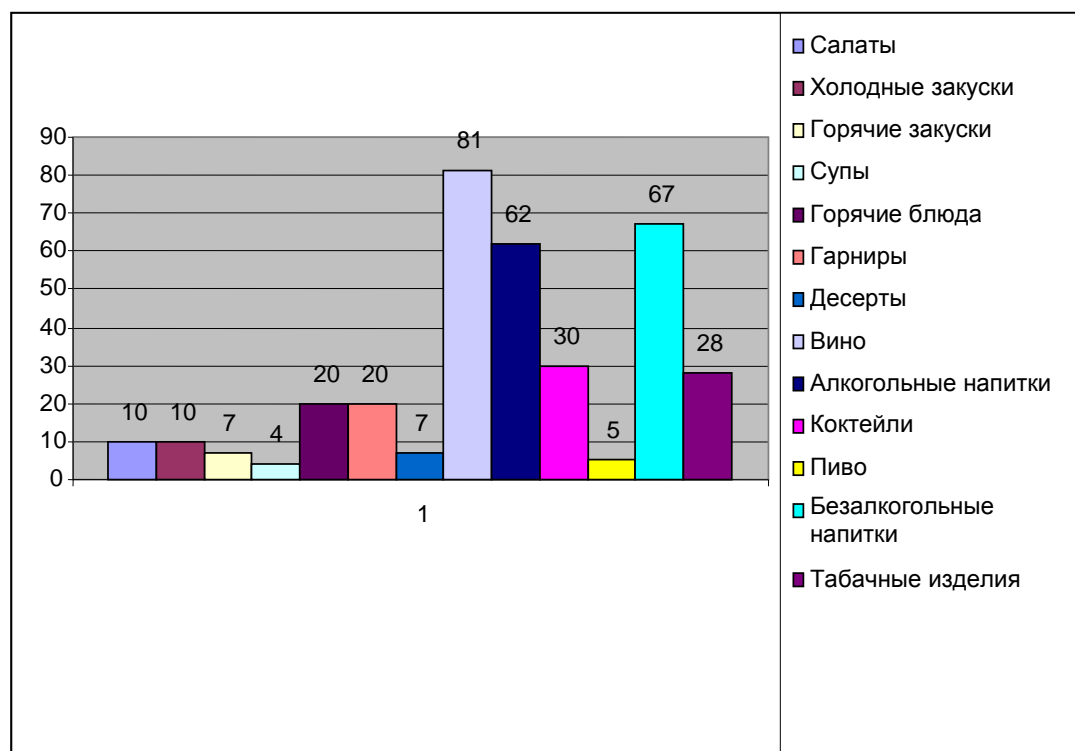


Рисунок 2.3 - Номенклатуры продуктового портфеля ресторана

Все блюда и напитки характеризуются высоким качеством (это касается ингредиентов и технологии приготовления).

Анализируя ассортиментный портфель за период 01.01.2013 – 31.12.2015гг. были получены следующие данные (рисунок 2.4)

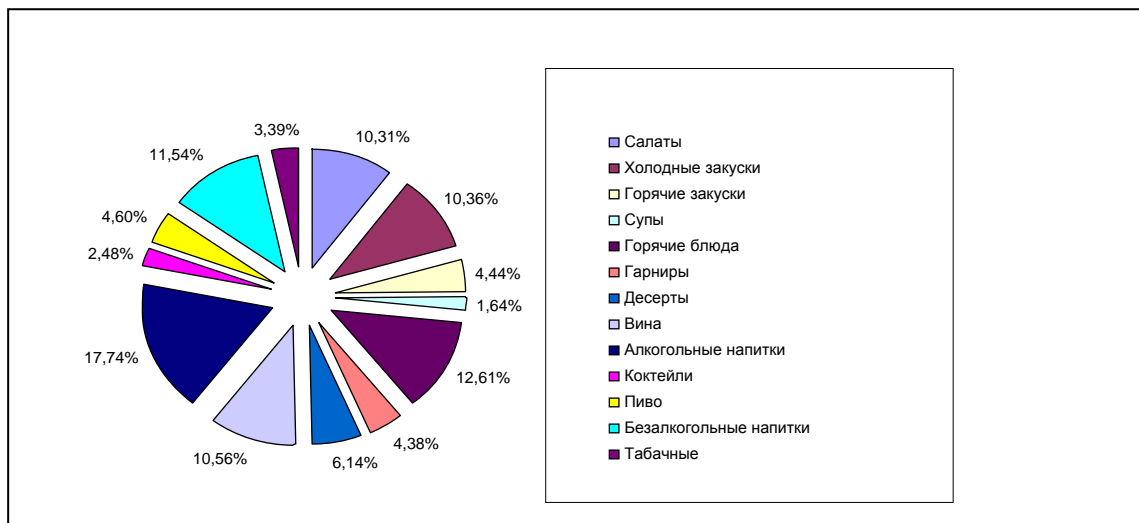


Рисунок 2.4 - Структура товарооборота ресторана

Из представленной на рисунке диаграммы следует, что наибольший удельный вес в реализации составляют алкогольные напитки (17,74%), горячие блюда (12,61%), безалкогольные напитки (11,54%), вино (10,56%), холодные закуски (10,36%) и с салаты (10,31%). Отчетливо прослеживается функционирование правила 20*80 (20% товаров обеспечивают 80% прибыли).

Динамику продаж по основным номенклатурным группам (категориям блюд) по подразделения ресторана «Кухня» и «Бар» представим в виде графиков на (рисунках 2.5, 2.6)

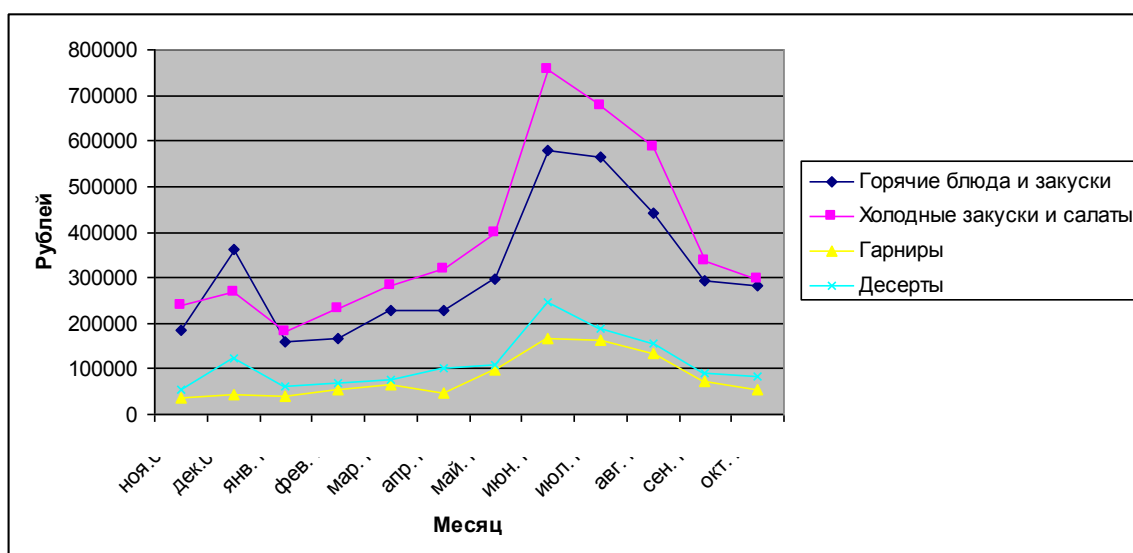


Рисунок 2.5 –Динамика продаж по основным группам блюд ресторана в 2015г. по подразделению «Кухня»

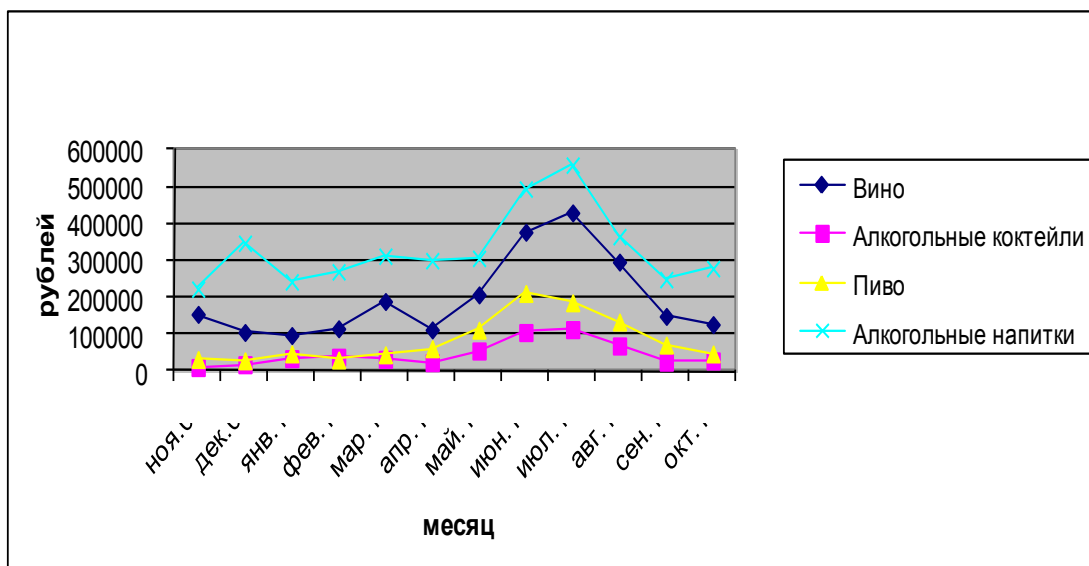


Рисунок 2.6 – Динамика продаж по основным группам блюд ресторана в 2015г. по подразделению «Бар»

Динамика продаж по номенклатуре продуктового портфеля ресторана имеет ярко выраженный сезонный характер, что в значительной степени влияет на финансовые результаты деятельности ресторана в целом. Пики продаж приходятся на весенние и летние месяцы, спад с октября по март, что приводит к значительным усилиям со стороны менеджмента ресторана для сглаживания сезонных колебаний.

2.4 Анализ основных технико-экономических показателей хозяйственной деятельности и финансовых результатов предприятия

Основные показатели производственно-хозяйственной деятельности и финансовые результаты ресторана за 2013-2015гг. представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ресторан в 2013-2015гг.

Показатели	Единица измерения	2013г	2014	2015	Темп роста 14/13,%	Темп роста 15/14,%	Темп роста 15/13,%
1	2	3	4	5	6	7	8
1 Выпуск продукции в том числе:	Блюд	183 922	230 527	208 025	125	90	113
Собственное производства	Блюд	78682	97147	95002	123	97	120
Покупных товаров	Штук	105 240	133 380	113 023	126	84	107
2 Выручка от продаж	Тыс.руб	26 122	31 315	32 890	119,8	105	126
В сопоставимых ценах	Тыс.руб	30154	33225	32890	110,18	99	109
3 Себестоимость продукции	Тыс.руб	7 955	9 451	9 119	118,81	96,49	114,6
В сопоставимых ценах	Тыс.руб	9183	10027	9119	109	90,95	99,3
4 Коммерческие расходы	Тыс.руб	13 630	16 038	16 996	118	105,97	124,7
5 Управленческие расходы	Тыс.руб	-	-	--	-	-	-
6 Прибыль от продаж	Тыс.руб	4 537	5 826	6 775	128,4	116,29	149
В сопоставимых ценах	Тыс.руб	5238,5	6181	6 775	118	109,6	129,3
7 Рентабельность продукции	Тыс.руб	21,5	22,9	26	106,5	113,5	121
8 Чистая прибыль	Тыс.руб	480	538	937	112,08	174,16	195
9 Среднесписочная численность ППП	Чел.	42	37	40	88	108	95
В том числе рабочих	Чел.	22	22	20	95	95	91
10 Выработка на работника ППП	Тыс.руб /чел.	622	846	823	136	97	132
11 Выработка Рабочего	Тыс.руб /чел.	1 187	1 492	1 645	126	110	139
12 Фонд оплаты труда ППП	Тыс.руб	6 755	8 525	8 689	126	102	129
В том числе фонд оплаты рабочих	Тыс.руб	3 513	4 839	4 345	138	90	124
13 Среднемесячная заработная плата работника ППП	Тыс.руб	16,9	22,6	24,1	143	94	135
14 Среднемесячная заработная плата рабочего	Тыс.руб	16,8	22,7	24,1	144	94	136
15 Среднегодовая стоимость собственного капитала	Тыс.руб	819	707	975	86,3	138	119

Продолжение таблицы 2.2

1	2	3	4	5	6	7	8
16 Среднегодовая стоимость внеоборотных активов	Тыс.руб	930	719	785	77	109	84
17 Среднегодовая стоимость основных фондов	Тыс.руб	1 208	773	862	64	112	71
18 Среднегодовая стоимость активной части основных фондов	Тыс.руб	994	661	817	66	124	82
19 Среднегодовая стоимость оборотных средств	Тыс.руб	1 929	2 219	2 556	115	115	133
20 Фондоотдача Основных фондов	Тыс.руб	21,63	40,5	38,17	187	94	176
21 Фондоотдача активной части	Тыс.руб	26,28	47,40	40,26	180	85	153
22 Фондовооруженность работника ППП	Тыс.руб /чел.	29	21	22	73	103	75
23 Оборачиваемость оборотных активов	Обороты	13,54	14,12	12,87	104,3	91,15	95,05
24 Капиталоотдача	Тыс.руб	15,3	18	27,4	117	152	179
25 Рентабельность собственного капитала	%	58,6	76	96,1	129,7	126,4	164
26 Коэффициент независимости		23,6	25,18	29,18	106,7	115,8	123,6
27 Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами		-0,13	0,01	0,07	870	700	687
28 Коэффициент текущей ликвидности		0,94	1,09	0,97	115,9	89	103,2
29 Коэффициент восстановления платежеспособности		0,41	0,467	0,455	-	-	-

Результаты укрупненного анализа финансово-хозяйственной деятельности за 2013 – 2015 гг. показали, что предприятие достигло хороших показателей финансово-хозяйственной деятельности. В 2014г. общая величина доходов предприятия составила 31 315 тыс. руб., что на 5 193 тыс. руб. больше общей величины доходов в 2013г., темп роста составил 119,8%.

В сопоставимых ценах также отмечается рост товарооборота на 10,8% (индекс цен в 2014г. по отношению к 2013г. равен 1,088), что соответствует выручке от продаж равной 33 255тыс. руб.

Рассматривая состав расходов ресторана, следует отметить, что показатели всех статей увеличились, как в абсолютном, так и в относительном выражении. Себестоимость продукции увеличилась на 1 496 тыс. руб., и составила в 2014г. 9 451тыс. руб., темп роста себестоимости составил 118,8%. Такую ситуацию можно расценить как отрицательную, но все же темп роста себестоимости не опережает темп роста товарооборота. Коммерческие расходы увеличиваются, как в абсолютном, так и в относительном выражении. В 2014г. коммерческие расходы составили 16 038 тыс. руб., что на 2 408 тыс. руб. больше, чем в сравнении с 2013г., темп прироста коммерческих расходов составил 17,67%. Такая ситуация может быть расценена как отрицательная, поскольку рост данных расходов приводит к такому же уменьшению прибыли. Рост коммерческих расходов может быть обусловлен ростом затрат на маркетинговые исследования и рекламу, поэтому эффект от роста коммерческих расходов может быть получен в перспективе.

Ресторан не использует возможность учитывать общехозяйственные расходы в качестве условно-постоянных расходов, включая их в себестоимость продукции. Этот факт обуславливает отсутствие в статьях расходов управленческих расходов, что абсолютно нормально для предприятий применяющих упрощенную систему налогообложения.

В результате совокупного влияния факторов чистая прибыль ресторана в 2014г. составила 538 тыс. руб., что на 58 тыс. руб. больше, чем в 2013г., темп прироста прибыли составил 12,8%.

Анализируя доходность и рентабельность предприятия в 2014г. можно сделать вывод, что ресторан успешно развивает свою финансово-хозяйственную деятельность, о чем свидетельствует положительная динамика рентабельности продукции, так уровень рентабельности продукции в 2014г. превысил прошлогоднее значение на 6,5 % и достиг величины 22,9 %. Кроме того, увеличение коэффициентов финансовой независимости на 1,58 пункта и текущей ликвидности на 0,15

пунктов (на 15,95%), привело к росту рентабельности активов и, в общем и целом, укреплению финансового положения предприятия.

Итак, резюмируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что в 2014г. ресторан успешно развивал свою финансово-хозяйственную деятельность по основным финансовым показателям.

Анализируя финансовые показатели ресторана в 2015г. по сравнению с 2014г. можно сказать следующее. Общая величина доходов увеличилась на 1 575 тыс. руб. (темп прироста составил 5,03%) и составила 32 890 тыс. руб. Однако в сопоставимых ценах выручка от продаж снижается на 334 тыс. руб., или на 1% (индекс цен в 2015г. по отношению к 2014г составляет 1,061). Это свидетельствует о том, что рост выручки от продаж обусловлен инфляционным ростом цен в абсолютном выражении.

Рассматривая состав расходов ресторана, следует отметить, что показатели всех статей увеличились, как в абсолютном, так и в относительном выражении, за исключением себестоимости продукции. Расходы на себестоимость, по сравнению с 2014г. сократились на 3,51 % и составили 9 119 тыс. руб., в сопоставимых ценах также наблюдается снижение себестоимости на 852 тыс.руб., или на 8,55%, что служит подтверждением того, что снижение себестоимости имеет интенсивный характер, то есть происходит за счет мероприятий, направленных на оптимизацию себестоимости продукции ресторана.

Сокращение расходов на себестоимость продукции можно отнести к показателям, имеющим исключительно хорошее значение, снижение себестоимости свидетельствует о грамотной политике предприятия в области закупок, постоянному совершенствованию снабженческой деятельности, а также соблюдению технологической дисциплины работниками предприятия.

В анализируемом периоде коммерческие расходы увеличиваются и составляют на отчетную дату 16 996 тыс. руб.. Что на 958 тыс. руб. больше, чем в 2014г.

Темп прироста коммерческих расходов относительно 2014г. составил 5,97%. Темп роста коммерческих расходов незначительно опережает темп роста товарооборота на 0,94%. Такая ситуация может быть расценена как негативная, по-

сколькo рост данных расходов приводит к такому же уменьшению размера прибыли предприятия.

Рост коммерческих расходов может быть обусловлен ростом затрат на маркетинговые исследования и рекламу, поэтому эффект от роста коммерческих расходов может быть получен в перспективе. Не исключена возможность более детального изучения данной статьи расходов и выявления факторов влияния на прибыль предприятия. Ресторан не использует возможность учитывать общехозяйственные расходы в качестве условно-постоянных расходов, включая их в себестоимость продукции. Этот факт обуславливает отсутствие в статьях расходов управленческих расходов, что абсолютно нормально для предприятий применяющих упрощенную систему налогообложения. В результате совокупного влияния факторов чистая прибыль ресторана в 2015г. составила 937 тыс.руб., что на 399 тыс.руб. больше, чем в 2014г., темп роста прибыли составил 174,16%. Анализируя доходность и рентабельность предприятия можно сделать вывод, что ресторан успешно развивает свою финансово-хозяйственную деятельность, о чем свидетельствует положительная динамика рентабельности продукции, так ее уровень в 2015г. превысил прошлогоднее значение на 13,54%. Успешность развития финансово-хозяйственной деятельности подтверждается линейным трендом за три года. В 2015г. уровень рентабельности продукции составил 26 %, что больше прошлогоднего уровня на 4,5 пункта, темп роста рентабельности продукции в 2015г. относительно 2014г. составил 113,5%.

К факторам, которые имеют негативное влияние на финансовое положение и финансовые показатели предприятия в целом, относятся:

- недостаточный уровень коэффициента финансовой независимости в 2015г., его значение составило 29,18%, что не достаточно для сбалансированности собственных и заемных средств в активе и пассиве баланса предприятия. Положительным моментом является то, что данный показатель из года в год наращивает свое значение, так уровень коэффициента финансовой независимости в 2013г. составлял 23,6%, в 2014г. - 25,18%, а в 2015г. увеличил свое значение на 4 процентных пункта. Что указывает на рост финан-

совой независимости ресторана от внешних кредиторов.

- коэффициент оборачиваемости оборотных активов уменьшил свое значение на 1,25 пункта, или на 8,85%, что свидетельствует о нерациональном использовании и дополнительном отвлечении средств предприятия (вложения в запасы, готовую продукцию т.д.);
- коэффициент текущей ликвидности уменьшил свое значение на 11% и составил 0,97, что не укладывается в норматив в 2,06 раза, это указывает на неустойчивое финансовое положение предприятия в рассматриваемом периоде.

О снижении деловой активности ресторана указывает опережающий темп роста издержек производства и обращения к темпу роста показателей чистой прибыли и товарооборота, а также снижение показателя коэффициента оборачиваемости активов.

Коэффициент восстановления платежеспособности на расчетный период показал, что предприятие не имеет возможности, при прочих равных условиях, восстановить свою платежеспособность в ближайшие полгода. В данном случае – это характеризует сезонность хозяйственной деятельности ресторана, так как значение данного коэффициента во втором и третьем кварталах имеет значение в пределах нормы.

В общем и целом в 2015 г. финансовое состояние ресторана улучшилось, об этом свидетельствует положительная динамика основных финансовых показателей деятельности предприятия. Стабилизация и улучшение финансовых результатов подтверждается положительным трендом за три года по показателям прибыли и рентабельности, ростом показателя стоимости собственного капитала, капиталоотдаче, хорошей оборачиваемости активов, а также увеличением валюты баланса предприятия, платежной дисциплиной, отсутствием в балансе статей: «убыток» и «отложенные обязательства».

Наиболее благополучным в деятельности ресторана можно признать 2014 год, со стороны показателей финансовой результативности, этот год отмечается хорошим уровнем деловой активности (рост ликвидности баланса, рост оборачива-

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					58

емости активов, рост коэффициента независимости, отдачи капитала и т.д.), при этом показатель чистой рентабельности имел отрицательную тенденцию.

Наиболее благополучным со стороны финансового состояния ресторана можно признать 2015г., показатели деловой активности незначительно снижаются, но заметный рост отмечается по всем показателям прибыли, рентабельности, в том числе рентабельности собственного капитала.

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					59

3 АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ООО «Торговый дом «Снабмаш»» РЕСТОРАНА ЗА ПЕРИОД 2013-2015ГГ

3.1 Анализ уровня и динамики финансовых результатов по данным бухгалтерской отчетности

Анализ финансовых результатов начинается с оценки динамики показателей прибыли за отчетный период. При этом сравниваются основные финансовые показатели за прошлый и отчетный периоды, рассчитываются отклонения от базовой величины показателей и выясняется, какие показатели оказали наибольшее влияние на балансовую прибыль. В анализе используются следующие показатели прибыли: балансовая прибыль, налогооблагаемая прибыль, чистая прибыль. В процессе анализа состава и динамики балансовой прибыли необходимо изучить состав прибыли от обычной деятельности, ее структуру, динамику и выполнение плана за отчетный год.

Финансовый результат деятельности предприятия выражается в изменении величины его собственного капитала за отчетный период. Способность предприятия обеспечить неуклонный рост собственного капитала может быть оценена системой показателей финансовых результатов. Обобщенно наиболее важные показатели финансовых результатов деятельности предприятия представлены в форме № 2 годовой и квартальной бухгалтерской отчетности. Показатели финансовых результатов (прибыли) характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия по всем направлениям его деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой и инвестиционной. Они составляют основу экономического развития предприятия и укрепления его финансовых отношений со всеми участниками коммерческого дела.

Рост прибыли создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социального и материального поощрения персонала. Таким образом, показатели прибыли являются важнейшими в системе оценки результативности и деловых качеств предприятия, степени его надежно-

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					60

сти и финансового благополучия как партнера.

Анализ каждого слагаемого прибыли предприятия имеет не абстрактный, а вполне конкретный характер, потому, что позволяет учредителям и акционерам, администрации выбрать наиболее важные направления активизации деятельности организации.

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются сумой полученной прибыли и уровнем рентабельности, которые зависят от производственной, снабженческой и коммерческой деятельности организации, то есть эти показатели характеризуют все стороны хозяйственной деятельности субъекта.

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия включает: исследование изменений каждого показателя за текущий анализируемый период; исследование структуры соответствующих показателей и их изменений; изучение динамики изменения показателей финансовых результатов за ряд отчетных периодов; выявление факторов и причин изменения показателей прибыли и их количественная оценка.

Основными источниками информации при анализе показателей прибыли являются данные бухгалтерской (финансовой) отчетности формы № 2 «Отчет о прибылях и убытках». В процессе анализа прибыли необходимо изучить состав прибыли, ее структуру и динамику.

Рассмотрим динамику показателей прибыли на анализируемом предприятии данные представлены в таблице 3.1, Приложение «А» и на (рисунке 3.1)

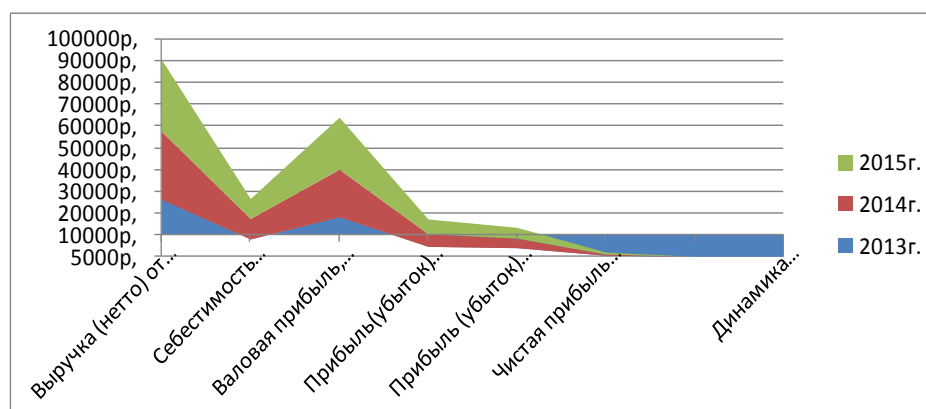


Рисунок 3.1 – Динамика показателей прибыли ресторана за 2013-2015гг.

Рассмотрим данные формы № 2 «Отчет о прибылях и убытках» и оценим состав и динамику элементов формирования прибыли от продаж и чистой прибыли, то есть конечные финансовые результаты деятельности ресторана. Выручка от продажи продукции (работ, услуг) является основным источником доходов ресторана. В 2014 г. по сравнению с 2013 г. выручка от продаж увеличилась на 5193 тыс. руб., или на 19,88%, а в 2015г. еще 1575тыс. руб., или на 5,03%.

Себестоимость продукции в 2014г. увеличивается с ростом выручки на 1496 тыс. руб., или на 18,81%, но темп ее роста не опережает темп роста товарооборота 2014г. В 2015г. себестоимость по сравнению с предыдущим годом уменьшилась на 332 тыс. руб. или на 3,51%. В 2014г. себестоимость увеличилась по сравнению с 2013г. на 1496 тыс. руб. или на 18,81%. Положительной тенденцией является уменьшение ее по структуре в 2014г. на 0,27 пункта, а в 2015г. на 2,45 пункта.

Коммерческие расходы в 2014г. увеличились на 2408 тыс. руб.(17,67%), а в 2015г. их увеличение составило 958 тыс. руб.(5,97%), темп роста коммерческих расходов в 2014г. не опережает темпа роста в 2013г., а в 2015г., по сравнению с 2014 немного (на 0,94%) опережает темп роста товарооборота.

Таким образом, в 2014г. по сравнению с 2013г. величина прибыли от продаж возросла на 1289 тыс. руб., или на 28,41%, и в 2015г. по сравнению с 2014г. еще увеличилась на 949 тыс. руб. (16,29%) за счет снижения себестоимости. При этом удельный вес прибыли от продаж в выручке (нетто) от продаж увеличился в 2014г. на 1,24 пункта, а в 2015г. на 1,99 пункта, что свидетельствует о повышении эффективности текущей деятельности ресторана и является следствием выполнения условия оптимизации прибыли от продаж, поскольку темп роста полной себестоимости реализованной продукции, ниже темпа роста выручки (нетто) от продаж.

Прочие доходы ресторана в 2014г. снизились на 486 тыс. руб.(94,19%), а в 2015г. они увеличились на 33 тыс. руб. (110%), в сравнении с 2014г..Прочие расходы имеют тенденцию увеличения в 2014г. на 361 тыс. руб.(32,49%), а в 2015г. на 389 тыс. руб.(26,43%), при этом в структуре выручки они увеличиваются с 4,25% до 5,66% соответственно.

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					62

Наибольшую прибыль до налогообложения предприятие имеет в 2015г. за счет снижения темпов роста себестоимости. А в 2013г. прибыль до налогообложения составила наименьшее значение 3942 тыс. руб. Это в свою очередь отразилось на налоге на прибыль. В 2014г. налог на прибыль составил 3846тыс. руб., что больше 2013г. на 384 тыс. руб.(11,09%), а в 2015г. налог увеличился еще на 194 тыс. руб.(5,04%) и составил 4040 тыс. руб., что связано в первую очередь с налоговой политикой государства и ростом чистой прибыли предприятия.

Таким образом, предприятие имеет наибольшую чистую прибыль в 2015г., а именно 937 тыс. руб., что выше, чем в 2013г. на 457 тыс. руб., и на 399 тыс. руб., чем в 2014г.

На изменение чистой прибыли в 2014г. оказал положительное влияние только один фактор:

- выручка от товарооборота увеличилась на 5193 тыс. руб., или на 19,88%.

Ресторан в 2014г. недополучил прибыль в результате отрицательного влияния следующих факторов:

- увеличение себестоимости на 1496 тыс. руб. (на 18,81%);
- увеличение коммерческих расходов на 2408 тыс. руб. (17,67%);
- уменьшение прочих доходов на 486 тыс. руб.(94,19%)
- увеличение прочих расходов на 361 тыс. руб.(32,49%).

На изменение чистой прибыли в 2015г. оказали положительное влияние следующие факторы:

- увеличение выручки от товарооборота на 1575 тыс. руб., или на 5,03%;
- уменьшение себестоимости на 332 тыс. руб.(3,51%);
- увеличение прочих доходов на 33 тыс. руб.(110%).

Предприятие в 2015г. недополучило прибыль в результате отрицательного влияния следующих факторов:

- увеличение коммерческих расходов на 958 тыс. руб. (5,97%);
- увеличение прочих расходов на 389 тыс. руб.(26,43%).

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					63

Дополнительно к оценке финансовых показателей, отраженных в отчете о прибылях и убытках, необходимо провести детальный анализ расходов предприятия по всем видам деятельности.

3.2 Анализ затрат, произведенных предприятием

Основными факторами, влияющими на прибыль ресторана, являются, прежде всего, выручка от продажи продукции, товаров (работ, услуг) или доход от основной деятельности и расходы (себестоимость и прочие). Что касается выручки, то на ее объем влияют такие показатели, как количество реализованной продукции (товаров) и цена продажи. Расчет влияния выручки на прибыль ресторана будет приведен позже, а сейчас — о затратах. Не все затраты общественного питания можно относить на издержки производства и обращения. Так, затраты и потери, возникающие в результате небрежного отношения к собственности, убытки, образующиеся по причине наличия дебиторской задолженности не востребованной в срок. Штрафы и пени, уплачиваемые вследствие невыполнения хозяйственных договоров, и прочие подобные потери не должны учитываться как издержки обращения. Указанные расходы необходимо взыскивать с виновных лиц, либо списывать на результаты хозяйственной деятельности.

Имея только «Отчет о прибылях и убытках» (форма № 2), проанализировать влияние изменения затрат на прибыль можно, но оценить влияние факторов на изменение самих затрат — нельзя. Для такого анализа используем данные управленческого учета и форму № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу». В пункте 6 формы № 5 отражены расходы, произведенные организацией в отчетном и предшествующем году, сгруппированные по экономическим элементам.

Рассмотрим анализ всех расходов, в том числе издержек производства и обращения. Качество анализа расходов зависит от качества исходной информации. По данным финансовой отчетности выполнить полный анализ затрат невозможно. Для этого необходимо располагать данными аналитического и синтетического учета. Для того чтобы проанализировать расходы и по видам, продуктам, по за-

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					64

тратным центрам можно составить соответствующие аналитические таблицы.

Анализ расходов ресторана за период 2013-2015гг. представлен в таблице 3.2 (Приложение Б). В 2014г. материальные затраты предприятия возросли как за счет цены, так и за счет количества продаваемых блюд на 1496 тыс. руб.(18,81%). В 2015г. материальные затраты немного снизились по сравнению с 2013г., а именно на 332 тыс. руб.(3,51%). В целом, материальные затраты на протяжении всего анализируемого периода составляют от всех расходов предприятия немногим более 30%, а именно в 2013г.- 36,85%, в 2014г. -38,59%, и в 2015г.- 34,92%.

Основная доля затрат предприятия принадлежит издержкам производства и обращения.

Предприятие стабильно развивается и этому в подтверждение следует увеличение затрат на оплату труда. Так в 2014г. расходы на оплату труда больше по сравнению с 2013г. на 1769 тыс. руб. (26,19%), а в 2015г. на 164 тыс. руб.(1,91%).

В издержках обращения затраты на оплату труда составляют более 50% , а именно в 2013г. - 31,29%, в 2014г. – 32,64%, в 2015г. - 33,27%. Это в свою очередь повлияло на рост отчислений на социальные нужды. Кроме того, у предприятия есть различные виды «Прочих расходов» (производственные, коммунальные, административные, расходы на транспорт и ГСМ, расходы на рекламу и маркетинг, расходы на обучение и другое). Все эти расходы занимают минимальную долю в издержках обращения (менее 10%).

3.3 Анализ влияния факторов на прибыль

Факторный анализ – это исследование влияния различных факторов (показателей) на значение того или иного показателя прибыли с помощью методов:

- метод цепных подстановок;
- абсолютных и относительных разностей;
- более сложные факторных моделей.

Методика анализа финансовых результатов Донцовой Л.В. заключается в

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					65

анализе влияния внешних и внутренних факторов, которые оказывают влияние на прибыль предприятия. Факторы, влияющие на прибыль, по методике Донцовой Л. В. представлены на (рисунке 3.1)

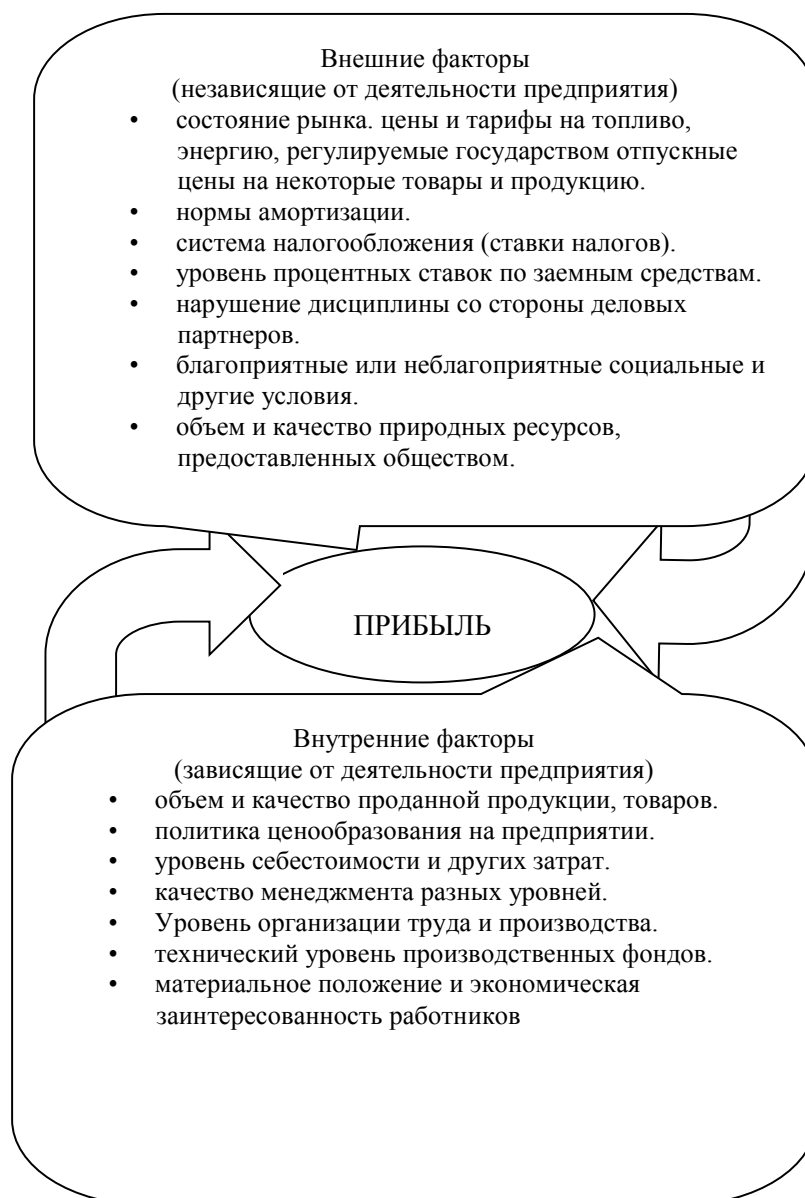


Рисунок 3. 1 - Факторы, влияющие на прибыль ресторана

На величину прибыли ресторана оказывают влияние различные факторы. По сути, все они воздействуют на финансово-хозяйственную деятельность в той или иной мере.

Одни из них оказывают прямое влияние, и их воздействие можно довольно точно определить с помощью методов факторного анализа. Другие - оказывают косвенное влияние, через какие-либо показатели. В таком случае величину воз-

действия определить можно только с определенной долей вероятности или вообще невозможно.

Факторная модель аддитивного вида представлена на (рисунке 3.2)

$$\underbrace{П^ч = В - С - КР - УР + \%пол - \%упл + + ПрД - ПрР - н/п}_{П^в}$$

$$\underbrace{\hspace{10em}}_{П^п}$$

$$\underbrace{\hspace{15em}}_{П^б}$$

$$\underbrace{\hspace{20em}}_{П^ч}$$

Рисунок 3.2 - Формирование чистой прибыли

где $П^в$ — валовая прибыль;

$П^п$ — прибыль от продаж;

$П^б$ — прибыль бухгалтерская (до налогообложения);

$П^ч$ — чистая (нераспределенная) прибыль.

Чистая прибыль предприятия питания рассчитывается по формуле:

$$\begin{aligned}
 П^ч = В - С - КР - УР + \%пол - \%упл + ДрД + ПрОД - \\
 - ПрОР + ВнД - ВнР - н/п + ЧД - ЧР = \sum_{i=1}^{14} X_i
 \end{aligned}
 \tag{3.1}$$

где,

$П^ч$ – чистая прибыль;

$В$ – товарооборот;

$С$ – себестоимость продукции, работ, услуг;

$Кр$ – Коммерческие расходы;

$Ур$ – управленческие расходы;

$\%пол$ – проценты к получению;

$\%упл$ – проценты к уплате;

$ДрД$ -

$ПрОД$ – доход от прочей деятельности;

$ПрОР$ – прочие расходы;

Чтобы выявить резервы улучшения финансового состояния, необходимо определить количественное изменение финансового результата при условии изменения факторных показателей, то есть провести анализ влияния факторов на величину прибыли.

Основные факторы, влияющие на прибыль:

- товарооборот;
- средний уровень валового дохода;
- средний уровень издержек производства и обращения;
- прочие доходы и расходы.

Рассмотрим влияние каждого фактора на прибыль ресторана:

- фактор влияния выручки от продаж

Расчет влияния этого фактора нужно разложить на две части. Так как выручка – это произведение количества и цены реализуемой продукции, то сначала рассчитаем влияние на прибыль от продаж цены, по которой продавалась продукция или товар, а затем рассчитаем влияние на прибыль изменения физической массы проданной продукции.

При проведении факторного анализа необходимо учитывать влияние инфляции.

Цены на продукцию в 2014г. по сравнению с 2013г. возросли по сравнению с 2013г. на 8,8%.

Цены на продукцию в отчетном периоде возросли по сравнению с базисным на 6,1%.

Тогда индекс цены будет равняться:

$$I_{ц\ 2014г} = (100 + 8,8) / 100 = 1,088$$

$$I_{ц\ 2015г} = (100 + 6,1) / 100 = 1,061$$

Следовательно, выручка от товарооборота в сопоставимых ценах будет равна:

$$V' = V1 / I_{ц} , \quad (3.2)$$

где V' - выручка от продажи в сопоставимых ценах,

$V1$ - выручка о продажи продукции в отчетном периоде.

Для анализируемой организации выручка в сопоставимых ценах составит:

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					68

$$V'_{2014г} = 31315/1,088=28782,17 \text{ тыс.руб.}$$

$$V'_{2015г} = 32890/1,061= 30999,06 \text{ тыс.руб.}$$

Следовательно, выручка от продажи продукции в 2014г., за счет роста цен, по сравнению с прошедшим периодом увеличилась на 2532,83 тыс. руб., а в 2015г. по сравнению с 2014г. на 1890,94 тыс. руб.

$$\Delta V_{ц 2014г} = V_1 - V' = 31315 - 28782,17 = 2532,83 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta V_{ц 2015г} = V_1 - V' = 32890 - 30999,06 = 1890,94 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta V_{\text{кол-во товаров } 2014г.} = V' - V_0 = 28782,17 - 26122 = 2660,17 \text{ тыс. руб.}$$

Увеличение количества реализуемой продукции в 2014г. по количеству блюд, привело к увеличению выручки на 2660,17 тыс. руб., и общий прирост выручки (+5193 тыс. руб.) произошел за счет увеличения цен на 8,8%.

$$\Delta V_{\text{кол-во товаров } 2013г.} = V' - V_0 = 30999,06 - 31315 = -315,94 \text{ тыс. руб.}$$

Сокращение количества реализуемой продукции в 2015г. привело к уменьшению выручки в отчетном периоде на 315,94 тыс. руб., а общий прирост выручки (+1575 тыс. руб.) образовался за счет увеличения цен на 6,1%.

В данном случае прирост качественного фактора перекрыл негативное влияние количественного фактора.

- Фактор влияния цены

Для определения степени влияния изменения цены на изменение суммы прибыли от продажи необходимо сделать следующий расчет:

$$\Pi^{П(ц)} = (\Delta V_{ц} * R_p(0)) / 100, \quad (3.3)$$

где R_p - рентабельность продаж в базисном периоде

$$R_{p2013г} = (4537/26122) * 100\% = 17,37\%$$

$$R_{p2015г} = (5826/31315) * 100\% = 18,6\%$$

$$\Delta \Pi^{П(ц)} 2014г = (+2532,83 * 17,37) / 100 = +439,81 \text{ тыс.руб.}$$

$$\Delta \Pi^{П(ц)} 2015г = (+1890,94 * 18,6) / 100 = +351,71 \text{ тыс.руб.}$$

Таким образом, прирост цен на продукцию в 2014г. по сравнению с 2013г. на 8,8 % привел к увеличению суммы прибыли от продажи на 439,81 тыс.руб. Прирост цен на продукцию в 2015г. по сравнению с 2014г. на 6,1 % привел к увели-

чению суммы прибыли от продажи на 351,71 тыс.руб.

Расчет влияния фактора «Количество проданной продукции»

Влияние на сумму прибыли от продажи (ПП) изменения количества проданной продукции рассчитывают по формуле:

$$\Delta\Pi^{\text{П(К)}} = [(V_1 - V_0) - \Delta V_{\text{ц}}] * R_p(0) / 100 = \Delta V_{\text{ц}} * R_p(0) / 100 \quad (3.4)$$

где, $\Delta\Pi^{\text{П(К)}}$ - изменение прибыли от продажи под влиянием фактора «количества проданной продукции»;

V_1 и V_0 – выручка от продажи в отчетном (1) и базисном (0) периодах

$\Delta V_{\text{ц}}$ – показатель (*), изменения выручки от продажи под влиянием цены;

$R_p(0)$ - рентабельность продаж в базисном периоде.

Для анализируемого предприятия:

$$\Delta\Pi^{\text{П(К)}}_{2014\text{г}} = ((+5193 - 2532,83) * 17,37) / 100 = 462,07 \text{ тыс.руб.}$$

$$\Delta\Pi^{\text{П(К)}}_{2015\text{г}} = ((+1575 - 1890,94) * 18,6) / 100 = - 58,76 \text{ тыс.руб.}$$

Таким образом, в 2012г. влияние получилось положительным, то есть в результате увеличения объема полученной выручки в сопоставимых ценах сумма прибыли от продажи увеличилась на 462,07 тыс.руб., потому что на рост товарооборота помимо цены влияет и количество проданной продукции.

В 2015г. влияние получилось отрицательным, то есть в результате сокращения объема полученной выручки в сопоставимых ценах сумма прибыли от продажи уменьшилась на 58,76 тыс.руб., так как на показатель товарооборота помимо цены влияет и количество проданной продукции.

- фактор себестоимости реализованной продукции

Расчет влияния данного фактора определяется по формуле:

$$\Delta\Pi^{\text{П(С)}} = (V_1 * (УС_1 - УС_0)) / 100, \quad (3.5)$$

где $УС_1$ и $УС_0$ – уровень себестоимости в отчетном и базисном периодах.

$$\Delta\Pi^{\text{П(С)}}_{2014\text{г}} = 31315 * (-0,27) / 100 = -84,55 \text{ тыс.руб.}$$

$$\Delta\Pi^{\text{П(С)}}_{2015\text{г}} = 32890 * (-2,45) / 100 = -805,81 \text{ тыс.руб.}$$

Себестоимость в 2014г. увеличилась на 1496 тыс. руб., а уровень ее по отношению к выручке от продажи уменьшился на 0,27%, поэтому увеличение себе-

стоимости привело к увеличению прибыли от продажи на 84,55 тыс.руб.

Себестоимость в отчетном периоде уменьшилась на 332 тыс.руб., а уровень ее по отношению к выручке от продажи уменьшился на 2,45%, поэтому экономия привела к увеличению суммы прибыли от продажи в 2015г. на 805,81 тыс.руб.

- Влияние фактора коммерческие расходы

Для расчета влияния данного фактора используется формула:

$$\Delta\Pi^{\Pi(KP)}=(B_1*(УКР_1-УКР_0))/100, \quad (3.6)$$

где $УКР_1$ и $УКР_0$ – уровень коммерческих расходов в отчетном и базисном периодах.

$$\Delta\Pi^{\Pi(KP)2014г} = 31315 * (-0,96) / 100 = -300,62 \text{ тыс.руб.}$$

$$\Delta\Pi^{\Pi(KP)2015г} = 32890 * (+0,46) / 100 = +151,29 \text{ тыс.руб.}$$

Таким образом коммерческие расходы в 2014г. и снижение их уровня в структуре на 0,96% привели к увеличению суммы прибыли от продажи на 300,62 тыс.руб.

Увеличение коммерческих расходов в 2015г. и увеличение их уровня в структуре на 0,46% привели к уменьшению суммы прибыли от продажи на 151,29 тыс.руб.

Прочие показатели - факторы от прочих доходов и прочих расходов, не оказывают столь существенного влияния на прибыль предприятия, как факторы хозяйственной сферы. Однако их влияние на сумму прибыли тоже можно определить. В данном случае используется метод балансовой увязки, факторная модель чистой прибыли отчетного периода аддитивного вида.

Уровни факторов влияния на прибыль предприятия определяются по колонке «абсолютные отклонения» таблицы 3.1 (Приложение А).

Все полученные в ходе анализа показатели нужно разделить на факторы прямого и обратного влияния по отношению к прибыли. На какую величину увеличивается (уменьшается) показатель-фактор «прямого действия», на такую же сумму увеличивается (уменьшается) прибыль. Факторы «обратного действия» (расходы) влияют на сумму прибыли противоположным образом. По итогам проведенного факторного анализа составляется сводная таблица 3.1

**Таблица 3.1 - Сводная таблица влияния факторов
на чистую прибыль ресторана**

Показатели-факторы	Сумма, в тыс. руб.	
	2014г.	2015г.
1 Количество проданной продукции (работ, услуг)	+462	-59
2 Изменение цен на реализованную продукцию	+440	+352
3 Себестоимость проданной продукции, товаров, работ, услуг	+85	+806
4 Коммерческие расходы	+301	-152
5 Прочие доходы	-486	+33
6 Прочие расходы	-361	-389
7 Налог на прибыль	-384	-194
Совокупное влияние факторов	+58	+399

Таким образом, можно обобщить влияние факторов, воздействующих на прибыль от продажи и, следовательно, на прибыль предыдущего и отчетного периода.

По результатам проведенного анализа следует, что в 2013г. влияние на чистую прибыль было положительным и составило 58 тыс. руб., в 2015г., влияние на чистую прибыль предприятия выразилось в ее увеличении на 399 тыс.руб.

3.4 Анализ рентабельности предприятия

Окончательная оценка эффективности работы предприятия в условиях переменных цен и инфляции производится с помощью показателей рентабельности. Рентабельность рассчитывается, как отношение полученной балансовой или чистой прибыли к затраченным средствам или объёму реализованной продукции.

В процессе анализа рентабельности исследуются уровень показателей, их динамика, определяется система факторов, влияющих на их изменение, их количественная оценка.

Рассмотрим показатели рентабельности ресторана за анализируемый период и представим в виде таблицы 3.2

Сопоставление рассчитанных показателей с их допустимыми величинами позволяет сделать вывод о состоянии финансового положения предприятия. По данным таблицы 3.2 эффективность работы ресторана, на протяжении всего анализируемого периода повышается. Рассмотрим динамику показателей рента-

бельности предприятия, она представлена на (рисунке 3.3).

Валовая рентабельность отражает величину валовой прибыли в каждом рубле реализованной продукции. По данным анализа коэффициент валовой рентабельности имеет тенденцию роста с 69,55% до 72,27%. В зарубежной практике этот показатель называется маржинальным доходом (коммерческой маржой).

Ресторан работает эффективно и наращивает показатели рентабельности из года в год, что подтверждается линейным трендом за 2013-2015гг.

Особый интерес для внешней оценки результативности финансово-хозяйственной деятельности предприятия представляет анализ нетрадиционных показателей прибыльности, как например показатель затратноотдачи, этот показатель показывает, сколько прибыли от продажи приходится на 1 рубль затрат. Затратноотдача увеличивается с каждым годом, что говорит об увеличении прибыли от продажи на 1 рубль затрат.

Таблица 3.2 - Динамика показателей рентабельности ресторана

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.	Абс. Откл, (+,-)		Темп роста, %	
				2015г ./2013 г.	2015г ./2014 г.	2014г ./2013 г.	2015г ./2014 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
1 Выручка от реализации товаров, работ, услуг, тыс. руб.	26122	31315	32891	5193	1575	119,88	105,03
2 Себестоимость товаров (работ, услуг), тыс. руб.	7955	9451	9119	1496	-332	118,81	96,49
3 Валовая прибыль, тыс. руб.	18167	21864	23770	3697	1907	120,35	108,72
4 Коммерческие расходы, тыс.руб.	13630	16038	16996	2408	958	117,67	105,97

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.	Абс. Откл, (+,-)		Темп роста, %	
				2014г ./2013 г.	2015г ./2014 г.	2014г ./2013 г.	2015г ./2014 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
5 Прибыль от продаж, тыс. руб.	4537	5826	6775	1289	949	128,41	116,29
6 Чистая прибыль, тыс. руб.	480	538	937	58	399	112,08	174,16
7 Рентабельность продаж, %	17,37	18,60	20,60	1,24	1,99	107,12	110,72
8 Чистая рентабельность, %	1,84	1,72	2,85	-0,12	1,13	93,50	165,82
9 Экономическая рентабельность, %	4,32	4,58	7,01	0,25	2,43	105,88	153,18
10 Рентабельность собственного капитала, %	58,6	76	96,1	17,4	20,1	129,69	126,45
11 Валовая рентабельность, %	69,55	69,82	72,27	0,27	2,45	100,39	103,52
12 Затратоотдача, %	21,02	22,86	25,94	1,84	3,09	108,74	113,50

Рентабельность собственного капитала характеризует доходность бизнеса для его владельцев. Показатель рентабельности собственного капитала позволяет установить зависимость между величиной инвестируемых собственных ресурсов и размером прибыли, полученной от их использования. Этот коэффициент на предприятии вырос с 76% до 96,1% и подтверждается положительным линейным трендом. Следует отметить, что факторам, влияющим на рентабельность собственного капитала, и по уровню значений, и по тенденции изменения присуща отраслевая специфика, о которой не следует забывать, проводя анализ. Так, показатель ресурсоотдачи может иметь относительно невысокое значение при высокой капиталоемкости.

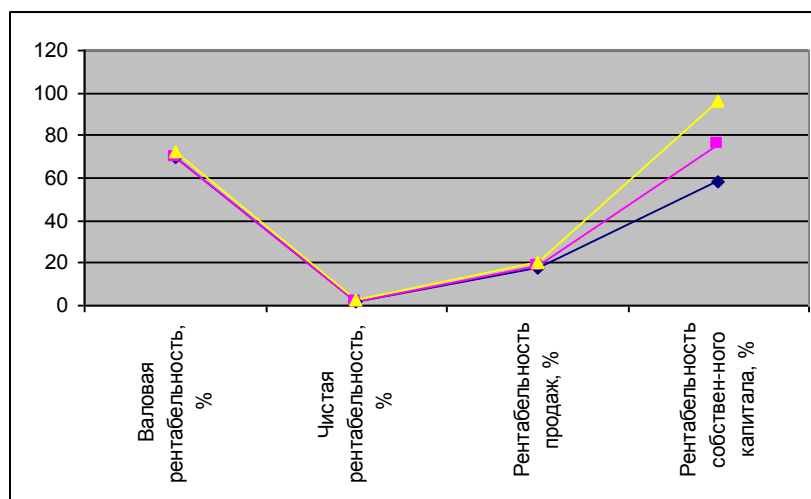


Рисунок 3.3 - Динамика показателей рентабельности ресторана

Показатель рентабельности продаж при этом будет высоким. Относительно низкое значение коэффициента финансовой независимости может быть только в организациях, имеющих стабильное и прогнозируемое поступление денежных средств за свою продукцию. Именно такими и являются, зачастую, предприятия данной отрасли и в частности ресторан.

Таким образом, в зависимости от отраслевой специфики, а также финансово-хозяйственных условий предприятие может делать ставку на тот или иной фактор повышения рентабельности собственного капитала.

Анализируя рентабельность в пространственно-временном аспекте, необходимо принимать во внимание три ключевые особенности этого показателя.

Первая связана с проблемой выбора стратегии управления финансово-хозяйственной деятельностью организации. Если выбирать стратегию с высоким риском, то необходимо получение высокой прибыли. Или наоборот — небольшая прибыль, зато, почти не рискуя. Одним из показателей риска в бизнесе как раз является коэффициент финансовой независимости — чем ниже его значение, тем в меньшей степени доля собственного капитала увеличивается за счет повышения фактора-коэффициента финансовой независимости. И это положение ослабляет финансовую устойчивость.

Вторая особенность связана с проблемой оценки. Числитель и знаменатель рентабельности собственного капитала выражены в денежных единицах разной покупательной способности. Числитель, то есть прибыль, динамичен. Он отражает результаты деятельности и сложившийся уровень цен на товары, услуги в основном за истекший период. Знаменатель, то есть стоимость собственного капитала, складывается в течение ряда лет. Он выражен, как правило, в учетной оценке, которая может существенно отличаться от текущей оценки. Поэтому высокое значение коэффициента может быть вовсе не эквивалентно высокой отдаче на инвестируемый собственный капитал.

И, наконец, третья особенность связана с временным аспектом деятельности организации. Коэффициент чистой рентабельности, влияющий на рентабельность собственного капитала, определяется результативностью работы отчетного периода, а будущий эффект долгосрочных инвестиций он не отражает. Если организация планирует переход на новые технологии или другую деятельность, требующую больших инвестиций, то рентабельность капитала может снижаться. Однако если расходы в дальнейшем окупятся, то снижение рентабельности нельзя рассматривать как негативную характеристику текущей деятельности.

Чтобы оценить результаты деятельности организации в целом и проанализировать ее сильные и слабые стороны, необходимо синтезировать показатели, причем таким образом, чтобы выявить причинно-следственные связи, влияющие на финансовое положение и его компоненты.

Одним из синтетических показателей экономической деятельности организации в целом является экономическая рентабельность, его еще принято называть рентабельностью активов. Это самый общий показатель, отвечающий на вопрос, сколько прибыли организация получает в расчете на рубль своего имущества. В 2013г. этот показатель составляет 4,32%, а 2014г. – 4,58%, а 2015г. - 7,01%. При анализе экономической рентабельности, безусловно, нужно принимать во внимание роль отдельных его элементов. Но зависимость целесообразно строить не через оборачиваемость элементов, а через оценку структуры капитала в увязке с динамикой его оборачиваемости и рентабельности. Хорошо видны возможные пути

повышения экономической рентабельности — увеличение прибыльности капитала и чистой прибыли.

В показателе рентабельности активов результат текущей деятельности анализируемого периода (прибыль) сопоставляется с имеющимися у организации основными и оборотными средствами (активами). С помощью тех же активов организация будет получать прибыль и в последующие периоды деятельности. Прибыль же является результатом от продажи продукции (работ, услуг). Выручка от продажи — показатель, напрямую связанный со стоимостью активов: он складывается из натурального объема и цен продажи, а натуральный объем производства и продажи определяется стоимостью имущества. Рентабельность активов может повышаться при неизменной рентабельности продаж и росте объема реализации, опережающем увеличение стоимости активов, то есть ускорении оборачиваемости активов (ресурсоотдачи). И, наоборот, при неизменной ресурсоотдаче рентабельность активов может расти и за счет роста бухгалтерской (до налогообложения) рентабельности.

Рентабельность продаж имеет также тенденцию роста на протяжении всего анализируемого периода (с 17,37% до 20,60%). Рентабельность продаж можно наращивать путем повышения цен или снижения затрат. Однако эти способы временные и недостаточно надежны в нынешних условиях.

Наиболее последовательная политика организации, отвечающая целям укрепления финансового состояния, состоит в том, чтобы увеличивать производство и реализацию той продукции (работ, услуг), необходимость которой определена путем улучшения рыночной конъюнктуры.

Причинами повышения показателей прибыли явилось увеличение прибыли от продаж, прибыли до налогообложения, и в свою очередь повышения чистой прибыли. Все коэффициенты рентабельности в период 2013-2015гг. имеют положительный линейный тренд. Этому в подтверждение - увеличения прибыли ресторана.

Таким образом, динамика показателей рентабельности демонстрирует рост эффективности всех сторон деятельности компании.

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					77

3.5 Факторный анализ рентабельности предприятия

Важнейшей составляющей понятия «результативность» и «эффективность» являются показатели прибыли и рентабельности. По данным «Отчета о прибылях и убытка» (форма №2) можно проанализировать динамику рентабельности продаж, чистой рентабельности анализируемого периода, а также влияние факторов на изменение этих показателей. Итак, рентабельность продаж ($R_{п}$) – это отношение суммы прибыли от продаж к объему реализованной продукции:

$$R_{п} = (B - C - K_{р} - U_{р}) / B * 100\% = \Pi^{п} / B * 100\% , \quad (3.7)$$

где B – товарооборот;

C – себестоимость продаж;

$K_{р}$ – коммерческие расходы;

$U_{р}$ – управленческие расходы;

$\Pi^{п}$ – прибыль от продаж.

Из этой факторной модели следует, что на рентабельность продаж влияют те же факторы, которые влияют и на прибыль от продаж. Чтобы определить, как каждый фактор повлиял на рентабельность продаж анализируемого предприятия, необходимо осуществить следующие расчеты.

Влияние изменения выручки от продажи на $R_{п}$:

$$\Delta R_{п}(B) = ((B_1 - C_0 - K_{р0} - U_{р0}) / B_1) - ((B_0 - C_0 - K_{р0} - U_{р0}) / B_0) * 100\% \quad (3.8)$$

где B_1 и B_0 – отчетная и базисная выручка;

C_1 и C_0 – отчетная и базисная себестоимость;

$K_{р1}$ и $K_{р0}$ – отчетные и базисные коммерческие расходы;

$U_{р1}$ и $U_{р0}$ – управленческие расходы в отчетном и базисном периодах.

$$\begin{aligned} \Delta R_{п}(B)_{2014г} &= ((31315 - 7955 - 13630) / 31315) - ((26122 - 7955 - 13630) / 26122) * 100\% = \\ &= 31,07\% - 17,37\% = +13,7\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \Delta R_{п}(B)_{2015г} &= ((32890 - 9451 - 16038) / 32890) - ((31315 - 9451 - 16038) / 31315) * 100\% = \\ &= 22,50\% - 18,60\% = +3,9\% \end{aligned}$$

Влияние изменения себестоимости продажи на $R_{п}$:

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					78

$$\Delta R_{п(с)} = ((B_1 - C_1 - KР_0 - УР_0) / B_1) - ((B_1 - C_0 - KР_0 - УР_0) / B_1) * 100 \quad (3.9)$$

$$\Delta R_{п(с)2014г} = ((31315 - 9451 - 13630) / 31315) - ((31315 - 7955 - 13630) / 31315) * 100\% = \\ = 26,29\% - 31,07\% = -4,78\%$$

$$\Delta R_{п(с)2015г} = ((32890 - 9119 - 16038) / 32890) - ((32890 - 9451 - 16038) / 32890) * 100\% = \\ = 23,51\% - 22,50\% = +1,01\%$$

Влияние изменения коммерческих расходов на рентабельность продаж Rp:

$$\Delta R_{п(кр)} = ((B_1 - C_1 - KР_1 - УР_0) / B_1) - ((B_1 - C_1 - KР_0 - УР_0) / B_1) * 100\% \quad (3.10)$$

$$\Delta R_{п(кр)2014г} = ((31315 - 9451 - 16038) / 31315) - ((31315 - 9451 - 13630) / 31315) * 100\% = \\ = 18,60\% - 26,29\% = -7,69\%$$

$$\Delta R_{п(кр)2015г} = ((32890 - 9119 - 16996) / 32890) - ((32890 - 9119 - 16038) / 32890) * 100\% = \\ = 20,6\% - 23,51\% = -2,91\%$$

Совокупное влияние факторов составляет:

$$\Delta R^n = \pm \Delta R^B \pm \Delta R^c \pm \Delta R^{кр} \quad (3.11)$$

$$\Delta R^n_{2014г} = +13,7\% - 4,78\% - 7,69\% = 1,24\%$$

$$\Delta R^n_{2015г} = +3,9\% + 1,01\% - 2,91\% = 1,99\%$$

Рентабельность продаж в 2014г. повысилась по сравнению с предыдущим периодом на 1,24 %, а в 2015г. еще на 2%.

Чистая рентабельность организации в отчетном периоде рассчитывается как отношение суммы чистой прибыли отчетного периода к выручке от продажи:

$$R^ч = (П^ч / В) * 100\% \quad (3.12)$$

и, следовательно, на рентабельность ($R^ч$) оказывают влияние факторы, формирующие чистую прибыль базисного и отчетного периода.

На чистую рентабельность отчетного периода ($R^ч$) оказывают влияние (кроме выше перечисленных) изменения уровней всех показателей факторов:

$$\Delta R^ч = \pm \Delta R^n \pm \Delta У\%_{пол.} \pm \Delta У\%_{упл.} \pm \Delta У_{дрд} \pm \Delta У_{прд} \pm \Delta У_{прр} \pm \\ \pm \Delta У_{внд} \pm \Delta У_{внр} \pm \Delta У_{н/п} \pm \Delta У_{чд} \pm \Delta У_{чр} \quad (3.13)$$

$$\Delta R^ч_{2014г} = 1,24 - 1,88 - 0,45 + 0,97 = -0,12\%$$

$$\Delta R^ч_{2015г} = 1,99 + 0,10 - 0,96 = +1,13\%$$

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					79

Таким образом, снижение рентабельности в 2014г на 0,12% произошло, в основном за счет уровня снижения прочих доходов, а также за счет относительного перерасхода прочих расходов. Повышение рентабельности 2015г. на 1,13 % произошло под влиянием, в основном, увеличения показателей уровня рентабельности продаж и увеличения уровня прочих доходов.

Факторный анализ прибыли и рентабельности позволяет оценить сложившуюся финансово-хозяйственную ситуацию на анализируемом предприятии, выявить резервы повышения эффективности производства и сформировать управленческие решения по использованию имеющихся у предприятия производственных факторов.

Прежде чем приступить к поиску направлений по повышению финансовых результатов ресторана и приступить к разработке рекомендаций по стабилизации и улучшению финансового состояния, рассмотрим результаты и проблемы в финансово-хозяйственной деятельности предприятия, выявленные в ходе проведенного практического анализа.

Результаты анализа за период 2013-2014гг. показали, что предприятие достигло хороших результатов. Прибыль от продаж предприятия в 2014г., также, как и 2013г. была сформирована в рамках обычной деятельности (за счет прибыли от продаж). Темп прироста прибыли от продаж составил 28,41 %, абсолютный прирост составил 1 289 тыс.руб., что свидетельствует об увеличении объемов реализации продукции и оказываемых услуг. Показатель рентабельности продаж по общей прибыли незначительно увеличился на 1,23 процентных пункта, темп роста составил 7,12%, а показатель рентабельности продаж по чистой прибыли уменьшился на 0,12 пунктов и составил 1,72%, что свидетельствует о росте налогового бремени на предприятие.

Краткосрочные обязательства предприятия увеличились на 12,3%, и темпы их роста не превышают темпа роста оборотных активов. Это свидетельствует о сбалансированности хозяйственной деятельности ресторана и нормальном уровне платежеспособности ресторана.

К исключительно хорошим показателям за анализируемый период можно

отнести увеличение коэффициента оборачиваемости оборотных активов на 0,58 процентных пункта (4,3%), рост коэффициент капиталоотдачи на 2,7 пункта (17%), рост коэффициента рентабельности собственного капитала на 1,5 процентных пункта, темп роста составил 102,1% соответственно.

Несмотря на отрицательное значение сальдо себестоимости, коммерческих и прочих расходов и доходов в 2014г., их негативную динамику, а также рост налога на прибыль, предприятию все же удалось увеличить чистую прибыль в 2014г. до 538 тыс.руб.(прирост составил 12,08%) по сравнению с 2013г. Негативное влияние вышеперечисленных факторов было компенсировано увеличением выручки от продаж на 19,88% и ростом рентабельности продаж до 22,9 процентных пункта (темп прироста составил 6,5 %). В целом, сложившаяся ситуацию можно оценить как позитивную.

Экспресс-анализ финансовых результатов 2015гг. выявил, что финансовое состояние предприятия по сравнению с 2014 г. улучшилось, но показатели деловой активности и ликвидности имеют негативную тенденцию. Основным источником дохода для ресторана по-прежнему является выручка от продаж.

К показателям имеющим исключительное хорошее значение для формирования чистой прибыли ресторана можно отнести следующие:

- увеличение выручки от продаж по сравнению с 2014г. на 1575тыс. руб, темп роста составил 5,03%. Однако, в сопоставимых ценах имеет место снижение выручки на 334 тыс. руб, или на 1%, что указывает на инфляционную составляющую темпа роста выручки;
- рост чистой прибыли на 74, 16%, чистая прибыль в 2015г. составила 937тыс. руб;
- себестоимость продукции уменьшила свое значение на 332 тыс.руб. или на 3,51%;
- прочие доходы предприятия возрасли по сравнению с 2014г. на 33 тыс. руб. и составили 63 тыс. руб., темп их роста равен 210%.
- показатели рентабельности в 2015г., имеют положительную динамику по всем исследуемым пунктам, а именно: валовая рентабельность дает рост на

3,52% и составляет 72,27, рентабельность продаж 20,6 (темп роста 110,72%), чистая рентабельность составляет 2,85 (темп роста 165,82%), рентабельность собственного капитала 96,1 (темп роста 126,44%), экономическая рентабельность (рентабельность активов) 7,01 (темп роста 153,18%).

Краткосрочные обязательства ресторана увеличились и на последний день анализируемого периода составляют 2605 тыс.руб., темп прироста в сравнении с 2014г. составил 10,38%, но динамика их роста не превышает динамику роста оборотных активов предприятия.

Показатели имеющие негативное влияние на результативность финансово-хозяйственной деятельности ресторана:

- коэффициент оборачиваемости оборотных активов в 2015г. уменьшил свое значение на 1,25 пункта (8,85%) и составил 12,87 оборота или 27,9 дней. Если в 2014г. предприятию удалось осуществить почти 15 полных оборотов оборотных средств, то в 2015г. чуть меньше 13, что привело к дополнительному отвлечению средств предприятия в размере 225,65 тыс.руб., эту дополнительную сумму средств предприятие использовало неэффективно, вложив в запасы товаров. С точки зрения использования источников финансирования, предприятие несло прямые убытки по обслуживанию дополнительно привлеченного капитала для финансирования излишек оборотных средств;
- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами на последний день анализируемого периода имеет значение 0,07, что на много меньше критериальных рамок для данного коэффициента, данный показатель имеет положительную тенденцию, так по сравнению с 2014г. темп роста составил 700%, а в отношении 2013г. 687%;
- коэффициент автономии составляет 29,18%, что не достаточно для ликвидности баланса предприятия, но данный показатель имеет положительный линейный тренд за три года., значение коэффициента возросло с 23,6% - в 2013г, до 25,18% - в 2014г. темп его роста в 2015г.

составил 115,88%.

Баланс предприятия имеет несбалансированную структуру, что негативно отражается на основных показателях деловой активности предприятия, как то финансовой устойчивости и ликвидности. Коэффициент текущей ликвидности имеет значение значительно ниже нормативного и составляет 0,97, значение данного коэффициента в сравнение с 2014г. уменьшилось на 0,085 пунктов (-8%).

Все выше сказанное указывает на неудовлетворительное состояние платежного баланса предприятия на отчетную дату, а также снижение деловой активности предприятия в общем и целом.

На дату формирования баланса предприятия его можно признать условно ликвидным, поскольку выполняются два из четырех неравенств в отношении активов и пассивов.

Имеет место положительная динамика в отношении собственного капитала, его стоимость на последний день анализируемого периода составила 975 тыс. руб., темп роста составил 132%.

Анализ состава, структуры и динамики прибыли показал, что наибольший удельный вес в структуре доходов приходится на валовую прибыль, равную 69,55% в 2013 г., с увеличением ее доли до 72,27% к 2015 г. Это свидетельствует о приоритетности основной деятельности, за счет которой и формируется чистая прибыль предприятия.

Из данных структурно-динамического анализа за три года следует, что все показатели, кроме прочих доходов в 2014г. (сокращение прочих доходов в 2014г. составило 485 тыс.руб.) имели положительную динамику. Валовая прибыль в 2014г. прибавила 3697 тыс.руб. или 20,35%, в 2015г. 1907 тыс.руб. или 8,72%.

Совокупные доходы в абсолютном выражении увеличились на 442 тыс.руб, и на 593 тыс. руб. соответственно, темп прироста составил 11,21% и 13,53% соответственно.

Факторы материалоемкость и ресурсоемкость повлияли на показатели чистой прибыли предприятия в 2013-2015гг. следующим образом:

- затраты на материалоемкость в 2014г. растут на 1496 тыс.руб. и в структуре

товарооборота на 1,74%, соответственно;

- затраты на материалоемкость 2015г. снизились на 332 тыс. руб., и в структуре товарооборота составила 34,92% (-3,67%), что положительно сказалось на результатах прибыли от продаж предприятия в 2015г.
- затраты на ресурсоемкость в 2014г. незначительно снизились на 1,74 пункта и составили 16 038 тыс. руб.,
- затраты на ресурсоемкость в 2015г. составляют 16 996 тыс.руб., что больше, чем в 2014г. на 958 тыс. руб., также наблюдается рост в структуре товарооборота на 3,67%.

Доля трудовых затрат растет, на протяжении всего анализируемого периода, что косвенно (при прочих равных условиях) свидетельствует о повышении производительности труда.

Снижение показателя «амортизация ОС», как в абсолютном выражении, так и в структуре активов предприятия может свидетельствовать о снижении материально-технической базы и производственного потенциала предприятия.

Результаты расчета факторных влияний указывают на то, что в 2014г. положительное влияние на чистую прибыль предприятия оказали: увеличение товарооборота, влияние данного фактора составляет + 462 тыс.руб., изменение цен на продукцию предприятия + 440 тыс.руб., себестоимость проданной продукции + 85 тыс.руб, коммерческие расходы + 301 тыс.руб..

Отрицательное влияние оказало:

- снижения прочих доходов предприятия, на 486 тыс. руб.;
- увеличение прочих расходов на 361 тыс.руб.;
- рост налога на прибыль на 384 тыс.руб.

В 2015г. общее влияние факторов выразилось в следующем: положительное влияние на чистую прибыль оказали –

- рост цен на реализованную продукцию (+352 тыс.руб), с
- снижение себестоимости реализованных товаров и услуг (+806 тыс.руб.),
- рост прочих доходов (+33 тыс.руб.).

Отрицательное влияние на чистую прибыль выразилось

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					84

- в снижение количества проданных блюд (-59 тыс.руб.),
- росте коммерческих расходов (-152 тыс.руб.),
- росте прочих расходов (-389 тыс.руб.),
- росте налога на прибыль (- 194 тыс.руб.).

Совокупное влияние вышеперечисленных факторов составило +399 тыс. руб.

Следует отметить, что анализируемый период характерен значительным внешним воздействием, не зависящим от предприятия (как-то: мировой финансовый кризис; снижение платежеспособного спроса; обострение конкуренции), а также значительные колебания уровня товарооборота ресторана по временам года.

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					85

4 РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ПРИБЫЛИ РЕСТОРАНА

4.1 Основные направления по улучшению финансовых результатов деятельности предприятий общественного питания

Изложенное выше свидетельствует о необходимости разработки комплекса мероприятий по повышению финансовых результатов деятельности ресторана. В частности, следует уделить внимание поиску резервов увеличения суммы прибыли, снижению издержек производства и обращения, увеличению коэффициента оборачиваемости оборотных средств. Резервы увеличения прибыли предприятия общественного питания представлены на (рисунке 4.1)



Рисунок 4.1- Основные направления повышения доходности в отрасли

Для сглаживания негативного влияния внешних и внутренних факторов на финансовую результативность ресторана необходим более детализированный анализ структуры доходов и расходов, выделение центров прибыли и расходов и систематических контроль над ними.

Необходимы маркетинговые исследования для изучения покупательского спроса («Чего хочет гость?»), продуманная рекламная компания, направленная на нужную целевую аудиторию, через определенные, в ходе маркетинговых исследований коммуникативные каналы, а также разработка и внедрения уникального продукта, услуги.

Остановимся наиболее подробно на отдельных направлениях, представленных на рис.4.2.

4.2 Конкретные мероприятия по улучшению финансовых результатов деятельности ресторана

Резервы роста прибыли - это количественно измеримые возможности ее увеличения за счет роста объема реализации продукции, уменьшения затрат на ее производство и реализацию, недопущения внереализационных убытков, совершенствования структуры производимой продукции.

При подсчете резервов роста прибыли за счет возможного увеличения объема реализации используются результаты анализа выпуска и реализации продукции.

Итак, резервами роста прибыли ресторана в краткосрочном периоде будут являться:

- увеличение товарооборота ресторана;
- снижение издержек производства за счет энергосберегающих мероприятий;
- увеличение оборачиваемости оборотных активов за счет оптимизации товарных запасов и совершенствования снабженческо-сбытовой деятельности.

4.2.1 Увеличение объема товарооборота за счет маркетинговых исследований и рекламных мероприятий

В данном направлении запланированы мероприятия, которые направлены на стимулирование сбытовой деятельности ресторана, путем воздействия на спрос, через «целевую аудиторию».

Для осуществления намеченной программы составлен бюджет расходов, а также рассчитан ожидаемый экономический эффект.

Для определения целевой аудитории, воздействовать на которую намерен ресторан проведена следующая работа:

- в ресторане среди гостей проведено анкетирование («Чего хочет гость ресторана?»), анкета представлена на (рисунке 4.1);
- использована вторичная информация, путем мониторинга ресторанов конкурентов, а также статистические данные (Статуправление г. Шадринска);
- использованы данные информационной базы ресторана за период работы с 2013 по 2015гг., проанализированы данные гостей, имеющие карты скидок ресторана.

Таким образом, определена целевая аудитория (ЦА), на которую необходимо воздействовать средствами рекламы:

- 1 студенты ВУЗов (для активизации направления «Выпускные вечера»);
- 2 влюбленные в возрасте 18-30 лет, родители (для активизации направления «Идеальная свадьба»);
- 3 мужчины и женщины от 18 и старше для (День рождение).

Определен уровень дохода ожидаемого клиента- средний и выше;

Определена профессиональная принадлежность- студенты, служащие, рабочие, менеджеры всех звеньев, управленцы.

Определены общие цели ресторана:

- 1 увеличение прибыли;
- 2 увеличение товарооборота;

- 3 увеличение количества банкетов;
- 4 создание благоприятного представления ;
- 5 повышение узнаваемости бренда;
- 6 увеличение количества постоянных гостей.

Определены направления работы (целевые направления), которые позволят увеличить товарооборот ресторана:

- 1 выпускные вечера- проведение банкетов в ресторане студентами-старшекурсниками после защит дипломов;
- 2 организация кейтеринговых обслуживаний во время государственных экзаменов и защит;
- 3 организация свадебных банкетов;
- 4 организация банкетов по направлению «День рождение»;
- 5 организация свадебных банкетов;
- 6 доставка готовых блюд в радиусе 1000 метров от ресторана.

Направление работы, бюджет предстоящих расходов представлены в таблице 4.1

В ресторане производят и реализуют различные виды продукции собственного производства и покупные товары, оказывают разнообразные услуги, поэтому наиболее целесообразно определять резерв повышения прибыли в сравнимых показателях - в рублях.

*Мы благодарим Вас за визит в наш ресторан!
Будем очень признательны, если Вы ответите на следующие вопросы.
Ваше мнение очень важно для нас!*

<p>1. Как часто Вы посещаете наш ресторан?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Почти каждый день <input type="radio"/> Раз в неделю <input type="radio"/> Раз в месяц <input type="radio"/> Другое _____ <p>2. В какое время Вы посещаете наш ресторан?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Утро (с 7 до 12 час.) <input type="radio"/> День (с 12 до 16 час.) <input type="radio"/> Вечер (после 16 час.) <p>3. С кем Вы предпочитаете прийти в ресторан?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Друзья <input type="radio"/> Коллеги <input type="radio"/> Семья <input type="radio"/> Один <p>4. Почему Вы посещаете именно «Авиатор»? _____</p> <hr/> <p>5. Поставьте оценку (от 1 до 5) каждому из параметров (кухня / сервис / интерьер):</p> <table border="1" style="margin-left: 20px; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Кухня</td> <td style="padding: 2px;">1</td> <td style="padding: 2px;">2</td> <td style="padding: 2px;">3</td> <td style="padding: 2px;">4</td> <td style="padding: 2px;">5</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Сервис</td> <td style="padding: 2px;">1</td> <td style="padding: 2px;">2</td> <td style="padding: 2px;">3</td> <td style="padding: 2px;">4</td> <td style="padding: 2px;">5</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Интерьер</td> <td style="padding: 2px;">1</td> <td style="padding: 2px;">2</td> <td style="padding: 2px;">3</td> <td style="padding: 2px;">4</td> <td style="padding: 2px;">5</td> </tr> </table>	Кухня	1	2	3	4	5	Сервис	1	2	3	4	5	Интерьер	1	2	3	4	5	<p>6. Что бы Вы хотели изменить в ресторане? _____</p> <hr/> <p>7. Что для Вас важно при выборе ресторана?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Меню <input type="radio"/> Расположение <input type="radio"/> Цены <input type="radio"/> Вежливость персонала <input type="radio"/> Быстрота обслуживания <input type="radio"/> Вечеринки / розыгрыши <input type="radio"/> Популярность заведения <p>8. Какие рестораны Вы посещали в последнее время? _____</p> <hr/> <p>9. Ваш пол: М / Ж</p> <p>10. Семейное положение:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Холост/не замужем <input type="radio"/> Женат/замужем <p>11. Ваш возраст: _____</p> <p>12. Ваше образование: _____</p> <p>13. Профессиональный статус:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Менеджер высшего звена <input type="radio"/> Специалист с в/о <input type="radio"/> Служащий <input type="radio"/> Рабочий <input type="radio"/> Другое _____ <p>Дата заполнения анкеты _____</p>
Кухня	1	2	3	4	5														
Сервис	1	2	3	4	5														
Интерьер	1	2	3	4	5														

Спасибо!

Рисунок 4.2 – Анкета для опроса гостей ресторана
для определения целевой аудитории

Таблица 4.1 – Направления работы ресторана на увеличение товарооборота
и затраты на внедрение данных мероприятий

№ п/п	Направление Работы	Предложение ресторана	Сопутствующие мероприятия	Затраты, руб.
1	2	3	4	5
1	Выпускные вечера (банкет, кейтеринг)	Выпускной на территории ресторана; Выездное обслуживание (кейтеринг)	Сотрудничество со студсоветами ВУЗов Разработка макетов афиш, печать афиш	1600
2	Кейтеринг для ВУЗов	Демократичное фуршетное предложение	Изменение и дополнение фуршетного меню	-
3	Дни рождения	Акция «Скидка на возраст», Максимальная 30% на продукцию собственного производства	Макет баннера; Печат баннера; Печать листовок; Реклама на радио «Di FM»	10 300 93 000
4	Кейтеринг	Выездное обслуживание	Реклама в журнале «Фэшн Коллекшн»	72000
5	Корпоративы в дни профессиональных праздников	Скидка 30% на празднование корпоративных праздников в ресторане по «Праздничному календарю»	Разработка листовки и рассылка по электронной почте; Размещение на сайте «Исеть42.ру» корпоративного купона на 30% скидку	- - 3200
5	Корпоративы в дни профессиональных праздников	Скидка 30% на празднование корпоративных праздников в ресторане по «Праздничному календарю»	Разработка листовки и рассылка по электронной почте; Размещение на сайте «Исеть42.ру» корпоративного купона на 30% скидку	- - 3200

6	Свадьбы	Акция «Идеальная свадьба в Авиаторе»; Партнерская программа - 15% скидка от всех партнеров участников акции; Оформление зала, каравай от ресторана в подарок к свадьбе;	Печать баннера;	10300
			Печать листовок;	10 000
			Обновление элементов оформления зала;	93 000
			Реклама на радио «Di FM»	9 000
			Телевизионный ролик «Идеальная свадьба»;	30 000
Реклама в кинотеатре «Космос»;	3000			
Продвижение на свадебном интернет портале;	-			
Редактирование сайта «Исеть42.ру»				
7	Доставка	Доставка в радиусе 1000м.	Печать листовок, афиши (для размещения в ресторане); Запись ролика для радио ресторана; Размещение на сайте ресторана	1500 1600
	Итого:			339 000

Производственные возможности предприятия позволяют увеличить объем произведенной продукции более чем на 70%, основание данного предположения рост товарооборота в весенне-летние месяцы. Однако в настоящее время практически невозможно обеспечить столь значительный рост в силу высокой конкуренции и концентрации предприятий общественного питания в рассматриваемом регионе (районе).

Сдерживающим фактором является, в том числе мировой финансовый кризис, снижение платежеспособного спроса населения.

Поэтому, по результатам маркетинговых исследований, ресторан может обеспечить увеличение объема производства и реализации на 20% по сравнению с 2015 г.

Сумма резерва роста прибыли за счет увеличения объема продукции рассчитывается по формуле:

$$P_{(v)}^{\Pi} = \sum_{i=1}^n \Pi_i P\Pi_{ki}, \quad (4.1)$$

где $P_{(v)}^{\Pi}$ – резерв роста прибыли за счет увеличения объема продукции;
 Π_i – плановая сумма прибыли на единицу i -й продукции;
 $P\Pi_{ki}$ – количество дополнительно реализованной продукции в натуральных единицах измерения.

Если прибыль рассчитана на 1 руб. товарной продукции, сумма резерва ее роста за счет увеличения объема реализации определяется по формуле:

$$P_{(v)}^{\Pi} = PV \frac{\Pi}{V}, \quad (4.2)$$

где PV – возможное увеличение объема реализованной продукции, руб.
 Π – фактическая прибыль от реализации продукции, руб.;
 V – фактический объем реализованной продукции, руб.

Рассчитаем резерв увеличения прибыли за счет увеличения объема выпуска и реализации продукции по формуле (4.2)

Имеем: $PV = 32\,890 \text{ тыс. руб.} \cdot 1,20 = 39\,468 \text{ тыс. руб.}$;

$\Pi = 6\,775 \text{ тыс. руб.}$;

$V = 32\,890 \text{ тыс. руб.}$;

$$P_{(v)}^{\Pi} = 39\,468 \frac{6\,775}{32\,890} = 8\,130 \text{ тыс.руб.}$$

Рост товарооборота будет сопровождаться ростом себестоимости и составит на планируемый товарооборот

$$Cб_{(v)}^{\Pi} = 39\,468 \frac{6\,578}{9\,119} = 789 \text{ тыс.руб.}, \text{ тогда}$$

$$\Pi_{пр} = 8\,130 \text{ тыс.руб.} - 789 \text{ тыс.руб.} - 399 \text{ тыс.руб.} = 7\,002 \text{ тыс.руб.};$$

Таким образом, подняв объем выпуска и продажи продукции на 20%, возможное увеличение прибыли составит 8130 тыс. руб. при условии сохранения значений ценовых показателей.

Учитывая затраты на рекламные мероприятия и себестоимость продукции на планируемый товарооборот, прибыль ресторана составит 7002 тыс. руб.при

прочих равных условиях.

4.2.2 Увеличение прибыли ресторана за счет снижения издержек производства

Важное направление поиска резервов роста прибыли - снижение затрат на производство и реализацию продукции.

В краткосрочном периоде предприятие запланировало уменьшить издержки производства, в частности затраты на электроэнергию для общих целей.

Для выявления резервов снижения затрат в течение двух лет проводился ежедневный учет показаний счетчиков расхода электроэнергии, выявлены центры расходов данного вида ресурса и определены пути оптимизации расхода электроэнергии, для анализа зависимости затрат электроэнергии от товарооборота составлена аналитическая таблица 4.2

Таблица 4.2 – Анализ затрат на электроэнергию на 1 рубль товарооборота ресторана

№ п/п	Товарооборот в месяц в 2015г., руб.	Затраты на электроэнергию в месяц, тыс.руб.	Затраты на 1 руб. товарооборота ресторана, руб.
1	2	3	4
январь	1550	63	0,041
февраль	1421	50	0,035
Март	1972	53	0,027
Апрель	2230	36	0,016
Май	2652	43	0,016
Июнь	5210	48	0,009
Июль	3765	50	0,013
Август	3455	36	0,010
Сентябрь	2430	34	0,014
Октябрь	2074	40	0,019
Ноябрь	1924	40	0,021
Декабрь	3298	40	0,016
Итого:	32891	532	0,016

На основании данных таблицы можно сделать вывод, что затраты на электроэнергию пропорционально распределены по месяцам года. Рост затрат на

электроэнергию зависит от природно-климатических условий и повышаются в осенне-зимний период.

В ресторане имеется два центра затрат на электроэнергию: технологический и общий (залы, коридоры, летняя веранда, рекламное освещение). В ходе анализа определено, что затраты на электроэнергию распределяются в соотношении: технологические нужды – 60%, общее освещение – 40%, т.е. воздействовать необходимо на центр №2.

Целесообразно, для снижения общих затрат на электроэнергию, провести мероприятия направленные на энергосбережение и соблюдение режима экономии потребления энергоресурса в ресторане.

В целях экономии затрат по данной статье расходов в 2016г. предлагается в ресторане произвести замену ламп накаливания на энергосберегающие. Замену необходимо произвести в торговом зале, банкетных залах, в холле, в баре, на летней веранде.

Данное мероприятие потребует освоения бюджета в размере 18 тыс.руб. (замена 120 ламп накаливания на энергосберегающие). Данное улучшение позволит сократить затраты на оплату электроэнергии, как в абсолютном (в киловаттах), так и в стоимостном выражении на 30%-40%, соответственно.

При сравнительном методе количественного измерения резервов их величина определяется путем сопоставления достигнутого уровня затрат с их потенциальной величиной:

$$P_i^c = C_{\phi_i} - C_{n_i}, \quad (4.3)$$

где P_i^c – резерв снижения себестоимости продукции за счет i - го вида ресурсов;

C_{ϕ_i} и C_{n_i} – соответственно фактический и потенциальный уровень использования i - го вида производственных ресурсов, тогда

$P_i^c = 0,016 - 0,012 = 0,0048$ - резерв снижения ресурса на 1 руб. товарооборота.

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					95

Если анализу прибыли предшествует анализ себестоимости ресурса и определения общей суммы резерва ее снижения, то расчет резерва роста прибыли производится по формуле:

$$P_{(c)}^{\Pi} = Z_B (V + PV), \quad (4.5)$$

где $P_{(c)}^{\Pi}$ – резерв увеличения прибыли за счет снижения себестоимости ресурса;

Z_B – возможное снижение затрат на 1 руб. продукции;

V – фактический объем реализованной продукции за изучаемый период;

PV – возможное увеличение объема реализации продукции.

Возможное снижение затрат на 1 руб. товарной продукции, в пересчете на планируемый товароборот:

$$P_{(c)}^{\Pi} = 0,0011 * (32891 + 39468) = 79,6 \text{ тыс. руб.}$$

Возможная себестоимость данного ресурса, с учетом снижения затрат на 1 руб. товарной продукции равна:

$$532 - (532 * 0,0048) = 372,4 \text{ тыс. руб.}, \text{ тогда}$$

прирост прогнозируемой прибыли составит:

$$P_{\text{пр}} = 532 \text{ тыс.руб.} - 372,4 \text{ тыс.руб.} - 18 \text{ тыс.руб.} = 141,6 \text{ тыс.руб.};$$

Таким образом, за счет снижения себестоимости данного ресурса и затрат на реализацию программы «Энергосбережение», предприятие может получить дополнительную прибыль в сумме 141,6 тыс.руб.

4.2.3 Увеличение прибыли ресторана за счет оптимизации снабженческо-сбытовой деятельности

Рост оборачиваемости капитала способствует экономии данного вида ресурса (сокращению потребности в оборотных средствах). Приросту объемов продукции и, в конечном счете, увеличению получаемой прибыли.

Оборачиваемость оборотных средств может замедляться или ускоряться. При замедлении оборачиваемости в оборот вовлекаются дополнительные средства.

Для анализа использования оборотных средств ресторана, а также определения величины резерва относительной экономии (перерасхода) оборотного капитала составлена аналитическая таблица 4.3

Таблица 4.3 - Расчет экономического результата ускорения (замедления) оборачиваемости оборотных средств

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Прогноз
1	2	3	4	5
1 Выручка от реализации, тыс. руб.	26122	31315	32891	39469
2 Коэффициент роста продукции	-	1,088	1,061	1,2
3 Средняя величина оборотных средств, тыс. руб.	1929	2219	2556	2817
4 Оборачиваемость оборотных средств, дней	26,59	25,5	27,97	25,7
5 Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, Оборотов	13,54	14,12	12,87	14
6 Экономический результат замедления (ускорения) оборачиваемости, тыс. руб.	-	-94,81	+ 225,65	-248,86
7 Прибыль от продаж, тыс. руб.	4537	5826	6775	7002
8 Рентабельность оборотных активов	2,35	2,62	2,65	2,97

Расчет экономии оборотных средств (ΔE) произведем через коэффициент оборачиваемости оборотных средств (в днях) по формуле:

$$2014 \text{ год: } \Delta E = (31315/360) \times (25,85 - 26,59) = -94,81 \text{ тыс. руб.};$$

$$2015 \text{ год: } \Delta E = (32891/360) \times (27,97 - 25,5) = 225,65 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{Прогноз: } \Delta E = (39468/360) \times (25,7 - 27,97) = -248,86 \text{ тыс. руб.};$$

Таким образом, в 2014г., за счет увеличения оборачиваемости оборотных активов, высвобождено средств на сумму 94,81 тыс. руб. напротив, в 2015г., за счет снижения оборачиваемости оборотных средств иммобилизовано средств предприятия на сумму 225,65 тыс. руб.

В результате увеличения оборачиваемости оборотных активов на 2,17 дня в прогнозируемом периоде высвобождено средств предприятия на сумму 248,86 тыс. руб.

Для определения величины прироста объема товарооборота за счет увеличения оборачиваемости оборотных средств (при прочих равных условиях) воспользуемся зависимостью N – объема реализации продукции предприятия от E – величины необходимых для функционирования предприятия оборотных средств:

$$N = \lambda_E \times E, \quad (4.6)$$

где λ_E - количество оборотов оборотных средств:

$$\lambda_E = N / E \quad (4.7)$$

Обозначим через ΔN^λ — прирост продукции за счет ускорения оборачиваемости оборотных средств. Используя метод цепных подстановок, находим:

$$\Delta N^\lambda = \Delta \lambda_E \times E_1, \quad (4.8)$$

где ΔN^λ - прирост объемов реализации продукции предприятия за счет роста оборачиваемости оборотных средств;

$\Delta \lambda_E (\lambda^1_E - \lambda^0_E)$ - увеличение за отчетный период числа оборотов оборотных средств.

Используя значения показателей из табл. 4.3 получаем:

$$2014 \text{ год: } \Delta N^\lambda = (14,12 - 13,54) \times 2219 = 1\,287 \text{ тыс. руб.}$$

$$2015 \text{ год: } \Delta N^\lambda = (12,87 - 14,12) \times 2556 = -3195 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Прогноз: } \Delta N^\lambda = (14 - 12,87) \times 2870 = 3\,243,1 \text{ тыс. руб.}$$

2014 году вследствие роста оборачиваемости оборотных средств ресторана при прочих равных условиях величина выручки от реализации продукции возросла на 1287 тыс. руб., а в 2015 году за счет снижения оборачиваемости оборотного капитала при прочих равных условиях величина выручки от реализации продукции снизилась на 3195 тыс. руб.

В плановом периоде ожидается прирост выручки на 3 243,1 тыс. руб., при прочих равных условиях.

Для оценки влияния оборачиваемости оборотного капитала на приращение прибыли воспользуемся соотношением:

$$\Delta P^\lambda = P_0 \times K^\lambda - P_0, \quad (4.9)$$

где K^λ - коэффициент относительного роста числа оборотов оборотных средств;

P_0 - прибыль за базовый период.

Используя значения из табл. 4.3 получим:

2014 год: $\Delta P^\lambda = 5\,826 \times (14,12/13,54) - 5826 = 249,56$ тыс. руб.

2015 год: $\Delta P^\lambda = 6\,775 \times (12,87/14,12) - 6775 = -599,8$ тыс. руб.

Прогноз: $\Delta P^\lambda = 7002 \times (14/12,87) - 7002 = 614,78$ тыс. руб.

Расчетная величина приращения прибыли составила 249,56 тыс. руб. в 2012 году, минус (- 599,8) тыс. руб. в 2015 году. В плановом периоде ожидается прирост прибыли от продаж в сумме 614,78 тыс. руб., за счет увеличения оборачиваемости оборотных активов на 1,13 оборотов в год.

Для реализации намеченных улучшений, в целях повышения эффективности использования оборотных средств ресторана, и повышения результативности финансово-хозяйственной деятельности, необходимо провести следующие мероприятия, таблица 4.4

Таблица 4.4 - Мероприятия по повышению эффективности использования оборотного капитала предприятия

Мероприятия	Экономический эффект
1	2
1 Снижение сырья (товаров) в результате оптимизации среднего размера партии поставки вина от поставщика компания «Мозель» г. Санкт – Петербург	1 Снижение величины товарных запасов на 250 тыс.руб.

Итого:	1 Снижение суммы оборотных активов (запасов) на 250 тыс. руб.; 2 Ускорение оборачиваемости оборотных активов на 1,13 оборота, до 14; 3 Снижение срока оборота оборотных активов на 2,27 дня до 25,7; 4 Высвобождение оборотных средств на сумму 248,86 тыс. руб.; 5 Прирост товарооборота на 3 243,1 тыс.руб. 6 Прирост суммы прибыли за счет ускорения оборачиваемости оборотных средств на 614,78 тыс.руб.
--------	---

Таким образом, выполнив все намеченные мероприятия в плановом периоде, ресторан будет иметь следующий результат прибыли от продаж, таблица 4.5

Таблица 4.5- Экономический результат от внедренных мероприятий

Наименование мероприятий	Бюджет расходов, тыс. руб.	Влияние на прибыль, тыс. руб.
1 Увеличение товарооборота, тыс. руб. В том числе на рекламу, тыс. руб. Себестоимость продукции, тыс. руб.	- 339 -789	+ 7002
Програма «Энергосбережение» себестоимость внедрения, тыс. руб.	-18	+141,6
Увеличение оборачиваемости оборотных активов	-	+614,78
Итого:	1146	7758,38

Экономическая эффективность от реализованных мероприятий, а также основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ресторана в отчетном и прогнозном периодах представлена в таблице 4.6

Таблица 4.6 – Прогноз финансовых результатов деятельности ресторана в результате предлагаемых мероприятий

Показатели	2015 год	Прогноз	Отклонение	
			+ / -	%
1	2	3	4	5
1 Выручка (нетто), тыс. руб.	32890	39468	+6578	120

2 Себестоимость, тыс. руб.	9119	9908	+789	108,7
3 Валовая прибыль, тыс. руб.	23771	29560	+5789	124,4
4 Коммерческие расходы, тыс. руб.	16996	17335	+339	102
5 Прибыль от продаж, тыс. руб.	6775	7758,38	983	114,5
6 Прочие доходы, тыс. руб.	63	63	-	100
7 Прочие расходы, тыс. руб.	1861	1879	18	100,9
8 Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	4977	5942,32	965,32	119,4
9 Текущий налог на прибыль	4040	4823,6	-	100
10 Чистая прибыль, тыс. руб.	937	1119	181,72	119,4
11 Рентабельность продаж, %	20,6	19,66	-0,94	95,4
12 Чистая рентабельность, %	2,85	2,83	-0,02	99,3
13 Экономическая рентабельность, %	7,01	7,98	0,97	113,8
14 Рентабельность собственного капитала, %	96,1	119	22,9	123,8
15 Валовая рентабельность, %	72,27	74,9	+2,63	103,6

Изменения показателей рентабельности от внедрения мероприятий представлены на (рисунке 4.3)

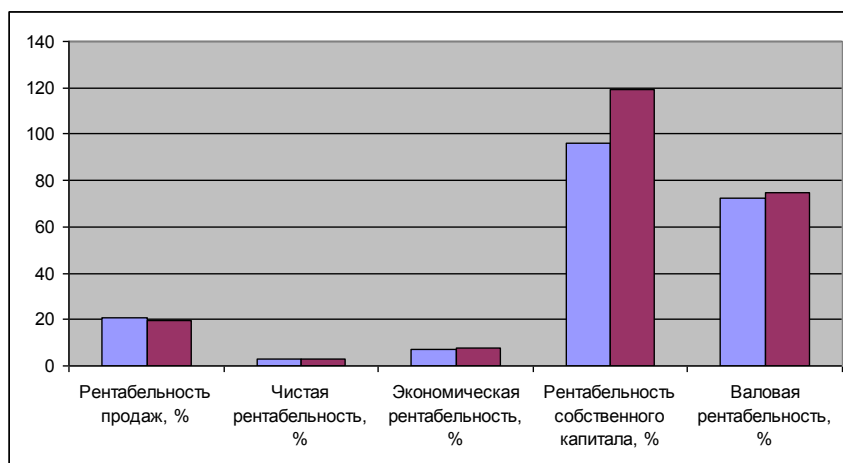


Рисунок 4.3 – Динамика показателей рентабельности ресторана в 2015г.- прогнозном году

Предложенные в работе мероприятия позволят ресторану в перспективе улучшить основные финансовые показатели, уречить финансовое положение, улучшить структуру оборотного капитала, добиться снижения себестоимости продукции.

Наростить показатель чистой прибыли для улучшения производственной структуры, модернизации основных средств ресторана, а также для наращивания

благополучия собственников бизнеса и работников предприятия.

Укрепить имеющиеся конкурентные преимущества и приобрести новые, через увеличение доли товарооборота на рынке услуг общественного питания, дифференциации услуг, разработке нового продукта (услуги), имеющие свойства уникального.

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					102

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное теоретическое исследование и практический анализ финансовых результатов деятельности ресторана, позволили нам сделать следующие выводы.

Прибыль — основная цель предпринимательской деятельности и ее конечный финансовый результат. Она является интегральным (обобщающим) критерием конкретной производственно-торговой деятельности.

Прибыль отражает конечный результат работы предприятия, характеризует экономический эффект хозяйственной деятельности. В прибыли находят отражение все стороны деятельности предприятия: объем и структура оборота, величина основных и оборотных средств, производительность труда работников, организация торгового обслуживания, финансовое состояние и др.

Значение прибыли проявляется во многих аспектах:

- является главным источником финансовых ресурсов, обеспечивающих развитие предприятия, создает высокий уровень самофинансирования предприятия, что повышает конкурентные позиции на товарном и финансовом рынках;
- служит критерием эффективности ведения хозяйства;
- является экономическим рычагом стимулирования интересов собственников и участников хозяйственной деятельности;
- выступает источником образования бюджетов различных уровней.

Основным источником формирования финансовых результатов предприятия общественного питания являются реализованные торговые надбавки (валовой доход). Предприятиям общественного питания предоставлено право самостоятельно определять торговые надбавки на товары собственного производства и покупные товары, исходя из спроса, фактических издержек производства и обращения и оптимальных уровней рентабельности (с учетом установленных предельных размеров надбавок).

Общим для всех показателей прибыли является превышение доходов над расходами. Если же доходы оказываются меньше расходов, имеет место убыток. При анализе формирования прибыли необходимо вскрыть все причины и

факторы, вызвавшие убыток. Прибыль предприятие получает в том случае, если доходами покрываются расходы.

На величину прибыли и ее динамику воздействуют факторы, как зависящие, так и не зависящие от усилий предприятия. Практически вне сферы воздействия предприятия находятся конъюнктура рынка, уровень цен на потребляемые материальные ресурсы, нормы амортизационных отчислений. К факторам, зависящим от предприятия, относятся уровень хозяйствования, компетентность руководства и менеджеров, конкурентоспособность продукции, организация производства и труда, его производительность, состояние и эффективность производственного и финансового планирования.

Главной целью управления прибылью является обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде. Эта главная цель призвана обеспечивать одновременно гармонизацию интересов собственников с интересами государства и персонала предприятия.

Результаты анализа финансовых результатов ресторана за 2013 – 2015 гг. показали, что предприятие достигло хороших показателей финансово-хозяйственной деятельности.

Выручка от продаж увеличилась 25,9%, прибыль от продаж увеличилась на 49,3%, что свидетельствует об увеличении объемов реализации продукции и оказываемых услуг. Показатель рентабельности продаж по общей прибыли увеличился на 3,91%, а рентабельность продаж по чистой прибыли на 54,9%.

Краткосрочные обязательства предприятия увеличились на 23,93%, и темпы их роста не опережают темп роста выручки от реализации (26%). Это свидетельствует в общем и целом о платежеспособности предприятия за анализируемый период.

Анализ динамики прибыли показал, что, несмотря на рост в динамике всех показателей прибыли ресторана в 2015 году, наблюдается спад деловой активности, который выражается в снижении темпов прироста по всем показателям.

По результатам факторного анализа отрицательное влияние на величину чистой

прибыли в 2015г. распределилось следующим образом: 59 тыс. руб. приходится на сокращение прибыли от реализации по количеству проданных блюд, 541 тыс. руб. составили потери чистой прибыли за счет отрицательного сальдо коммерческих и прочих расходов.

Ужесточение политика государства в области налогообложения малых предприятий также имело отрицательное влияние на размер чистой прибыли предприятия и составило 194 тыс.руб.

Результаты расчета факторных влияний указывают как на положительное, так и отрицательное воздействие всех исследуемых элементов в 2015 г. Наибольший прирост прибыли на 806 тыс. руб. приходится за счет снижения себестоимости товарной продукции. За счет изменения цен на реализованную продукцию, прибыль ресторана увеличилась на 352 тыс. руб. увеличение также составили прочие доходы - на 33 тыс.руб.

Отрицательное влияние на формирование конечного результата чистой прибыли оказали. Количество проданной продукции - на 59 тыс.руб. Коммерческие расходы - на 152 тыс.руб.. Прочие расходы – на 389 тыс.руб.. Налог на прибыль -194 тыс.руб..

Высокие значения показателей рентабельности за анализируемый период свидетельствуют об эффективной деятельности ресторана. Так показатель валовой рентабельности вырос с 69, 55% в 2013г. до 72,27% в 2015г., рентабельность продаж с 17,37% до 20,6% соответственно, темп прироста чистой рентабельности в 2015г. составил 65,82% и в абсолютном значении увеличился с 1,84% в 2013г. до 2,85% в 2015г.

Эффективная деятельность ресторана подтверждается положительным трендом за три года по всем исследуемым показателям рентабельности.

На основе проведенного анализа резерва увеличения прибыли и рентабельности ресторана можно сделать выводы о том, что на исследуемом предприятии имеются следующие резервы повышения результативности финансово- хозяйственной деятельности:

- увеличение объема товарооборота и услуг общественного питания, за счет

расширения рынков сбыта, повышения качества сервисного обслуживания и применения новых форм обслуживания;

- совершенствование структуры оборота, за счет формирования ассортимента на основе изучения спроса населения, повышения доли продукции собственного производства;

- снижение себестоимости выпускаемой продукции собственного производства и покупных товаров, за счет совершенствования снабженческо-сбытовой деятельности; снижение издержек производства и обращения, за счет повышения производительности труда, соблюдения технологической дисциплины, недопущения сверхнормативных расходов МЦ, и затоваривания;

- увеличение в общем объеме оборота доли товаров с более высокими размерами торговых наценок и надбавок, за счет детализированного анализа рентабельности продуктового портфеля;

- пересмотр и повышение экономической обоснованности размеров торговых наценок и надбавок, за счет детализированного анализа издержек производства и обращения на единицу выпускаемой продукции;

- увеличение оборачиваемости оборотных средств предприятия, за счет детализированного анализа состава оборотных средств, недопущения затоваривания и образования неликвидных запасов ТМЦ;

- повышение качества выпускаемой продукции, повышение культуры обслуживания покупателей, за счет мероприятий направленных на повышение уровня квалификации сотрудников, степени мотивации сотрудников, для достижения поставленных долгосрочных и т.д. целей предприятия.

Также представляется необходимым внести предложения по улучшению финансовых результатов деятельности ресторана, которые возможно применить как в краткосрочном и среднесрочном, так и в долгосрочном периодах:

- выделить в составе структурных подразделений предприятия центры затрат и центры ответственности;

- внедрить системы управленческого учета затрат в разрезе центров ответственности, центров затрат и отдельных групп товарной продукции;

– осуществлять систематический контроль за работой оборудования и производить своевременную его наладку с целью недопущения снижения качества и выпуска продукции;

– осуществлять повышение квалификации сотрудников, сопровождающееся ростом производительности труда;

– использовать системы депремирования работников при нарушении ими трудовой или технологической дисциплины.

Все выше перечисленные мероприятия позволят улучшить финансовые результаты ресторана, а именно: увеличить чистую прибыль, рентабельность продаж, экономическую рентабельность, рентабельность собственного капитала предприятия, а также повысить финансовую устойчивость и производственный потенциал ресторана.

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					107

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Анализ хозяйственной деятельности в торговле : учебник / Л.И. Кравченко. — 10-е изд., исправленное и доп. — М.: Новое знание, 2012. — 512 с.
- 2 Экономика общественного питания: Учеб. Пособие / Ефимова О.П. – Минск: Новое знание, 2006. – 206 с.
- 3 Справочник совершенного хозяина ресторана. 100 идей для достижения превосходства в конкурентной борьбе: Учебное пособие / Палли М. – М.: ООО «Современные ресторанные и розничные технологии», 2009. – 35 с.
- 4 Введение в гостеприимство: Учебник/ Уокер Дж. Р. Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 2009. – 241 с.
- 5 Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник / Под ред. А.Н.Соломатина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 292 с.
- 6 Основы маркетинга: Учебник / Котлер, Ф. - М.: Прогресс, 2001.-287с.
- 7 Анализ финансовой отчетности: Учебник / Под ред. М.А. Вахрушиной, Н.С. Пласковой. – м.: Вузовский учебник, 2007. – 367с.
- 8 Маркетинг, менеджмент, ценообразование на предприятии: Учебник / Е.М. Пунин. М.: Международные отношения, 2009.- 368с.
- 9 Особенности методики оценки эффективности предприятия общественного питания. Проблемы теории и практики совершенствования управления народнохозяйственным комплексом региона: Материалы региональной научно-практической конференции / Гаппарова А.М.;
- 10 Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания: Учебное пособие / Арзуманова Т.И., Мачабели М.Ш. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012.- 272с.
- 11 Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2015 год и плановый период 2016-2017 годов, Минэкономразвития России;
- 12 Организация общественного питания. Резервы и оценка эффективности : учеб. пособие / Т. И. Николаева, З. О. Фадеева - Федер. Агентство – Екате-

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					108

ринбург , 2008. – 183 с.

13 Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие / О.В. Ефимовой, М.В. Мельник.- М.: Омега-Л, 2007.- 508с.

14 Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие /Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. 2-е изд. М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2011.- 336 с.

15 Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие / Т.А. Пожидаева. М.: КНОРУС, 2007.- 320 с.

16 Бухгалтерская отчетность ресторана ООО «Снабмаш» за 2013-2015гг.: - 20с.

17 Иванов А.А., Мясникова В.В. «Общественное питание в России. Современное состояние. Гигиенические проблемы». Информационный сборник статистических и аналитических материалов /под ред. д.м.н., профессора Беляева Е.Н. – М. – ФЦГСЭН. 2012. -24с.

18 Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Н.Г. Каменева.- М.: Вузовский учебник, 2007.- 439с.

19 Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учеб. пособие /А.В. Коротков.- М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2005.- 304с.

20 Кристофер Энертон - Томас. Ресторанный бизнес - М.: «Росконсульт», 2013. – 315с.

21 Матисон В.А. Особенности внедрения системы НАССР на предприятиях общественного питания / Гигиена и санитария.- 2015.-№ 3.- С.13-14

22 Мячин А.В. Механизм управления торгово-производственной деятельностью современного предприятия общественного питания. Автореф. канд. техн. наук., Кисловодск. - 2013.

23 Новые рынки. Журнал № 4 (10), 2015.- 15-16 с.

24 Скрипко Л.В. Как определить результативность и эффективность процессов // Стандарты и качество. – 2015. - №5. – с. 35.

25 Усов В.В. Организация обслуживания в ресторане. – М.: «Высшая школа», 2014. – 270с.

26 <http://www.dis.ru/market/arhiv/2004/3/3.html>

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					109

- 27 [http://ru.medin.nsc.ru/gazeta/4\(93\)/5.htm](http://ru.medin.nsc.ru/gazeta/4(93)/5.htm)
- 28 <http://quality.eup.ru/DOCUM3/prvsmk.htm>
- 29 <http://www.itbc.ru>
- 30 http://prepadav.net/referaty/referat_11491_21.html
- 31 http://bankrabort.com/work/work_20920.html
- 32 <http://www.hr-portal.ru/node/23229>
- 33 http://www.proteu.ru/seminar_tqm.html
- 34 http://polbu.ru/rebrin_qmanagement/ch11_i.html
- 35 http://revolution.allbest.ru/manufacture/00008837_0.html
- 36 http://www.mngt.ru/rus/development_plan_marketing/selection_planningcarrying/selection/
- 37 <http://www.in-nov.ru/node/653>
- 38 http://www.expert.ru/printissues/ural/2006/37/sistema_menedzmenta_kachestva/
- 39 <http://www.regcons.ru/faq.htm>
- 40 http://old.atlant.ru/opt/printnow4.php?id_ur=1335
- 41 http://www.rosstok.ru/smi.php?id_stat=7
- 42 <http://www.qh.siteedit.ru/83>
- 43 <http://belgiss.org.by/russian/sertific/haccp.php>
- 44 www.marketing.spb.ru
- 45 www.mar-keting.ru
- 46 www.elitarium.ru
- 47 www.GMP.ru

Министерство образования и науки РФ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Кемеровский технологический институт пищевой
промышленности»

Кафедра «Экономика и управление»

ПРИЛОЖЕНИЕ

к выпускной квалификационной работе на тему:
**«АНАЛИЗ И ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ РЕСТОРАНА ООО
«ТОРГОВЫЙ ДОМ «СНАБМАШ»»**

Выполнила студентка гр.МТнд-221
Лыско К.А.

Руководитель : доцент, к.э.н.
П.В.Масленников

Кемерово 2016

									Лист
									111
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

ПРИЛОЖЕНИЕ А

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ПРЕДПРИЯТИИ

Наименование: ООО «Торговый дом «Снабмаш»» (ресторан)

Режим работы: С 9.00 до 2.00 часов

Размещение: Основной зал – до 150 гостей;

Банкетный зал №1 – до 40 гостей;

Банкетный зал №2 – до 30 гостей;

Летняя веранда (с мая по октябрь) – до 120 гостей.

Предоставляемые услуги:

Завтрак – ежедневно с 9.00 до 12.00 часов;

Бизнес-Ланч – каждый будний день с 12 до 16 часов;

Кейтеринг – выездное обслуживание;

Доставка на дом;

Организация и проведение банкетов, фуршетов, конференций, презентаций, кофе-брейков.

									Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					112

Таблица Б.1 – Анализ структуры и динамики финансовых результатов

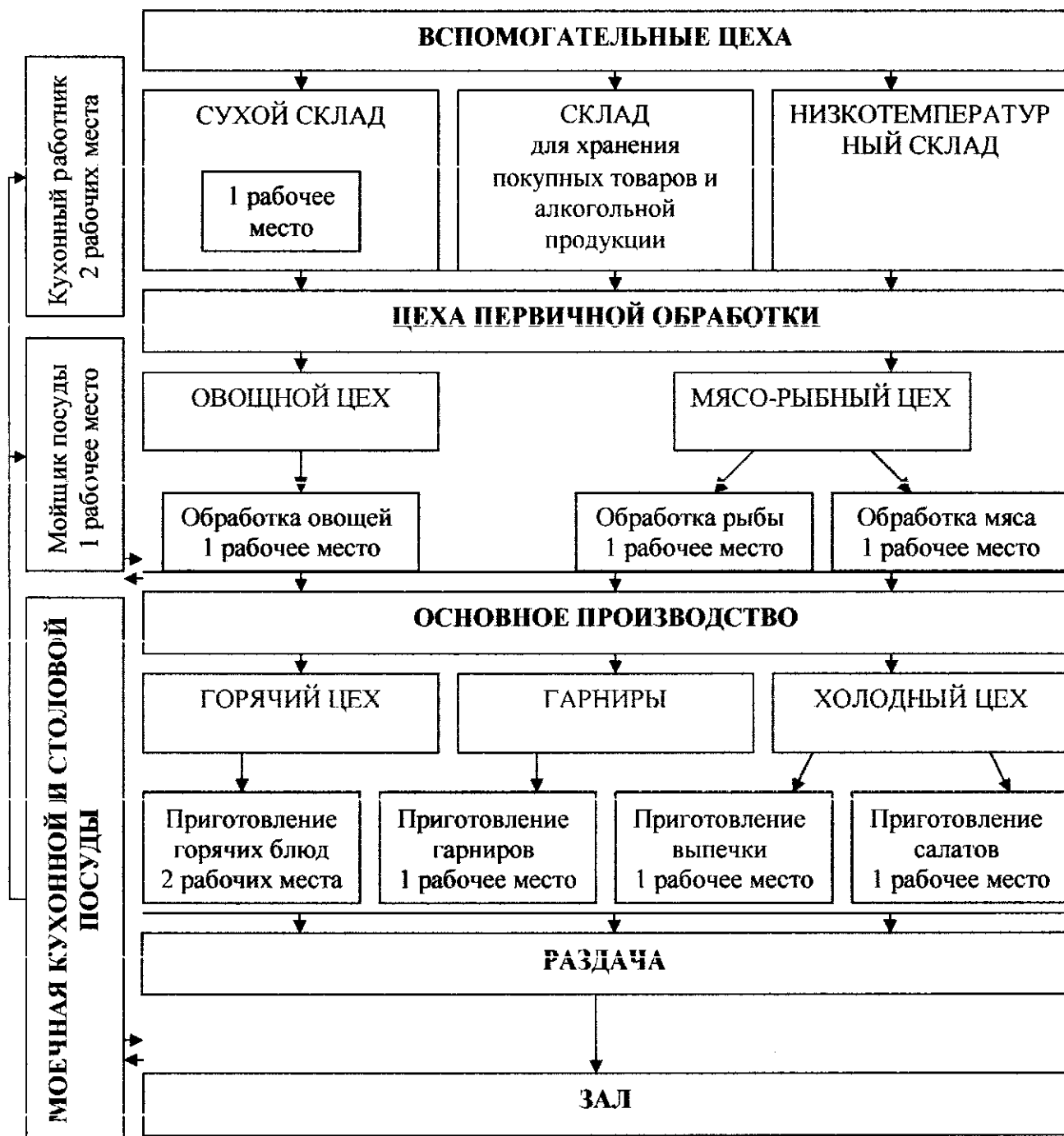
№ п/п	Показатель	2013г.	2014 г.	2015 г.	Абс. Отклонение, (+/-)		Темп роста, %		Структура элементов формирования чистой прибыли в выручке от продаж, %			Изменение структуры в пунктах	
					2014г./2013г.	2015г./2014г.	2014г./2013г.	2015г./2014г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.		
1	Выручка (нетто)	26122	31315	32890	5193	1575	119,88	105,03	100	100	100	-	-
2	Себестоимость	7955	9451	9119	1496	-332	118,81	96,49	30,45	30,18	27,73	-0,27	-2,45
3	Валовая прибыль (п.1-п.2)	18167	21864	23771	3697	1907	120,35	108,72	69,55	69,82	72,27	0,27	2,45
4	Коммерческие расходы	13630	16038	16996	2408	958	117,67	105,97	52,18	51,22	51,68	-0,96	0,46
5	Прибыль (убыток) от продаж	4537	5826	6775	1289	949	128,41	116,29	17,37	18,60	20,60	1,24	1,99
6	Прочие доходы	516	30	63	-486	33	5,81	210,00	1,98	0,10	0,19	-1,88	0,10
7	Прочие расходы	1111	1472	1861	361	389	132,49	126,43	4,25	4,70	5,66	0,45	0,96
8	Прибыль (убыток) до налогообложения	3942	4384	4977	442	593	111,21	113,53	15,09	14,00	15,13	-1,09	1,13
9	Текущий налог на прибыль	3462	3846	4040	384	194	111,09	105,04	13,25	12,28	12,28	-0,97	0,00
10	Чистая прибыль (убыток)	480	538	937	58	399	112,08	174,16	1,84	1,72	2,85	-0,12	1,13

Таблица В.1 – Анализ расходов ресторана «Торговый дом «Снабмаш»»

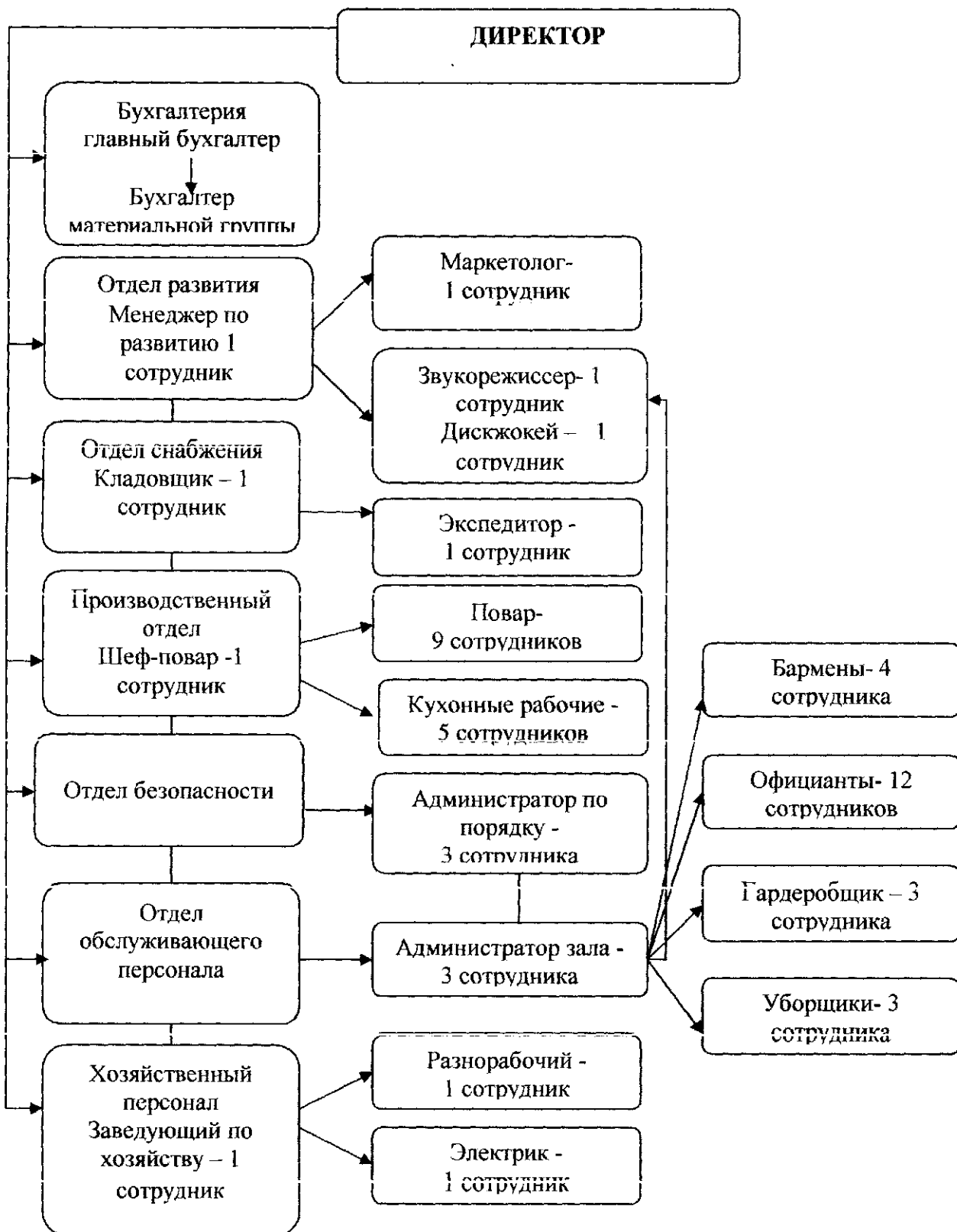
Виды затрат	2013 г.		2014 г.		2015 г.		2014 г./2013г.		2015г./2014 г.		Темп роста, %	
	Сумма, в тыс. руб.	в %	Сумма, в тыс. руб.	в %	Сумма, в тыс. руб.	в %	Сумма, в тыс. руб.	Уд. веса, %	Сумма, в тыс. руб.	Уд. веса, %	2014 г./ 2013 г.	2015 г./ 2014 г.
1 Материальные затраты	7955	36,85	9451	38,59	9119	34,92	1496	1,74	-332	-3,67	118,81	96,49
2 Издержки обращения и производства, в том числе	13630	63,15	16038	61,41	16996	65,08	2408	-1,74	958	3,67	117,67	105,97
затраты на оплату труда	6755	31,29	8524	32,64	8688	33,27	1769	3,59	164	-2,03	126,19	101,92
отчисления на социальные нужды	1756,3	8,14	2216,24	8,49	2953,92	11,31	459,94	0,93	737,68	3,56	126,19	133,29
амортизация ОС	947,6	4,39	460,7	1,76	486,5	1,86	-486,9	-4,08	25,8	0,10	48,62	105,60
коммунальные платежи	2088,12	9,67	2457,02	9,41	2549,40	9,76	368,91	-0,27	92,38	0,35	117,67	103,76
арт-расходы реклама и др.	218,08	1,01	256,61	0,98	271,94	1,04	38,53	-0,03	15,33	0,06	117,67	105,97
транспорт и ГСМ	81,78	0,38	96,23	0,37	101,98	0,39	14,45	-0,01	5,75	0,02	117,67	105,97
производственные расходы	308,04	1,43	362,46	1,39	373,91	1,39	54,42	-0,04	11,45	0,00	117,67	103,16
административные расходы (питание персонала, штрафы)	115,86	0,54	136,32	0,52	144,47	0,55	20,47	-0,01	8,14	0,03	117,67	105,97
маркетинг-обучение	109,04	0,51	46,21	0,18	49,29	0,19	-62,53	-0,33	2,78	0,01	42,65	105,97
Прочие расходы	1250,19	5,79	1481,91	5,67	1376,60	5,27	231,72	-0,12	-105,31	-0,40	118,53	92,89

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СТРУКТУРА РЕСТОРАНА «Торговый дом «Снаб-маш»»



ПРИЛОЖЕНИЕ Д
ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА РЕСТОРАНА



ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Таблица Е.1 – Ассортимент продукции собственного приготовления и покупных товаров по подразделениям «Кухня» и «Бар» ресторана

№ п/п	Номенклатура по наименованиям	Ассортимент, шт.	Структура продуктового портфеля, %
1	2	3	4
Продукция собственного производства подразделение «Кухня»			
1	Салаты	12	4,01
2	Холодные закуски	15	5,01
3	Супы	10	3,34
4	Горячие закуски	12	4,01
5	Паста	10	3,35
6	Пицца	12	4,01
7	Горячие рыбные блюда	15	5,01
8	Горячие мясные блюда	15	5,01
9	Гарниры	10	3,34
10	Десерты	10	3,34
11	Хлеб	5	1,67
12	Банкетные блюда	45	15,05
13	Детское меню	25	8,36
14	Меню для спортсменов с повышенной калорийностью	40	13,38
15	Меню для завтрака	25	8,36
16	Меню бизнес ланча	30	10,03
17	Коктейли «На здоровье» (Деток-с, витамины)	8	2,68
	Итого по «Кухне» блюд собственного производства	299	100
Продукция собственного производства подразделение «Бар»			
1	Сок свежавыжатый	10	8,62
2	Чай черный (и ароматизированный)	10	8,62
3	Чай зеленый (и ароматизированный)	12	10,35
4	Чай травяной	5	4,31
5	Кофе	12	10,35
6	Коктейли на основе кофе	13	11,20
7	Глинтвейны	5	4,31
8	Безалкогольные коктейли	5	4,31
9	Алкогольные коктейли собственного производства	35	30,17
10	Кальяны	9	7,76
	Итого по подразделению «Бар»	116	100

Продолжение таблицы Е.1

Покупные товары подразделение «Бар»			
1	Шампанское	10	4,4
2	Игристое вино	10	4,4
3	Белое вино	25	10,51
4	Розовое вино	3	1,32
5	Красное вино	45	19,32
6	Десертное вино	3	1,32
7	Вермут	4	1,76
8	Водка	10	4,4
9	Аперитивы	6	2,64
10	Джин	3	1,32
11	Текила	6	2,64
12	Ром	6	2,64
13	Виски	18	7,43
14	Коньяк	12	5,29
15	Бренди	6	2,64
16	Ликер	12	5,29
17	Граппа и Писко	5	2,2
18	Пиво	5	2,2
19	Безалкогольные напитки	10	4,4
20	Сок	15	6,60
21	Табачные изделия (сигары, сигариллы, сигареты)	18	7,28
Итого покупные товары подразделения «Бар»		227	100
Общее количество, из них:		642	100
Собственного производства		415	65
Покупные товары		227	35

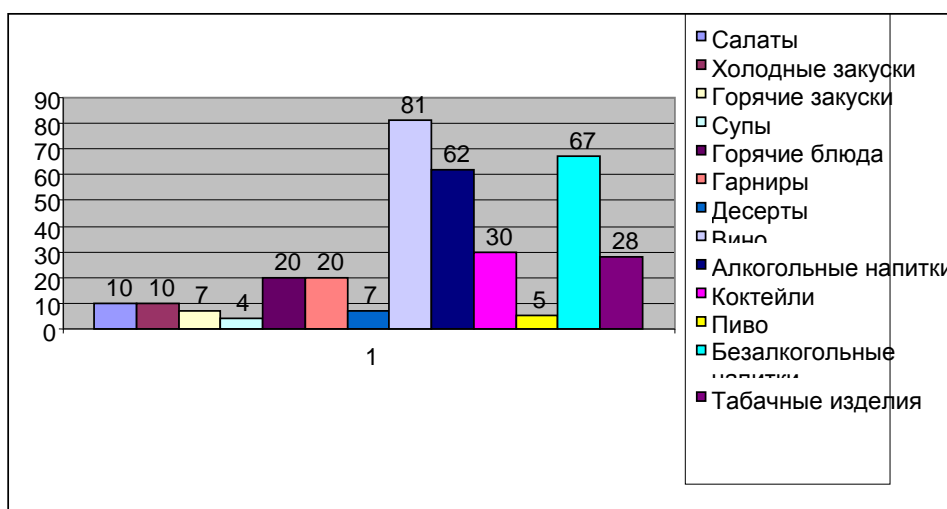


Рисунок Е.1 – Номенклатура продуктового портфеля ресторана

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

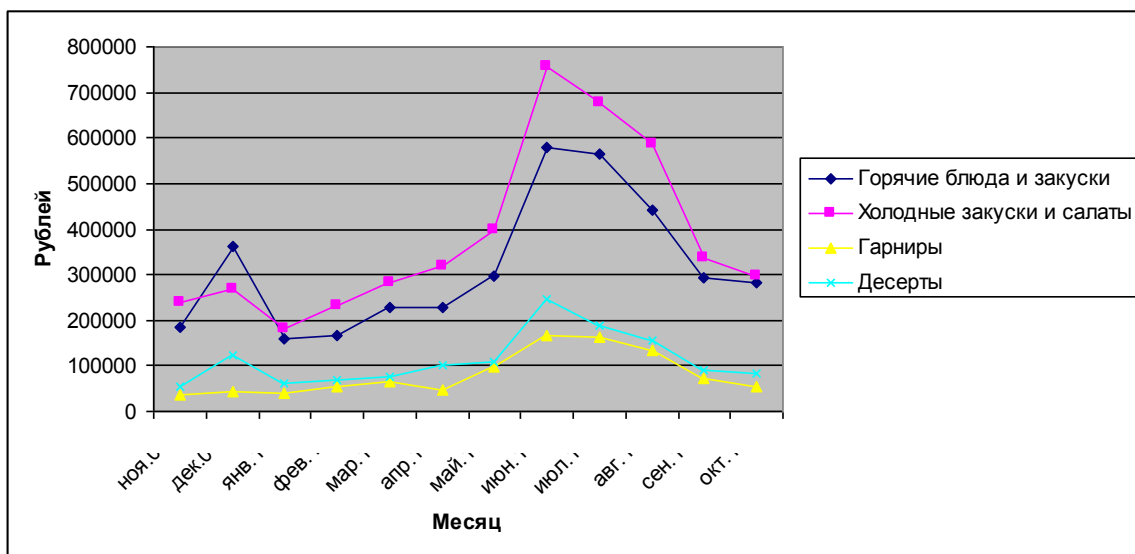


Рисунок Ж.1 – Динамика продаж по основным группам блюд ресторана в 2015 г. по подразделению «Кухня»

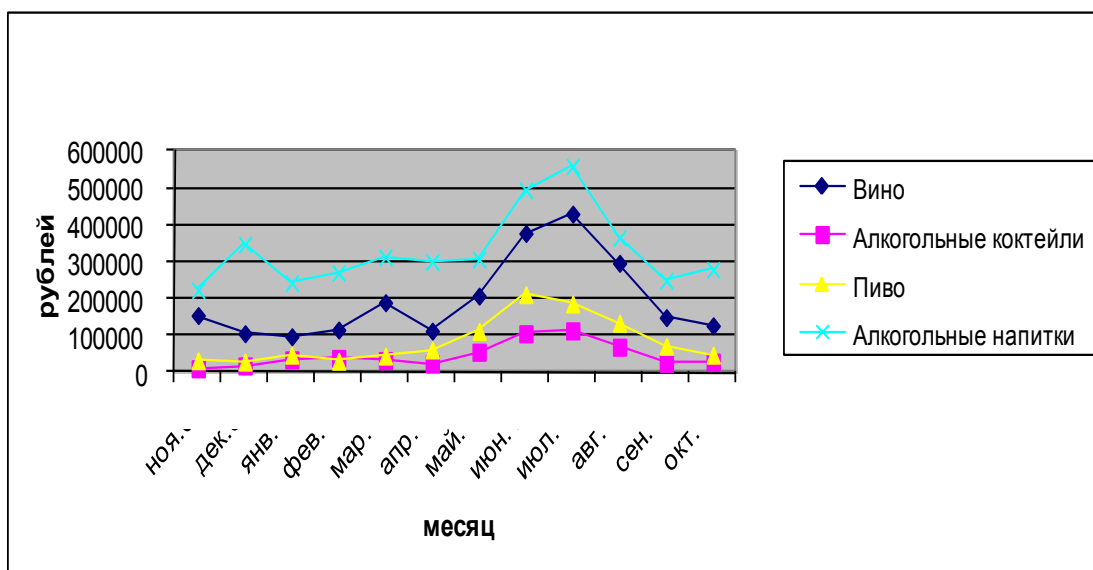


Рисунок Ж.2 – Динамика продаж по основным группам блюд ресторана в 2015 г. по подразделению «Бар»

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Таблица 3.1 – Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ресторана в 2013-2015 гг.

Показатели	Единица измерения	2013г	2014	2015	Темп роста 14/13,%	Темп роста 15/14,%	Темп роста 15/13,%
1	2	3	4	5	6	7	8
1 Выпуск продукции в том числе:	Блюд	183 922	230 527	208 025	125	90	113
Собственное производства	Блюд	78682	97147	95002	123	97	120
Покупных товаров	Штук	105 240	133 380	113 023	126	84	107
2 Выручка от продаж	Тыс.руб	26 122	31 315	32 890	119,8	105	126
В сопоставимых ценах	Тыс.руб	30154	33225	32890	110,18	99	109
3 Себестоимость продукции	Тыс.руб	7 955	9 451	9 119	118,81	96,49	114,6
В сопоставимых ценах	Тыс.руб	9183	10027	9119	109	90,95	99,3
4 Коммерческие расходы	Тыс.руб	13 630	16 038	16 996	118	105,97	124,7
5 Управленческие расходы	Тыс.руб	-	-	--	-	-	-
6 Прибыль от продаж	Тыс.руб	4 537	5 826	6 775	128,4	116,29	149
В сопоставимых ценах	Тыс.руб	5238,5	6181	6 775	118	109,6	129,3
7 Рентабельность продукции	Тыс.руб	21,5	22,9	26	106,5	113,5	121
8 Чистая прибыль	Тыс.руб	480	538	937	112,08	174,16	195
9 Среднесписочная численность ППП	Чел.	42	37	40	88	108	95
В том числе рабочих	Чел.	22	22	20	95	95	91
10 Выработка на работника ППП	Тыс.руб /чел.	622	846	823	136	97	132
11 Выработка рабочего	Тыс.руб /чел.	1 187	1 492	1 645	126	110	139
12 Фонд оплаты труда ППП	Тыс.руб	6 755	8 525	8 689	126	102	129
В том числе фонд оплаты рабочих	Тыс.руб	3 513	4 839	4 345	138	90	124

Продолжение таблицы 3.1

1	2	3	4	5	6	7	8
13 Среднемесячная заработная плата работника ППП	Тыс.руб	16,9	22,6	24,1	143	94	135
14 Среднемесячная заработная плата рабочего	Тыс.руб	16,8	22,7	24,1	144	94	136
15 Среднегодовая стоимость собственного капитала	Тыс.руб	819	707	975	86,3	138	119
16 Среднегодовая стоимость внеоборотных активов	Тыс.руб	930	719	785	77	109	84
17 Среднегодовая стоимость основных фондов	Тыс.руб	1 208	773	862	64	112	71
18 Среднегодовая стоимость активной части основных фондов	Тыс.руб	994	661	817	66	124	82
19 Среднегодовая стоимость оборотных средств	Тыс.руб	1 929	2 219	2 556	115	115	133
20 Фондоотдача Основных фондов	Тыс.руб	21,63	40,5	38,17	187	94	176
21 Фондоотдача активной части	Тыс.руб	26,28	47,40	40,26	180	85	153
22 Фондовооруженность работника ППП	Тыс.руб /чел.	29	21	22	73	103	75
23 Оборачиваемость оборотных активов	Обороты	13,54	14,12	12,87	104,3	91,15	95,05
24 Капиталоотдача	Тыс.руб	15,3	18	27,4	117	152	179
25 Рентабельность собственного капитала	%	58,6	76	96,1	129,7	126,4	164
26 Коэффициент независимости		23,6	25,18	29,18	106,7	115,8	123,6
27 Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами		-0,13	0,01	0,07	870	700	687
28 Коэффициент текущей ликвидности		0,94	1,09	0,97	115,9	89	103,2
29 Коэффициент восстановления платежеспособности		0,41	0,467	0,455	-	-	-

ПРИЛОЖЕНИЕ И

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРИБЫЛЬ РЕСТОРАНА

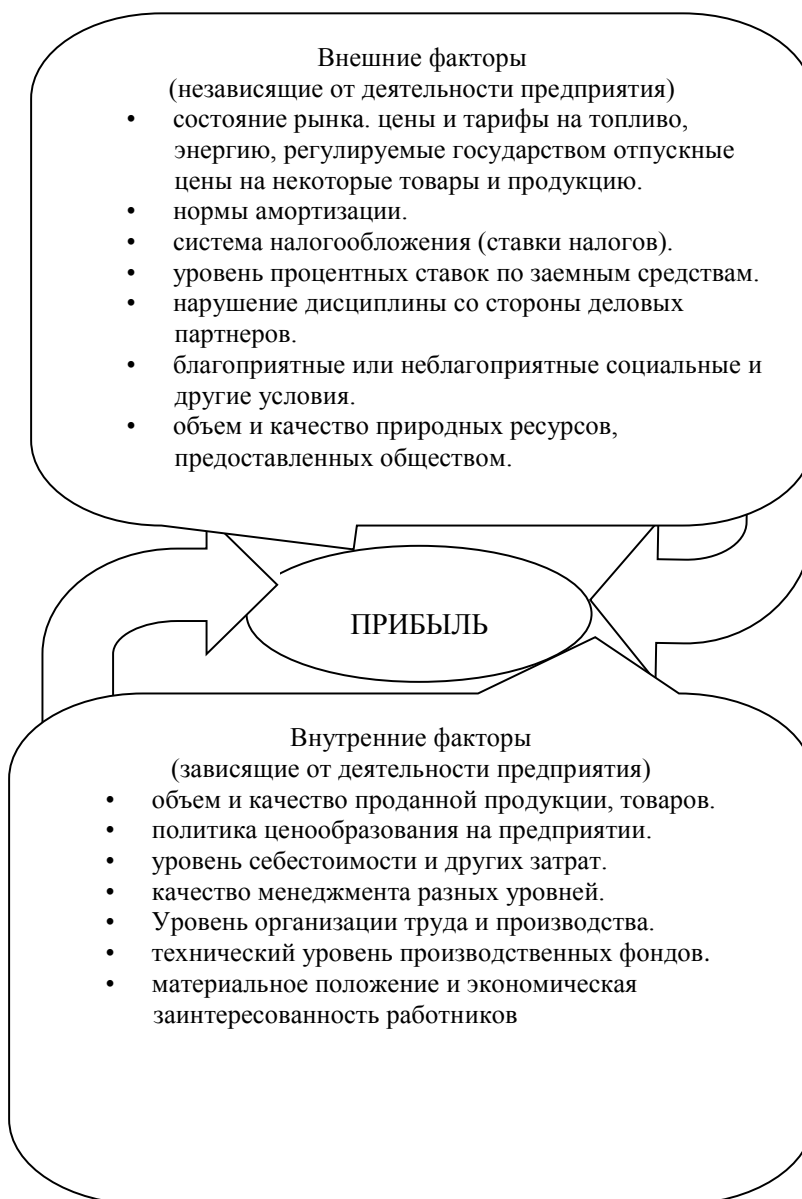


Рисунок И. 1 - Факторы, влияющие на прибыль ресторана

ПРИЛОЖЕНИЕ К

Таблица К.1 - Динамика показателей рентабельности ресторана

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.	Абс. Откл. (+,-)		Темп роста, %	
				2014г./2013г.	2015г./2014г.	2014г./2013г.	2015г./2014г.
1 Выручка от реализации товаров, работ, услуг, тыс. руб.	26122	31315	32891	5193	1575	119,88	105,03
2 Себестоимость товаров (работ, услуг), тыс. руб.	7955	9451	9119	1496	-332	118,81	96,49
3 Валовая прибыль, тыс. руб.	18167	21864	23770	3697	1907	120,35	108,72
4 Коммерческие расходы, тыс.руб.	13630	16038	16996	2408	958	117,67	105,97
5 Прибыль от продаж, тыс. руб.	4537	5826	6775	1289	949	128,41	116,29
6 Чистая прибыль, тыс. руб.	480	538	937	58	399	112,08	174,16
7 Рентабельность продаж, %	17,37	18,60	20,60	1,24	1,99	107,12	110,72
8 Чистая рентабельность, %	1,84	1,72	2,85	-0,12	1,13	93,50	165,82
9 Экономическая рентабельность, %	4,32	4,58	7,01	0,25	2,43	105,88	153,18
10 Рентабельность собственного капитала, %	58,6	76	96,1	17,4	20,1	129,69	126,45
11 Валовая рентабельность, %	69,55	69,82	72,27	0,27	2,45	100,39	103,52
12 Затратоотдача, %	21,02	22,86	25,94	1,84	3,09	108,74	113,50

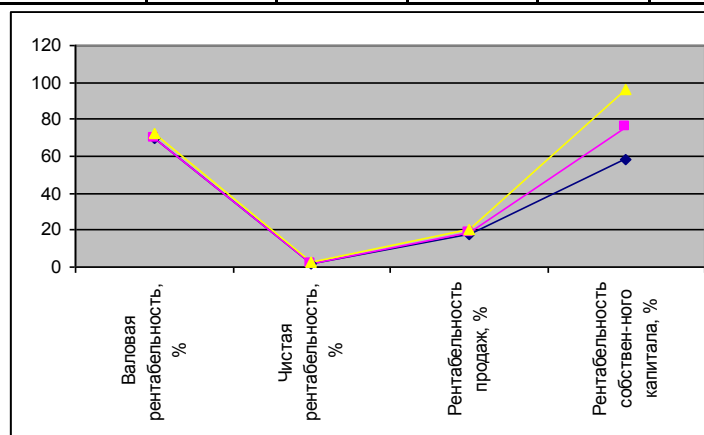


Рисунок К.1 – Динамика показателей рентабельности ресторана

ПРИЛОЖЕНИЕ Л

Таблица Л.1 – Экономический результат от внедренных мероприятий

Наименование мероприятий	Бюджет расходов, тыс. руб.	Влияние на прибыль, тыс. руб.
1 Увеличение товарооборота, тыс. руб. В том числе на рекламу, тыс. руб. Себестоимость продукции, тыс. руб.	- 339 -789	+ 7002
Програма «Энергосбережение» себестоимость внедрения, тыс. руб.	-18	+141,6
Увеличение оборачиваемости оборотных активов	-	+614,78
Итого:	1146	7758,38

Таблица Л.2 – Прогноз финансовых результатов деятельности ресторана в результате предлагаемых мероприятий

Показатели	2015год	Прогноз	Отклонение	
			+ / -	%
1 Выручка (нетто), тыс. руб.	32890	39468	+6578	120
2 Себестоимость, тыс. руб.	9119	9908	+789	108,7
3 Валовая прибыль, тыс. руб.	23771	29560	+5789	124,4
4 Коммерческие расходы, тыс. руб.	16996	17335	+339	102
5 Прибыль от продаж, тыс. руб.	6775	7758,38	983	114,5
6 Прочие доходы, тыс. руб.	63	63	-	100
7 Прочие расходы, тыс. руб.	1861	1879	18	100,9
8 Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	4977	5942,32	965,32	119,4
9 Текущий налог на прибыль	4040	4823,6	-	100
10 Чистая прибыль, тыс. руб.	937	1119	181,72	119,4
11 Рентабельность продаж, %	20,6	19,66	-0,94	95,4
12 Чистая рентабельность, %	2,85	2,83	-0,02	99,3
13 Экономическая рентабельность, %	7,01	7,98	0,97	113,8
14 Рентабельность собственного капитала, %	96,1	119	22,9	123,8
15 Валовая рентабельность, %	72,27	74,9	+2,63	103,6

ПРИЛОЖЕНИЕ М

ДИНАМИКА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ РЕСТОРАНА

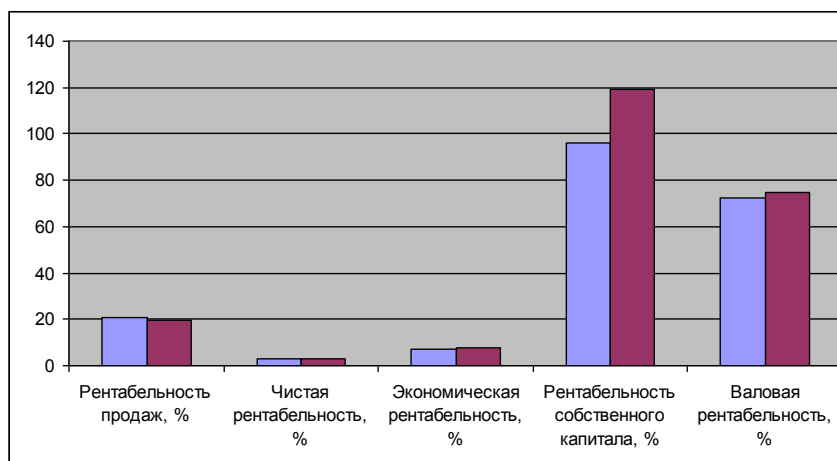


Рисунок 4.3 – Динамика показателей рентабельности ресторана в 2015г.- прогнозном году