**Содержание**

Введение …………………………………………………………………………..3

1.Сущность, характер, особенности организации хозяйственных связей с поставщиками …………………………………………………………………….5

2.Организационно-экономическая характеристика деятельности ООО «Альтернатива» ………………………………………………………………....12

3.Оценка эффективности организации хозяйственных связей с поставщиками товаров в ООО «Альтернатива» ……………………………………………….20

4.Направления совершенствования организации хозяйственных связей с поставщиками товаров ………………………………………………………..27

Заключение ……………………………………………………………………..30

Список использованной литературы

Приложения

Введение

Актуальность темы исследования определяется необходимостью в настоящее время в условиях рыночной экономики создания и поддержания рациональных и стабильных хозяйственных связей, необходимых для успешной работы предприятий и производящих и потребляющих товары или услуги. Развитие рынка страны опирается на многочисленные хозяйственные связи, которые устанавливаются между предприятиями, объединениями отраслей народного хозяйства с потребителями продукции.

В настоящее время благополучие и коммерческий успех любого торгового предприятия всецело зависят от того, насколько эффективна его деятельность, и она должна быть ориентирована только на прибыльное, рентабельное хозяйствование, так как предприятие несет всю полноту экономической ответственности за свои решения и действия.

Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров занимает особое место среди инструментов коммерческой деятельности предприятия, так как эта система представляет совокупность форм, методов и рычагов взаимодействия предприятия с потребителями продукции, выраженная в основной деятельности по формированию ассортимента товаров.

Операции по организации торговых процессов и управление ими с целью достижения высокой экономической эффективности работы предприятия связаны, прежде всего, с рациональной организацией хозяйственных связей с поставщиками товаров, которые способствуют планомерному развитию экономики, сбалансированности спроса и предложения, своевременной поставке продукции и товаров народного потребления покупателям. Поэтому на каждом торговом предприятии должна проводиться работа по изучению и поддержанию хозяйственных связей с поставщиками.

Целью данной курсовой работы является изучение организации хозяйственных связей предприятий питания с поставщиками товаров, подробное рассмотрение на примере ООО «Альтернатива».

Исходя из цели, в курсовой работе поставлены следующие задачи:

1. изучить сущность и особенности организации хозяйственных связей с поставщиками;
2. рассмотреть организационно-экономическую деятельность ООО «Альтернатива»;
3. изучить и оценить эффективность организации хозяйственных связей с поставщиками товаров в ООО «Альтернатива» за период 2004-2005гг.;
4. определить направления совершенствования организации хозяйственных связей с поставщиками товаров.

Теоретико-методологической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных учёных-экономистов; нормативно-правовые документы; статьи из периодической печати, посвященные проблемам развития хозяйственных связей; отчётные данные объекта исследования.

Структура курсовой работы сложилась из введения, четырёх глав и заключения.

**1.Сущность, характер, особенности организации хозяйственных связей с поставщиками**

Хозяйственные связи – это отношения, складывающиеся между поставщиками и покупателями в процессе поставок товаров. Сюда входят следующие отношения: экономические, организационные, коммерческие, административно-правовые, финансовые и др.

Со стороны торговли в хозяйственных связях участвуют торговые предприятия, оптовые и крупные розничные. От промышленности выступают производственные предприятия, объединения, комбинаты.

Система хозяйственных связей включает:

- участие торговых организаций в разработке промышленными предприятиями планов производства товаров посредством предоставления заявок и заказов;

- хозяйственные договоры;

- контроль соблюдения договорных обязательств;

- применение экономических санкций;

- участие в работе товарных бирж и оптовых ярмарок;

- проверку качества (экспертизу) поставляемых товаров;

- установление оптимальных финансовых взаимоотношений;

- применение административно-правовых норм и др.

До перестройки, при административно-командной системе управления экономикой организация хозяйственных связей по поставкам товаров подвергалась детальному государственному регулированию регламентированию. Государственное регулирование хозяйственных взаимоотношений поставщиков и покупателей по поставкам товаров было введено с самого начала развития централизованной административной системы экономики.

До 1959 г. в стране действовали многочисленные Основные условия поставки основных видов товаров. В 1959г. впервые были введены в действие Единые положения о поставках товаров народного потребления и о поставках продукции производственно-технического назначения, одновременно с которыми действовали и различные Особые условия поставки отдельных видов товаров. В 1969 и 1981гг. Положения о поставках были пересмотрены с целью большей регламентации условий поставок от поставщиков к покупателям, что существенно ограничило инициативу предприятий и организаций из-за невозможности самостоятельно решать вопросы, связанные с заключением договоров поставки. В Положениях господствовали нормы директивного характера, которые ограничивали выбор партнёра, возможности сторон оговаривать условия договора. Особые условия поставки также содержали множество обязательных при заключении и исполнении договора норм.

В 1988г. были утверждены Положение о поставках продукции производственно-технического назначения и Положение о поставках товаров народного потребления. С принятием этих Положений был сделан шаг в сторону развития рыночных отношений в организации хозяйственных связей между поставщиками и покупателями. Стороны, заключающие договор, получили возможность самостоятельно определять структуру хозяйственных связей, ассортимент товара, сроки и порядок поставки, качество доставки, качество товаров, во многих случаях цены. Но по мере перехода к рыночной экономике эти Положения утратили своё обязательное административно-регулирующее значение и стали играть роль вспомогательного, добровольно принятого консультативно-методического документа во взаимоотношениях между поставщиками и покупателями товаров.

Развитие рыночной экономики привело к значительному расширению самостоятельности и равноправию партнёров по договору, устранению излишней регламентации, повышению роли хозяйственного договора. Новые условия хозяйствования способствовали переходу от административно-командных методов управления к экономическим, от централизованного распределения ресурсов к свободной продаже товаров.

В условиях развитой рыночной экономики централизованное регулирование хозяйственных связей между поставщиками и покупателями уступает место самостоятельному установлению взаимоотношений между партнёрами. Хозяйственные связи между поставщиками и покупателями товаров требуют определённого государственного регулирования. В настоящее время основным нормативно-правовым документом для регулирования коммерческих взаимоотношений по поставкам товаров является Гражданский кодекс Российской Федерации, в котором излагаются общие положения договорного права, включающие понятия и условия договора, порядок разрешения преддоговорных споров, порядок изменения и расторжения договора, порядок обеспечения исполнения договорных обязательств и другие нормы договорного права.

Помимо Гражданского кодекса РФ, приняты и введены в действие ряд законов, указов, постановлений в области ценообразования, требований к качеству товаров и услуг. Приняты меры по пресечению недобросовестной конкуренции и монополистической деятельности на рынке. Установлены налоговые льготы, тарифы, стимулирующие отечественного производителя товаров и защищающие внутренний рынок от нежелательной или недоброкачественной продукции иностранного производства.

Коммерческим инструментом регулирования хозяйственных взаимоотношений между поставщиками и покупателями являются заявки, заказы – одна из форм хозяйственных связей. Заявка – документ торговых организаций, отражающий их потребность в товарах. В рыночных условиях заявка необходима поставщику товаров как документ, который информирует о выявленной потребности в товарах и ориентирует производителя на выпуск нужных покупателям товаров. Заказ – требование к поставщику изготовить и поставить в конкретные сроки определённые товары, необходимые для работы предприятия. Заказ на поставку товаров – это дальнейшая конкретизация заявки, где конкретным поставщикам сообщается развёрнутый ассортимент товаров, подлежащих поставке в предстоящий период. Предоставленный покупателем заказ служит основанием для определения условий договора, таких как количество, ассортимент, качество и сроки поставки. По сути, заказ правомерно рассматривать как преддоговорной документ.

Основным документом, определяющим права и обязанности сторон по организации поставки товаров и продукции материально-технического назначения, является договор. В п. 1 ст.420 Гражданского кодекса указано: «Договором признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей».

Основными целями заключения договора является:

* юридическое закрепление отношений между партнёрами, выполнение обязательств по которым защищает закон;
* определение порядка, способы, последовательности выполнения партнёрами своих обязательств;
* согласование последствий невыполнения партнёрами принятых на себя обязательств.

Сторонами договора могут быть физические и юридические лица. Обязательным условием является свобода в заключении договора. Граждане и юридические лица вступают в договорные отношения своей волей и в своём интересе. Стороны договора устанавливают свои права и обязанности и определяют любые не противоречащие законодательству условия договора. Условия договора определяются по усмотрению сторон. Исключение составляют те случаи, когда содержание определенного условия определено законом.

Договор вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента его заключения. Договор считается заключённым, если по всем существующим условиям достигнуто соглашение сторон. Договор заключается посредством направления оферты (предложения заключить договор) одной из сторон и её акцепта (принятия предложения) другой стороной.

Договор может быть заключен в любой форме, предусмотренной для совершения сделок, если законом для договоров данного вида не установлена определённая форма.

Договоры могут заключаться на 5, 3, 2 года, на год или на иной период. Для облегчения и ускорения оформления договорных отношений применяется пролонгация, т. е. продление договора.

Все договоры, принятые в Гражданском кодексе РФ классифицируются по следующим признакам:

* по распределению прав и обязанностей у договаривающихся сторон:

- односторонние договоры – одна сторона имеет только права, а другая только обязанности;

- двухсторонние договоры – каждая из сторон имеет по отношению к другой как права, так и обязанности;

- многосторонние договоры – участвуют три и более сторон;

* по наличию встречного исполнения:

- возмездные – сторона должна получать плату за исполнение своих обязанностей;

- безвозмездные – одна сторона обязуется предоставить что-либо другой стороне без получения платы;

* по необходимости при заключении договора передать имущество в натуре:

- реальные - помимо соглашения сторон по условию договора требуется выполнение конкретных действий;

- консенсуальные договоры - для вступления договора в силу не требуется ни чего, кроме соглашения по существующим условиям договора;

* по форме совершения:

- в письменной форме (простые, в нотариальной форме);

- в устной форме – не фиксируется письменно.

Основные виды договора, используемые в торговле:

* Договор поставки заключается между производителями и оптовыми, розничными предприятиями. Согласно договору поставки поставщик обязуется передать в обусловленные сроки закупленные, произведённые им товары покупателю для последующей продажи;
* Договор купли-продажи – согласно договора одна сторона (продавец) обязуется передать товар другой стороне (покупатель), а покупатель в свою очередь обязуется принять этот товар и оплатить за него определенную денежную сумму;

Эти договоры являются наиболее распространенным видом хозяйственных взаимоотношений между продавцами и покупателями товаров и услуг.

* Договор розничной купли-продажи – продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, обязуется покупателю товар, предназначенный для личного пользования, не связанного с предпринимательской деятельностью. Этот договор считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека;
* Договор контрактации – производитель сельскохозяйственной продукции обязуется передать выращенную продукцию заготовителю для последующей переработки или продажи;
* Договор комиссии – по договору одна сторона (комиссионер) обязуется по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение совершить одну или несколько посреднических сделок от своего имени, но за счет средств комитента;
* Договор консигнации – разновидность договора комиссии, по которому одна сторона (консигнант) представляет товар на склад другой стороны (консигнатора) с целью дальнейшей продажи. В этом договоре оговаривается срок консигнации (продажа в определенные сроки);
* Договор складского хранения – товарный склад (хранитель) обязуется за вознаграждение хранить товары, переданные ему владельцем этих товаров и возвратить их в сохранности по первому требованию владельца;
* Договор аренды – договор имущественного найма, по которому арендодатель обязуется предоставить арендатору имущество за плату во временное владение и во временное пользование;
* Трудовой договор (контракт) – соглашение между работником и работодателем, согласно которому работник обязуется выполнять работу по специальности, квалификации или должности с подчинением внутреннему трудовому распорядку, а работодатель обязуется выплачивать работнику заработную плату и обеспечивать условия труда;
* Договор на техническое обслуживание торгового оборудования;
* Договор на рекламу предприятия;
* Договор на предоставление автомобильных услуг.

Любой договор – это всегда юридический инструмент, поэтому его составление должно быть поручено компетентным лицам и обязательно проверятся юристом. При составлении договора необходимо уделять внимание структуре и содержанию договора. Любой надежный договор должен состоять из четырех частей:

1. Вводная часть договора состоит из реквизитов договора.

Реквизиты - данные, которые должны содержаться в документе для признания его действительным. К реквизитам договора относятся:

1. Наименование (название) договора, которое указывает на юридическую сущность документа. Заголовок должен соответствовать названию, предусмотренному законом для данного вида договора. Точное название договора сразу поясняет, о каких правоотношениях идёт речь.
2. Дата подписания (составления) договора. Она позволяет правильно определить момент заключения договора, начало течения срока по договору и установить окончание срока действия.
3. Место подписания (заключения) договора (город или населенный пункт). Место совершения сделки имеет большое юридическое значение.
4. Полные фирменные наименования контрагентов, под которыми они зарегистрированы в реестре государственной регистрации.
5. Название стороны далее по договору. Это необходимо для того, чтобы в тексте договора каждый раз не повторять полностью фирменное название сторон.
6. Подробное наименование должности, фамилия, имя, отчество лица, подписывающего договор. Договор имеет право заключать только руководитель предприятия или иное лицо, при наличии у него доверенности.
   1. Предмет договора. Права и обязанности сторон.

Данная часть договора содержит существенные условия договора:

1. Обязанности и права первой стороны по договору.
2. Обязанности и права второй стороны по договору.
3. Срок выполнения своих обязательств сторонами.
4. Место исполнения обязательств каждой из сторон (порядок действий, их последовательность и сроки).
   1. Дополнительные условия договора.

Стороны могут включать в договор любые дополнительные условия, не противоречащие законодательству. Это позволяет ограничить произвол сильной стороны при исполнении договора и способствует защите более слабой стороны. К дополнительным условиям можно отнести:

1. Срок действия договора.
2. Ответственность сторон. Это условие обеспечивает исполнение обязанностей сторонами в случае нарушения одной из них условий договора.
3. Способы обеспечения обязательств. Существуют четыре способа обеспечения обязательств: неустойка, залог, поручительство и задаток.
4. Условия о конфиденциальности информации по договору.
5. Порядок разрешения споров между сторонами по договору.
6. Прочие условия договора.
   1. Преддоговорная работа и ее результаты после подписания договора.
   2. Реквизиты сторон (почтовые реквизиты, адрес предприятия, банковские реквизиты сторон, отгрузочные реквизиты).
   3. Количество экземпляров договора.
   4. Порядок исправлений по тексту договора.
   5. Подписи сторон. Каждый договор должен быть подписан руководителем собственноручно полно и разборчиво.

Коммерческие работники должны обеспечивать своевременное и правильное заключение договоров с поставщиками и покупателями товаров, установление рациональных прямых договорных связей по поставкам товаров, как правило, на длительный срок и постоянный контроль за их исполнением.

Рациональные хозяйственные связи являются условием динамичного развития экономики и сбалансированности спроса и предложения, способствует своевременной поставке продукции и товаров народного потребления покупателям.

Торговые предприятия устанавливают связи в основном с местными поставщиками и снабженческо-сбытовыми посредниками. Поставщиками импортных товаров чаще всего являются перекупщики товаров - или посредники, или частные фирмы. При таких связях снижаются издержки предприятий розничной торговли, так как товар ввозится поставщиком в магазин, и предприятие не несет транспортных расходов, а оплата производится по мере реализации товара.

Новые условия хозяйствования, развитие и углубление товарно-денежных отношений, полного хозрасчета и самофинансирования способствовали появлению нового типа организации коммерческих отношений между поставщиками и покупателями товаров, открыли широкий простор коммерческой инициативе, самостоятельности и предприимчивости торговых работников. Без этих качеств в современных условиях нельзя успешно осуществлять коммерческую работу.

**2.Организационно-экономическая характеристика деятельности ООО «Альтернатива»**

Организацию хозяйственных связей с поставщиками товаров в курсовой работе я более детально рассмотрю на примере общества с ограниченной ответственностью «Альтернатива». Общество с ограниченной ответственностью «Альтернатива» создано как хозяйственное общество в соответствии с учредительным договором от 26 января 2001года, путём объединения вкладов сторон в целях осуществления хозяйственной деятельности и получения прибыли.

Деятельность общества с ограниченной ответственностью «Альтернатива» регулируется Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным Законом «Об обществах с ограниченной ответственностью», Законодательством Республики Коми, распоряжениями органов местного самоуправления, Учредительными документами общества с ограниченной ответственностью «Альтернатива» от 26 января 2001года (Приложение 1) и другими нормативными документами.

Местонахождение общества с ограниченной ответственностью «Альтернатива»: 169710, Республика Коми, город Усинск, улица 60 лет Октября, дом 8.

Основными видами деятельности ООО «Альтернатива» являются:

* организация культурно-массовых мероприятий и организация досуга населения;
* проектирование и внедрение новых технологий производства продуктов питания;
* организация кинопроката, а так же другие виды деятельности, предусмотренные Уставом «Альтернатива».

ООО «Альтернатива является юридическим лицом, имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, от своего имени заключает договоры, приобретает имущественные и неимущественные права, несёт ответственность, выступает истцом и ответчиком в суде.

Учредителями ООО «Альтернатива» на момент государственной регистрации являются следующие физические лица: Асмандияров Р.К., Калмыков Е.Н., Калмыков К.В., Исламова Р.К.

Уставный капитал ООО «Альтернатива» составляет на момент регистрации 10000 рублей, разделён на четыре доли. Участники общества имеют следующие доли в уставном капитале общества: Асмандияров Р.К. – доля в размере 26% Уставного капитала, Калмыков Е.Н. - доля в размере 26% Уставного капитала, Калмыков К.В. - доля в размере 24% Уставного капитала и Исламова Р.К. - доля в размере 24% Уставного капитала. Уставный капитал определяет минимальный размер его имущества, гарантирующего интересы кредиторов.

Общество самостоятельно планирует свою деятельность и определяет перспективы развития исходя из спроса на производимую продукцию, работы, услуги и необходимого обеспечения производственного и социального развития предприятия, роста прибыли. Основу планов составляют договора, заключённые заказчиками продукции, работ, услуг, в том числе с государственными органами и поставщиками материально – технических ресурсов. Общество реализует свою продукцию, работы, услуги, сырье и отходы производства по ценам и тарифам, устанавливаемым самостоятельно или на договорной основе.

Общество в установленном порядке ведёт учёт своей хозяйственной деятельности, составляет и предоставляет бухгалтерскую и статистическую отчетность.

Высшим органом управления является общее собрание его Участников. Единоличным исполнительным органом общества является директор, который избирается общим собранием на один год. На момент написания курсовой работы директором ООО «Альтернатива» является Асмандияров Р.К., один из учредителей общества.

Организационная структура управления «Альтернатива» линейно-функциональная (приложение 2). Она является эффективной, потому что отвечает необходимым показателям. В первую очередь тем, которые характеризуют эффективность системы управления: наблюдается увеличение объема выпуска продукции, увеличение прибыли, улучшение качества продукции.

Во-вторых, характеризующим содержание и организацию процесса управления, в том числе непосредственные результаты и затраты управленческого труда: расходы на содержание аппарата управления, содержание зданий и помещений, переподготовка и подготовка.

Данная организационная структура управления характеризуется производительностью аппарата управления, адаптивностью системы управления, оперативностью принятия решений, что в свою очередь говорит об эффективности данной организационной структуры управления.

Для оценки эффективности управления важное значение имеет определение соответствия системы управления и ее организационной структуры объекту управления. В данном случае – соответствует. Наблюдается сбалансированность состава функций и целей управления, соответствие численности и состава работников объему и сложности работ, мощности и быстродействие.

ООО «Альтернатива» делает упор на два метода управления: экономические и социально-психологические. Выбор в пользу этих методов сделан по причине небольшого размера организации и особенностей работающего коллектива. Именно вследствие верного и совместного труда всего персонала предприятие является прибыльным.

В ООО «Альтернатива» обязанности по оперативному управлению поделены между метрдотелем и заведующим производством. Эти люди постоянно согласовывают свои действия друг с другом. Метрдотель контролирует работу зала.

ООО «Альтернатива» является малым предприятием, следовательно, функции оперативного управления производством осуществляет заведующий производством. Он осуществляет координацию и контакты между производством и залом и служит источником информации, поступающей в подразделения или, наоборот, направляемой заказчикам через отдел сбыта.

Рентабельная работа предприятия, повышение качества торгового обслуживания населения, рациональная организация торгово-технологического процесса во многом зависят от их устройства, внутренней планировки и оборудования.

ООО «Альтернатива» арендует не жилое двухэтажное здание в центре города, здание находится в муниципальной собственности города. На первом этаже располагается бар, кинотеатр, зал игровых автоматов, бильярд. На втором этаже располагается ресторан на 80 посадочных мест. Режим работы заведения с 12.00 до 3.00часов. Это самое крупное культурно – развлекательное заведение города.

Главной задачей ООО "Альтернатива" является хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов персонала и интересов собственников имущества предприятия.

Состав и структура товарооборота ООО "Альтернатива" за период с 2003 по 2005 год представлены в таблице 1.

Таблица 1

Состав и структура товарооборота

(сумма – тыс. руб., уд. вес - %)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Товарные группы | Годы | | | | | | Темп измене-  ния, % |
| 2003 | | 2004 | | 2005 | |
| сумма | уд.вес | сумма | уд.вес | сумма | уд.вес |
| 1.Товарооборот | 35977 | 100 | 36130 | 100 | 29023 | 100 | 80,6 |
| В том числе |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.Продовольствен. товары | 35862 | 99,68 | 35906 | 99,38 | 28924 | 99,66 | 80,6 |
| 3.Непродовольствен. товары | 115 | 0,32 | 224 | 0,62 | 99 | 0,34 | 86,1 |

За анализируемый период общая величина товарооборота снизилась на 6954 тыс. руб. (на 80,6%), причем товарооборот по продовольственным товарам снизился на 6938 тыс. руб. (80,6%), а товарооборот по непродовольственным товарам на 16 тыс. руб. (86,1%).

Причем следует отметить снижение удельного веса товарооборота продовольственных товаров (хотя и незначительное) в общем, объеме товарооборота, так если на начало периода порядка – 99,68%, то на конец периода – 99,66%.

В основном больший удельный вес продовольственных товаров вызван тем обстоятельством, что ООО «Альтернатива» является предприятием общественного питания, а продажа непродовольственных товаров (зажигалки, пресса, сувениры) является сопутствующей основному направлению, деятельностью, и осуществляется на тех же рабочих площадях.

Проанализируем эффективность использования трудовых ресурсов в «ООО «Альтернатива». (Таблица 2)

Таблица 2

Эффективность использования трудовых ресурсов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Годы | | | Отклоне-ние,  (+,-) | Темп измене-ния,% |
| 2003 | 2004 | 2005 |
| 1.Объем товарооборота без НДС в тыс. руб., в текущих (сопоставимых) ценах | 35977,00 | 36130,00 | 29023,00 | -6954,00 | 80,67 |
| 2.Среднесписочная численность работников, чел. | 42,00 | 38,00 | 54,00 | 12,00 | 128,57 |
| 3.Фонд оплаты труда, тыс. руб. | 2772,80 | 3360,40 | 5874,40 | 3101,60 | 211,86 |
| 4.Уровень ФОТ в % к товарообороту, % | 7,71 | 9,30 | 20,24 | 12,53 | 262,62 |
| 5.Среднегодовая заработная плата на 1 работника всего, тыс. руб. | 66,02 | 88,43 | 108,79 | 42,77 | 164,78 |
| 6.Товарооборот на 1 рубль расходов на оплату труда, руб. | 12,97 | 10,75 | 4,94 | -8,03 | 38,08 |
| 7.Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. | 1396,00 | 11078,00 | -1196,00 | -2592,00 | -85,67 |
| 8.Валовой доход, тыс. руб. | 17814,00 | 29579,00 | 20102,00 | 2288,00 | 112,84 |
| 9.Валовой доход в расчете на 1 рубль расходов на оплату труда | 6,42 | 8,80 | 3,42 | -3,00 | 53,26 |
| 10.Приходится на 1 работника, тыс. руб.: |  |  |  |  |  |
| товарооборота | 856,60 | 950,79 | 537,46 | -319,13 | 62,74 |
| валового дохода | 424,14 | 778,39 | 372,26 | -51,88 | 87,77 |
| прибыли | 33,24 | 291,53 | -22,15 | -55,39 | -66,63 |

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о снижении эффективности использования трудовых ресурсов. Об этом обстоятельстве можно судить, прежде всего, по падению следующих показателей:

-товарооборота на 1 человека на 319,13 тыс. руб.

-валового дохода на 51,88 тыс. руб.

-чистой прибыли на 55,39 тыс. руб.

Помимо этого следует отметить увеличение фонда оплаты труда на 3101,6 тыс. руб., это вызвано тем, что численность персонала выросла на 12 человек. Средняя заработная плата увеличилась на 42,77 тыс. руб., или в 1,6 раза. Что свидетельствует об увеличении материальной обеспеченности работников. В то же время следует отметить негативный момент. Так, если на начало периода уровень фонда оплаты труда к товарообороту составлял 7,71%, то на конец периода – 20,24%, что свидетельствует об относительном перерасходе фонда оплаты труда. Также данный момент подтверждает снижение величины товарооборота приходящейся на 1 рубль фонда оплаты труда.

Проанализируем эффективность использования основных средств в ООО «Альтернатива». (Таблица 3)

Таблица 3

Эффективность использования основных средств

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Годы | | Отклонение,  (+,-) | Темп изменения,  % |
| 2004 | 2005 |
| 1.Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб. | 6042 | 12273 | 6231,00 | 203,13 |
| 2.Объем товарооборота без НДС в текущих (сопоставимых) ценах, тыс. руб. | 36130 | 29023 | -7107,00 | 80,33 |
| 3.Среднесписочная численность работников, чел. | 38 | 54 | 16,00 | 142,11 |
| 4.Чистая прибыль (убыток), тыс. руб. | 11078 | -1196 | -12274,00 | -10,80 |
| 5.Фондовооруженность, тыс. руб. чел | 6042,00 | 12273,00 | 6231,00 | 203,13 |
| 6.Фондоотдача | 5,98 | 2,36 | -3,62 | 39,55 |
| 7.Фондоемкость | 0,17 | 0,42 | 0,26 | 252,87 |
| 8.Уровень рентабельности, убыточности основных средств, % | 183,35 | -9,74 | -193,09 | -5,31 |

В отношении эффективности использования основных фондов на предприятии складывается довольно негативная картина, то есть снижается эффективность использования как основных средств в целом.

О снижении эффективности использования основных средств свидетельствует, прежде всего, снижение фондоотдачи на 3,62 руб. Данное обстоятельство особенно негативно на фоне увеличения обеспеченности предприятия основными фондами. Также снижение эффективности подтверждает рост коэффициента фондоемкости. Данное обстоятельство, прежде всего, вызвано тем, что темпы роста среднегодовой стоимости основных средств превышают темпы роста товарооборота.

В качестве еще одного негативного момента можно отметить снижение доходности основных фондов: рентабельность основных фондов снизилась в разы, это вызвано тем, что предприятие в отчетном году работало с убытками.

Таким образом, предприятию следует более тщательно контролировать величину основных средств, не допуская нерационального их увеличения.

На следующем этапе проанализируем эффективность использования оборотных средств ООО «Альтернатива». (Таблица 4.)

Таблица 4

Эффективность использования оборотных средств

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Годы | | Отклонение,  (+,-) | Темп изменения,  % |
| 2004 | 2005 |
| 1.Оборотные средства начало года, тыс. руб. | 13144 | 20950 | 7806 | 159,4 |
| 2.Оборотные средства конец года, тыс. руб. | 20950 | 20586 | -364 | 98,3 |
| 3.Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб. | 17047 | 20768 | 3721 | 121,8 |
| 4.Объем товарооборота без НДС в текущих (сопоставимых) ценах, тыс. руб. | 36130 | 29023 | -7107 | 80,3 |
| 5.Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. | 11078,00 | -1196,00 | -12274 | -10,8 |
| 6.Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, обороты | 1,7 | 1,4 | -0,3 | 82,4 |
| 7.Продолжительность одного оборота, дней | 212 | 257 | 45 | 121,2 |
| 8.Средние товарные запасы тыс. руб. | 3304 | 3525 | 221 | 106,7 |
| 9.Оборачиваемость товарных запасов, число оборотов | 11 | 8 | -3 | 72,7 |
| 10.Время обращения товаров, дни | 33 | 45 | 12 | 136,4 |
| 11.Прибыль в расчете на 1 оборот, тыс. руб. | 6516 | -854 | -7370 | -13,1 |
| 12.Уровень рентабельности убыточности оборотных средств, % | 65 | -5,8 | -70,8 | -8,9 |

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что эффективность использования оборотных средств на предприятии снижается, так количество оборотов снизилось на 1 оборот, и соответственно, количество дней в одном обороте увеличилось на 3 дня. Данное обстоятельство было вызвано тем, что темпы роста оборотных активов превышают темпы роста товарооборота. Снижение оборачиваемости оборотных активов свидетельствует о дополнительном отвлечении средств из оборота.

Одним из частных показателей оборачиваемости является показатель оборачиваемости товарных запасов. Следует отметить довольно значительное снижение данного показателя по отношению к началу анализируемого периода на 5 оборотов. При этом количество дней в одном периоде увеличилось на 5 дней.

Также к отрицательным моментам можно отнести снижение доходности оборотных средств на 16%.

То есть, на предприятии существует реальная угроза затоваривания, и руководству предприятия следует уделить особое внимание формированию товарных запасов, а также проводить работу по ликвидации залежалых и неходовых товаров.

По поводу эффективности деятельности предприятия в анализируемом периоде можно сделать следующие выводы.

В целом наблюдается рост всех абсолютных показателей характеризующих финансово-хозяйственную деятельность торгового предприятия. Однако можно выделить некоторые тревожные моменты.

Таким образом, можно сделать следующие выводы по проведенному анализу. Снижение чистой прибыли в основном было обусловлен отрицательным сальдо по внереализационным и операционным доходам и расходам, так как от основной деятельности финансовый результат уменьшился. В связи с тем, что основное негативное влияние здесь оказало увеличение издержек, руководству предприятия необходимо организовать более четкую систему контроля над издержками.

# 3.Оценка эффективности организации хозяйственных связей с поставщиками товаров в ООО «Альтернатива»

Источниками поступления потребительских товаров в ООО «Альтернатива» являются:

-сельскохозяйственные предприятия, местная перерабатывающая промышленность, индивидуальные производства;

-оптово-посреднические структуры;

-оптовые и оптово-розничные склады.

Особенностью деятельности рассматриваемого предприятия является, то, что оно расположено в северных районах республики Коми и поэтому круг местных поставщиков достаточно узок, так как в городе Усинск практически отсутствует перерабатывающая промышленность. Основными местными поставщиками продукции для ООО «Альтернатива» являются:

-ЧП Сазонов г. Усинск (пиво, сигареты, вода).

-ООО «Ассорти» г. Усинск (пиво, соки, сигареты, консервы).

-ООО «Алко – С» г. Усинск (пиво, соки, вода).

-ЧП Поляков г. Усинск (овощи, фрукты).

-ОАО «Хлебокомбинат» г. Усинск (хлебобулочные изделия).

-ООО «Усасельторг» г. Усинск (майонез, колбаса, копчености).

Источники товарного обеспечения определяются исходя из структуры конкретного рынка товаров, контингента покупателей, ассортимента товаров, товарооборачиваемости и финансовых возможностей торгового предприятия.

Так как, местный товарный рынок не может обеспечить предприятие всеми, необходимыми для его работы товарами, то основная часть поставок товаров, для обеспечения хозяйственной деятельности ООО «Альтернатива», приходится на иногородних поставщиков.

Выделим наиболее значимых из них:

-ООО «Торговая фирма Символ – С» г. Сыктывкар (алкогольная продукция).

-ООО «Ресурс» г. Ухта (алкогольная продукция).

-ООО «Ресторснаб» г. Москва (мясо и рыба глубокой заморозки).

-ООО «Ветком – Трейдинг» г. Москва (полуфабрикаты и сыры).

-ООО «Сухаревка» г. Москва (посуда, оборудование, инвентарь).

-ЗАО «КМК» г. Киров (молочные продукты».

-ЗАО «Кировский маргариновый завод» г. Киров (маргарин, жиры, растительное масло, майонез, горчица).

Так как транспортные расходы предприятия велики, то сегодня достаточно отчетливо прослеживаются растущие требования к рынку закупок, который представляют поставщики продукции. При рыночных отношениях соответствующим образом соединено воедино приобретение нужного товара, требуемого качества, в установленные сроки поставки, по приемлемой цене и у надежного поставщика. Определенное воздействие на рынок закупок оказывает переход от рынка продавца к рынку покупателя, сопровождающийся существенными изменениями в стратегии производства и реализации продукции. Приспособление к спросу покупателей в условиях рыночной конкуренции потребовало радикальных перемен в производстве товаров предприятиями-изготовителями. Это также отразилось на повышении качества обслуживания торговой сферы, прежде всего в сокращении времени выполнения заказов и соблюдении согласованных графиков поставки товаров. Фактор времени наряду с качеством и ценой товара становится определяющим в деятельности торгового предприятия.

Рост требований к реализации продукции вызывает адекватные требования к источникам закупки товаров. Непременным условием организации закупочной деятельности торгового предприятия является изучение рынка закупок. Для оценки реальных и потенциальных возможностей поставщиков в ООО «Альтернатива» используются следующие критерии:

* характер деятельности и возможности поставщика;
* конкурентное положение поставщика на рынке закупок товаров;
* процедура и порядок исполнения коммерческих сделок;
* вероятность обеспечения, необходимых, номенклатуры и объема продукции;
* условия, гарантирующие качество приобретаемого товара;
* адекватное сочетание цены и потребительских свойств товара;
* условия поставки товара: стабильность, периодичность, сроки;
* предусматриваемая форма платежа и способы расчетов.

Анализ поставщиков по приведенным критериям позволяет установить оправданные требования по закупке и поставке товаров в торговое предприятие.

Характеристика основных поставщиков предприятия были приведены выше.

Как видно из данных, ресторан ООО «Альтернатива» закупает почти все основные гастрономические продукты питания напрямую у иногородних поставщиков – изготовителей (кроме хлебобулочных изделий), а основную часть бакалейных товаров у оптовых фирм и частных предпринимателей, так же в основном иногородних.

Большое значение имеет проверка соблюдения договоров поставки товаров отдельными поставщиками.

Таблица 5

Анализ структуры поставок в ООО «Альтернатива»

(руб.)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Товарные группы | 2004 г. | 2005 г. | | | Отклонения | |
| План | Фактически | Выполнение плана, % | От плана, руб. | От 2004, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. Алкогольная продукция | 1199140,72 | 1403756,0 | 1414986,1 | 100,8 | 11230,0 | 215845,3 |
| 2. Пресса | 15601,3 | 20943,7 | 18409,53 | 87,9 | -2534,2 | 2808,2 |
| 3. Детское питание | 8869,4 | 9977,0 | 10465,89 | 104,9 | 488,9 | 1596,5 |
| 4. Драже, ирис, зефир | 79329,27 | 104125,2 | 93608,54 | 89,9 | -10516,6 | 14279,3 |
| 5. Кетчупы, соусы | 158694,7 | 180927,3 | 187259,75 | 103,5 | 6332,5 | 28565,1 |
| 6. Колбасные изделия | 1937090,05 | 2062965,9 | 2285766,3 | 110,8 | 222800,3 | 348676,2 |
| 7. Кондитерские товары | 349800 | 327850,7 | 412764 | 125,9 | 84913,3 | 62964,0 |
| 8. Конфеты в коробках | 231618,1 | 287694,1 | 273309,36 | 95 | -14384,7 | 41691,3 |
| 9. Конфеты весовые | 301697,58 | 350742,0 | 356003,14 | 101,5 | 5261,1 | 54305,6 |
| 10. Кофе (в зернах) | 1788,5 | 2791,6 | 2110,43 | 75,6 | -681,1 | 321,9 |
| 11. Кофе (растворимый) | 920287,8 | 1042168,5 | 1085939,6 | 104,2 | 43771,1 | 165651,8 |
| 12. Крупы весовые | 69216,24 | 80468,1 | 81675,16 | 101,5 | 1207,0 | 12458,9 |
| 13. Крупы фасованные | 16214,9 | 18757,0 | 19133,58 | 102,01 | 376,5 | 2918,7 |
| 14. Лимонады | 211594 | 243549,5 | 249680,92 | 102,52 | 6131,4 | 38086,9 |
| 15. Макароны весовые | 38562,89 | 44165,9 | 45504,21 | 103,03 | 1338,3 | 6941,3 |
| 16. Макароны фасованные | 136088,2 | 155085,9 | 160584,08 | 103,55 | 5498,2 | 24495,9 |
| 17. Масло подсолнечное | 145433,4 | 164911,1 | 171611,41 | 104,06 | 6700,3 | 26178,0 |
| 18. Молоко | 372605,7 | 420406,2 | 439674,73 | 104,58 | 19268,5 | 67069,0 |
| 19. Молочные продукты | 1313233,84 | 1474333,0 | 1549615,9 | 105,11 | 75282,9 | 236382,1 |
| 20. Мясные консервы | 289367,4 | 323248,9 | 341453,53 | 105,63 | 18204,6 | 52086,1 |
| 21. Мясные п/ф | 1046647,47 | 1163380,6 | 1235044 | 106,16 | 71663,4 | 188396,5 |
| 22. Мясо птицы замороженное | 537622,46 | 594610,7 | 634394,5 | 106,69 | 39783,8 | 96772,0 |
| 23. Овощные консервы | 178176,59 | 196083,0 | 210248,38 | 107,22 | 14165,4 | 32071,8 |
| 24. Орешки, чипсы,сухарики | 177856,61 | 194757,1 | 209870,8 | 107,76 | 15113,7 | 32014,2 |
| 25. Печенье, крекер, вафли | 323740,59 | 352739,7 | 382013,9 | 108,30 | 29274,2 | 58273,3 |
| 26. Пиво | 982653,9 | 1065348,5 | 1159531,6 | 108,84 | 94183,1 | 176877,7 |
| 27. Посуда, упаковка | 120098,99 | 129558,0 | 141716,81 | 109,38 | 12158,8 | 21617,8 |
| 28. Приправы, кубики, супы в пакетах | 204978,5 | 220022,6 | 241874,63 | 109,93 | 21852,0 | 36896,1 |
| 29. Продукты б/п | 201518,7 | 215232,7 | 237792,07 | 110,48 | 22559,4 | 36273,4 |
| 30. Рыба св/морож. | 94999,75 | 100960,0 | 112099,71 | 111,03 | 11139,7 | 17100,0 |
| 31. Рыба х/к, сол, рыбн.деликатесы, пресервы | 282167,27 | 298378,4 | 332957,38 | 111,59 | 34578,9 | 50790,1 |
| 34. Рыбные консервы | 244390,47 | 257145,5 | 288380,75 | 112,15 | 31235,2 | 43990,3 |
| 35. Сахар весовой | 365391,2 | 382548,7 | 431161,62 | 112,71 | 48612,9 | 65770,4 |
| 36. Сигареты | 905567 | 943372,5 | 1068569,1 | 113,27 | 125196,6 | 163002,1 |
| 37. Соки, Кола, Пепси | 473153,17 | 490454,0 | 558320,74 | 113,84 | 67866,7 | 85167,6 |
| 38. Торты, пирожное | 29023,18 | 29934,7 | 34247,35 | 114,41 | 4312,6 | 5224,2 |
| 39. Фруктовая консервация | 19145 | 19648,1 | 22591,1 | 114,98 | 2943,0 | 3446,1 |
| 40. Фрукты- овощи | 154134,54 | 157397,7 | 181878,76 | 115,55 | 24481,1 | 27744,2 |
| 41. Хлеб | 389771,45 | 396043,0 | 459930,31 | 116,13 | 63887,3 | 70158,9 |
| 42. Чай | 195155,9 | 197309,5 | 230283,96 | 116,71 | 32974,5 | 35128,1 |
| 43. Яйцо | 70306,59 | 70728,8 | 82961,78 | 100,30 | 12233,0 | 12655,2 |
| 44. Итого. | 14792733,32 | 16194521 | 17455425 | 107,79 | 1260903,8 | 2662692,0 |

Согласно данным таблицы 5 в ООО «Альтернатива» имеются следующие данные о поступлении товаров. План поступления выполнен по всем товарным группам, кроме групп «Пресса», «Конфеты в коробках» и «Кофе в зёрнах». В целом перевыполнение составило по сравнению с планом на 1260903,8 рублей или на 7,8 %. По сравнению с прошлым годом соответственно на 2662292,0 рублей или на 18%.

Особенно высокие темпы роста достигнуты по поступлению товарной группы "Кондитерские штучные товары" – 125,9% и прочие бакалейные и сопутствующие товары - (это товары длительного хранения, такие как сахар, крупа, сухофрукты, макаронные изделия, сигареты и др.), что привело к увеличению их остатков.

Для оценки поступления товаров в натуральном выражении в ООО «Альтернатива» составляют специальные аналитические таблицы, по данным которых можно изучить степень удовлетворения спроса покупателей на отдельные товары.

Большое значение имеет проверка соблюдения договоров поставки товаров отдельными поставщиками. Нарушений в выполнении договоров поставки по вине поставщиков (несвоевременное заключение договоров, нарушение договорных обязательств по объему, ассортименту, качеству товаров, нарушения графиков завоза товаров и другим условиям поставки) за отчетный год в ООО «Альтернатива» не наблюдалось.

Рынок закупок товаров отражает коммерческие интересы всех его участников. Закупки товаров торговым предприятием происходят у различных поставщиков и под влиянием большого числа переменных. В этой связи важное значение имеют расширение контактов и установление коммерческих связей между торговым предприятием и поставщиками. Суть их сводится к взаимовыгодным коммерческим сделкам и товарообменным операциям при купле-продаже товаров. Коммерческие сделки рассчитаны на закупаемую продукцию и определяются под влиянием конкретных признаков: традиционная или модифицированная продукция, степень ее новизны, стадия жизненного цикла товара, рыночная ситуация. Следовательно, сделки при закупке не являются неизменными и зависят от множества воздействующих факторов.

Оперативное управление товарными запасами позволяет решать вопросы формирования и поддержания ассортимента товаров на определенном уровне. При поиске ответов на эти вопросы большое значение имеет размер заказываемых партий товаров и периодичность заказов.

Перечислим основные факторы, влияющие на размер заказа:

* характеристика и величина спроса на определенный товар;
* правила размещения и хранения товарных запасов;
* ограничения, касающиеся финансовых расходов и системы  
  складирования;
* стратегия управления запасами.

Для рациональной организации товароснабжения в ООО «Альтернатива» необходимо четко соблюдать порядок представления заявок (приложение 3) и обоснование в них количества и ассортимента товаров. Ответственность за своевременное составление и представление заявки несет главный товаровед. Он осуществляет ежедневный контроль за наличием товаров на предприятии и соблюдением обязательного ассортиментного перечня.

Заявки составляются по установленной форме в двух экземплярах. В заявке указываются: наименование товара и краткая характеристика товара, единицы измерения, количество товаров к завозу, остаток единиц товара в ресторане, отметка базы об исполнении заявки. Заявку, составленную в двух экземплярах, подписывает директор ООО «Альтернатива», затем ее заверяют печатью и направляют в отдел снабжения для исполнения.

Частоту и оптимальные размеры завозимых партий товара определяют для того, чтобы обеспечить бесперебойную торговлю товарами соответствующего ассортимента при минимальных размерах товарных запасов. При определении частоты завоза товаров учитывают физико-химические свойства товаров, предельные сроки их реализации, среднедневной объем продажи, размеры установленных неснижаемых товарных запасов и другие факторы. Так, хлебобулочные изделия завозятся в ресторан, принадлежащий предприятию ежедневно, включая праздничные и выходные дни. Другие продовольственные товары, имеющие небольшие предельные сроки реализации - не реже чем через два-три дня. Продовольственные товары с длительными сроками реализации завозятся один раз в семь-десять дней.

Рациональное количество заказываемых товаров полностью обеспечивает устойчивость ассортимента и бесперебойную их реализацию до очередного завоза и вместе с тем, исключает образование излишних запасов. При определении этого количества учитывают частоту завоза товаров и среднедневную их реализацию, неснижаемые запасы и остатки товаров на день завоза.

Если составляется заявка на завоз товаров сложного ассортимента, то количество изделий заказывается с учетом в продаже их удельного веса, выявленного по данным изучения спроса.

Определяя потребность в завозе скоропортящихся товаров учитывается емкость имеющегося в ресторане холодильного оборудования.

Товары-новинки, которыми предприятие ранее не реализовывало и возможная среднедневная реализация которых неизвестна, для начала заказываются небольшими пробными партиями.

В основу расчетов потребности в транспортных средствах положены данные об объемах заявок розничных торговых точек, грузоподъемности используемых транспортных средств и среднем количестве рейдов.

ООО «Альтернатива» осуществляет закупку товаров или берет их на комиссию у оптовых продавцов, а также у производителей продукции. Взаимоотношения с ними оформляются договорами поставки, купли-продажи, комиссии. Как правило, торговые отношения ООО «Альтернатива» с контрагентами, расположенными вне территории одного региона (города), носят длительный характер и оформляются договором поставки. (Приложение 4). В договоре оговариваются условия и порядок промежуточных поставок (график поставок).

Приемка товара на складе осуществляется назначенными материально ответственными лицами.

Персоналу, ответственному за приемку товаров, сообщаются условия договора поставки товаров по прямым, длительным хозяйственным связям и передается согласованный график поставок. Если поставки товара осуществляются на основании заявок, то персонал информируется о заказанных товарах и сроках их поставки.

По договорам, оформляющим разовую сделку, персонал ставится в известность о наименовании товаров, которые необходимо принять, их количестве, качестве и комплектности, сроках приемки, виде сопроводительных документов. Собственно перечень этих сведений достато­чен для приемки товара.

Приемка товаров может осуществляться на территории (складе, базе) поставщика, на территории перевозчика (если перевозку осуществляет независимая транспортная организация) или на территории супермаркета.

Приемку товара на складе поставщика осуществляет материально ответственное лицо по доверенности, которая является подтверждением права на получение товаров.

Товары на территории предприятия имеют право принимать: заведующий складом (секцией, отделом) или кладовщик.

Обязанности этих работников по приемке товаров и условия ответственности закрепляются в договорах о материальной ответственности, должностных инструкциях и т. д.

Перед каждой поставкой товаров в ООО «Альтернатива» материально-ответственное лицо должно организовать подготовку подъездных путей, разгрузочных площадок, складских площадей под товары, а также необходимых документов.

Прием товаров осуществляется в соответствии с действующими нормативными актами, сопроводительными документами поставщика и др.

В основе приема товаров — сопроводительные документы. К таковым в первую очередь относится накладная (товарно-транспортная накладная и счет фактура).

Количественная и качественная приемка товаров, проверка их комплектности и маркировки, правильности цены, актирование недостач и дефектов и заявление рекламации поставщикам производятся в порядке и в сроки, предусмотренные законодательством РФ или договорами поставки.

При приемке товара в первую очередь проверяется соответствие количества товаров, указанных в договоре поставки и фактически поставленных.

Проверка количества товара в зависимости от того, в каких единицах оно выражается — весовых или объемных, — производится различными способами.

Если товар в сопроводительных документах выражен в весовых единицах, его количество устанавливается взвешиванием (установлением веса брутто и веса нетто). Проверка производится установлением соответствия отгруженного веса товара (установленного в пункте отправления и указанного в сопроводительном документе) и выгруженного (установленного в пункте назначения).

Если же товар выражен в договоре в объемных единицах, то проверка количества производится подсчетом числа выгруженных мест и его сопоставлением с отгруженным.

Следует отметить, что если в сопроводительных документах количество товаров указано в весовых и в объемных единицах, то при приемке проверяется и то, и другое.

Если товар находится в ненарушенной таре, то приемка может проводиться по количеству мест, массе брутто или по количеству товарных единиц и маркировке на таре.

Если проверка фактического наличия товара в таре не проводится, то об этом делается соответствующая отмет­ка в сопроводительном документе.

Приемка товара по качеству в настоящее время не отменена законодательством. Однако постепенно само по­нятие «качество» отходит в прошлое: концепция реформы торговли предполагает введение нового определения — «безопасность товаров».

Именно безопасность товаров и будет являться главным критерием их качества.

Пока же приемка по качеству осуществляется двумя способами:

-на основе документа, подтверждающего соответствие качества товара;

-путем проверки качества фактически поставленного товара в месте приемки.

Для продовольственных товаров обязательным является проверка сроков годности и реализации поставленных товаров — просроченные товары небезопасны для здоровья потребителей.

Относительно проверки комплектности товара следует отметить следующее. Понятие комплектности применяется по большей части к технически сложным изделиям, в частности к бытовой технике. Как уже отмечалось, такие товары редко предлагаются к реализации в ресторане ООО «Альтернатива». Однако если они все же там продаются, то, принимая товар, материально ответственное лицо обязано удостовериться, что поставленный товар соответствует этим условиям. Комплектность, как правило, проверяется путем установления наличия перечисленных составных частей товара (комплектующих изделий или узлов, пр.), указанных в договоре поставки, стандарте, техническом регламенте и т.п.

Проверка количества, качества и комплектности товара осуществляется двумя основными способами: сплошным и выборочным. Сплошной проверке обычно подвергают товары, поставляемые в таре или упаковке. Выборочной — товары, поставляемые навалом, а иногда — упакованные.

Как правило, выборочная проверка производится с условием распространения ее результатов на всю партию. Возможность или обязательность такой проверки должна быть предусмотрена условиями договора, стандартами, техническими условиями, иными обязательными правилами. Договором, в частности, устанавливается процентное соотношение партии товара, подвергающейся проверке.

В случае несогласия поставщика товаров с результатами проверки производится рассортировка и перевешива­ние всей партии.

Приемка товара может осуществляться:

-сторонами или их представителями совместно;

-сторонами или их представителями совместно с третьими лицами;

-указанной в договоре незаинтересованной третьей стороной.

В том случае, когда стороны определили, что приемка будет производиться в их присутствии, и одна из сторон не явилась, приемка может производиться в ее отсутствие, но в присутствии третьей, согласованной стороны.

Следует помнить, что при нарушении правил приема и сроков получатель товаров лишается возможности предъявления претензий поставщикам или транспортным организациям при недостаче или снижении качества товаров.

В случае несоответствия фактического наличия товаров или отклонения по качеству, установленному в дого­воре, или данным, указанным в сопроводительных документах, дальнейшая приемка товара приостанавливается и составляется акт, а в сопроводительных документах проставляется отметка об актировании, а поставщику направляется претензия.

Возврат товара поставщику при обнаружении брака в процессе реализации товара, при несоответствии товара стандарту или согласованному образцу по качеству, некомплектности товаров, осуществляется путем оформления расходной накладной. Условия возврата товара поставщику могут быть различны и оговариваются в договоре поставки.

Необходимо отметить, что если при приемке товаров выявлены излишки, по сравнению с указанным в сопроводительных документах количеством, то получатель вправе по своему усмотрению либо принять большее количество и оплатить его, либо принять и оплатить предусмотренное количество, отказавшись от излишков. О выявленных излишках также делается отметка в акте.

Приемка товаров оформляется по утвержденным унифицированным формам первичной учетной документации.

Транспорт играет важную роль для ООО «Альтернатива». Своего транспорта предприятие не имеет, поэтому для перевозки грузов на свой склад используется транспорт поставщика. Перевозка товаров на предприятие от иногородних поставщиков осуществляется исключительно железнодорожным транспортом.

Железнодорожный транспорт используется предприятием при поступление товаров с далёкого расстояния в контейнерах, то есть для транспортирования товаров в больших количествах. Главное достоинство железнодорожного транспорта в том, что средняя себестоимость железнодорожных перевозок значительно ниже, чем на автомобильном транспорте.

Основным документом, регламентирующим порядок перевозки грузов на железнодорожном транспорте, а также возникающие при этом хозяйственные отношения между органами транспорта, грузоотправителем и универмагом, является Устав железных дорог. Товары перевозятся грузовыми и пассажирскими поездами (грузобагаж).

На отправку груза грузоотправителем составляется железнодорожная накладная, которая является основным перевозочным документом. Грузы должны доставляться железной дорогой в установленные сроки, при исчислении которых основываются на нормативных скоростях доставки грузов. За просрочку доставки товара железная дорога уплачивает грузополучателю штраф. При определении стоимости перевозки груза пользуются тарифами на грузовые железнодорожные перевозки. В железнодорожный тариф входят платы, взимаемые за перевозку товара, а также сборы за дополнительные операции, связанные с перевозкой груза. Тарифная система предусматривает также штрафы за простой вагонов и задержку контейнеров.

При приемке груза от железной дороги в ООО «Альтернатива» проверяют прибывший товар, но при обнаружении неисправности вагона или повреждение пломбы, предприятие требует от станции составления коммерческого акта.

Для перевозки товаров от местных поставщиков в ООО «Альтернатива» используется транспорт поставщиков. Автомобильный транспорт используется для перевозки товаров преимущественно на короткие расстояния в пределах г. Усинска.

Главное преимущество автомобильного транспорта - скорость, хотя себестоимость его достаточно высока.

**4.Направления совершенствования организации хозяйственных связей с поставщиками товаров**

Одной из основных коммерческих функций является закупка товаров для их последующей реализации. Правильно организованная поставочная и закупочная работа не только способствует удовлетворению потребительского спроса, но и позволяет уменьшить вероятность коммерческого риска, связанного с отсутствием сбыта товаров.

Для решения этих задач работа по оптовым поставкам и закупкам товаров в ООО «Альтернатива» должна включать в себя следующие операции:

-изучение и прогнозирование покупательского спроса;

-определение потребности в товарах;

-выявление источников поступления товаров и выбор поставщиков;

-установление хозяйственных связей с поставщиками;

-контроль над исполнением договоров.

Принятие коммерческих решений по оптовым закупкам и поставкам товаров невозможно без изучения и прогнозирования покупательского спроса.

Поэтому изучение спроса требует комплексного подхода, позволяющего получить полную информацию о необходимых потребителю товарах и ценах, которые они готовы за них заплатить. Такая информация не только способствует изучению спроса, но и помогает выявлять тенденции его изменения и развития.

Существуют различные способы изучения и прогнозирования спроса, применяемые в торговле. Например, анализ показателей товарооборота, товарных запасов и товарооборачиваемости, а также реализованного и нереализованного спроса оптовых покупателей. Полезными могут оказаться данные опросов покупателей о приобретаемых ими товарах, пожелания и замечания по их качеству и ассортименту. Такие опросы по заказу оптовых организаций могут проводиться, например, в магазинах. Там же возможна организация презентаций новых товаров.

Полученные различными способами и систематизированные данные являются основой для определения потребности в товарах. При этом не только рассчитывается объем подлежащих закупке товаров, но и уточняется их ассортимент.

При проведении закупочной работы ООО «Альтернатива» должно исходить из возможности максимального использования товарных ресурсов региона, в котором они осуществляют свою деятельность. Для этого коммерческой службе необходимо владеть информацией о местных промышленных и сельскохозяйственных предприятиях (поставщиках-изготовителях) и производимых ими товарах (ассортименте, качестве, упаковке, ценах).

При выборе поставщиков-изготовителей важную роль играет не только то, какие товары они производят и продают в настоящее время, но и их возможности по усовершенствованию, а также выпуску новых товаров.

Чтобы закупать товары, которые не производят местные предприятия, коммерческим работникам необходимо постоянно анализировать рекламные объявления, в том числе и поставщиков-посредников, с предложениями оптовой продажи товаров.

Поиску поставщиков товаров способствует также посещение выставок новых товаров, оптовых ярмарок, оптовых рынков и товарных бирж. К важнейшим элементам закупочной работы относится установление хозяйственных связей с поставщиками товаров.

Управление товарными запасами всегда имеет целью их оптимизацию, т.е. обеспечение торговой организации товарами в таком ассортименте и в таких количествах, которые максимально соответствуют предвидимому спросу. Следовательно, и этой важнейшей управленческой функции предшествует изучение и прогнозирование возможностей рынка. Управлять товарными запасами - это значит планировать определенный объем и структуру запасов в соответствии с поставленными перед торговой организацией целями и контролировать, чтобы товарные запасы постоянно отвечали установленным критериям. Управление должно быть систематическим. Иными словами, должен быть предусмотрен некий организационный механизм, который сам по себе обеспечивал бы поддержание нужных товарных запасов. Вмешательство руководителя должно требоваться лишь тогда, когда этот механизм почему-либо не срабатывает, а также в исключительных случаях, которые не могли быть заблаговременно предусмотрены системой и программой.

Исходя из данных положений, для ООО «Альтернатива» необходимо постоянно контролировать ассортимент продаваемых товаров с точки зрения их спроса, и формировать повышенный уровень запасов на те товары, которые пользуются наиболее активным спросом, учитывать сезонность спроса на некоторые виды товаров, при необходимости создавать резервные запасы.

Вместе с тем, у ООО «Альтернатива» имеются излишки нереализованных запасов и превышение нормативных. В связи с этим руководству предприятия и товароведу надлежит провести инвентаризацию товарных запасов и проанализировать, за счет чего образовалось превышение.

Результаты анализа и учета товарных запасов могут использоваться для их планирования. Заметим, что директивного, обязательного планирования товарных запасов на торговых предприятиях не существует, однако средние и крупные торговые предприятия вынуждены постоянно следить за динамикой товарооборачиваемости, а, следовательно, планировать и нормировать товарные запасы, что является основой для разработки заказов на закупки товаров в ассортиментном количестве.

Кроме этого, весьма эффективным средством оптимизации товарных запасов является автоматизация их учета, которая позволяет своевременно определить недостаток или излишек определенных видов товаров и принять меры по их устранению. Использование в ООО «Альтернатива» специальных компьютерных программ позволит разработать стройную систему управления запасами.

В ООО «Альтернатива» использует сочетание централизованного и транзитного завоза, что является удобным для оптимизации доставки товаров в нужном количестве и в нужное время. Частота и оптимальные размеры завозимых партий определяют для того, чтобы обеспечить бесперебойную торговлю товарами соответствующего ассортимента при минимальных размерах товарных запасов. Увеличение частоты завоза товаров и количества разновидностей, завозимых в среднем в одной партии, оказывает влияние на уменьшение запаса текущего пополнения. И наоборот, их уменьшение приводит к соответствующему росту запасов текущего пополнения и его общей величины. ООО «Альтернатива», принимая решения об изменении норматива запасов по ресторану, должно предусматривать соответствующие изменения условий поставки товаров - частоты и комплектности завоза. Если при изменении необходимой величины не вносятся соответствующие коррективы в условия поставки товаров, то это приводит к формированию фактических запасов без учета их рекомендуемой величины.

На практике возможно, в зависимости от соотношения расходов по доставке и хранению товаров, определять меры по улучшению размещения запасов в каналах торговли. Товарные запасы должны быть минимальными, если расходы по хранению намного превышают издержки по их транспортировке, и наоборот, единовременный завоз необходимо предусматривать в большем размере, если транспортные издержки намного выше расходов по хранению.

Примерные рекомендованные запасы по подразделениям и доля этих подразделений общем товарообороте позволяют установить общий размер запасов по предприятию в целом. Намечаемую величину запасов необходимо тщательно анализировать и при необходимости корректировать.

Кроме того, необходимо учитывать равномерность завоза товаров по периодам года. Исследования внутригодичного товарооборота показывают, что он колеблется по месяцам в значительной степени в зависимости от поступления товаров. Изменение внутригодичных оборотов под влиянием покупательных фондов населения и особенностей спроса - нормальное явление. А колебания оборота в результате неравномерного завоза товаров свидетельствуют о неудовлетворительной работе торгового отдела головного предприятия и недостатках в организации торговли. Поэтому при внутригодичном планировании нужно предусмотреть меры по обеспечению более ритмичного завоза товаров в соответствии с особенностями покупательского спроса населения в отдельные периоды года. Поступление товаров на протяжении года должно быть подчинено задаче наилучшего удовлетворения потребностей населения, т.к. это является основой увеличения товарооборота.

**Заключение**

Таким образом, в процессе данной работы было исследовано значение хозяйственных связей с поставщиками в формировании ассортимента товаров торгового предприятия на примере ООО «Альтернатива».

Предметом деятельности ООО «Альтернатива» является торговля и общественное питание.

В ходе исследования установлено, что постоянное превышение уровня товарных запасов приводит к большому периоду оборачиваемости товаров, к повышению затрат на хранение. Такое положение может привести к затовариванию и, в конечном итоге нарушению сроков реализации и списанию товаров, что увеличит убытки предприятия.

Основными направлениями по улучшению товароснабжения, а значит, повышению уровня реализации товаров и доходов от торговой деятельности исследуемого предприятия должны быть следующие:

1. Увеличение объема прямых закупок непосредственно у предприятий-производителей товаров. Постоянные и длительные связи с такими поставщиками, как ЗАО «Кировский молочный комбинат», ОАО «Кировский мясокомбинат», дает возможность ООО «Альтернатива» иметь всегда в продаже свежую продукцию, а также дает возможность поддерживать в течение дня полный ассортимент, т.к. обеспечена оперативность поставки.
2. Приведение уровня торгового обслуживания в соответствие с требованиями покупателей повысит имидж торговой марки и привлечет в ресторан большее число клиентов, что, в свою очередь, увеличит товарооборот, а, следовательно, и прибыль предприятия.
3. Расширение и обновление ассортимента товаров в соответствии с запросами покупателей, использование в текущей деятельности маркетингового инструментария, осуществление рекламной и информационной деятельности предприятия в целом позволит расширить рынок сбыта и увеличить прибыль.
4. Предприятию необходим глубокий анализ товарных запасов и оборачиваемости, выявление соответствия их нормативам, выявление и расчет факторов, повлиявших на изменение товарных запасов и по итогам экономического анализа разработка конкретных мероприятий по нормализации товарных запасов и ускорению оборачиваемости.
5. В результате анализа необходимо четко установить, какие факторы оказали влияние на формирование и развитие товарных запасов, обеспечивают ли бесперебойную продажу товаров имеющиеся товарные запасы; соответствует ли фактический ассортимент товарных запасов покупательскому спросу и др.

Руководство предприятия должно оценить, какой минимально необходимый товарооборот по отдельным подразделениям и их совокупности позволяет обеспечивать получение прибыли и не иметь убытков.

Обязательно необходимо постоянно изучать спрос по каждой группе товаров. Если спрос на данный товар меньше, чем объем товарооборота, обеспечивающий безубыточность, то процесс реализации не будет самоокупаемым.

Таким образом, предприятию для эффективной деятельности в ближайшее время необходимо постоянно совершенствовать организацию работы по реализации продукции.

**Список использованной литературы**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая: Официальный текст по состоянию на 1 ноября 2000 г. - М.:НОРМА – ИНФРА-М, 2000. - 372с.
2. Российская Федерация. Правительство. Об обществах с ограниченной ответственностью: Федеральный закон от 17 июля 1999г. № 14-ФЗ// Российская газета – 1998.- 17 февр. - С.3-6
3. Т.И. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания: Учебное пособие./ Т.И., Мачабели М.Ш. – М.: Дашков и Ко, 2007. – 272с.
4. Грибов В.Д. Экономика предприятия: Учебник. Практикум. – 3-е изд. /Грибов В.Д., Грузинов В.П.. – М.: Финансы и статистика, 2006. -336с
5. Баканов М. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. - М.: Экономика, 1999.
6. Балабанов И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. - М.: Финансы и статистика, 1994.
7. Бухгалтерский учет/Под ред. Безруких П.С. - М.: Бухгалтерский  
   учет, 1996.
8. Валович Р. П., Давыдова Г. А. Экономика торгового предприятия: Учебное пособие. - Мн.: Высшая школа, 1996.
9. Ворст И., Ревентлоу П. Экономика фирмы: Учебник. - М.: Высшая школа, 1994.
10. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли: Учебник. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 1999.
11. Демин К.С. Маркетинг в торговле - в чем специфика?//Современная торговля. - 2000. - № 10. - С. 6-11.
12. Ковалев А.И., Привалов В.И. Анализ финансового состояния предприятия. - М.: Центр экономики и маркетинга, 1997.
13. Козлов В. Д. Управление организацией. - М.: Экономика, 1990.
14. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учебник. - Мн.: Высшая школа, 1995.
15. Новиков О.А., Мясникова Л.А. Закупка и формирование товарного ассортимента // Современная торговля. - 2000. - № 12. - С. 2-5.
16. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.
17. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 1997.
18. Раицкий К.А. Экономика предприятия: Учебник для вузов. - Изд.  
    2-е. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000.
19. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия:  
    Учеб. пособие. - Мн.: Новое знание, 1999.
20. Экономика и организация деятельности торгового предприятия:  
    Учебник / Под общ. ред. А.Н.Саломатина. - М.: ИНФРА-М, 2001.
21. Экономика торгового предприятия : Учебник / Под ред. А.Гребнева. М.: Экономика, 1996.

**Приложение 2**

Организационная структура ООО «Альтернатива»

Общее собрание уча стников

Главный бухгалтер

Директор

Инженер-технолог

Менеджер по закупкам

Администратор

Заведующий производством

Официанты,

бармены

#### Шеф-повар

Бригада поваров