# 

# Содержание

[Введение 3](#_Toc255427746)

[1 Теоретические основы товароснабжения предприятий общественного питания 5](#_Toc255427747)

[1.1 Сущность предприятия общественного питания 5](#_Toc255427748)

[1.2 Товароснабжение предприятий общественного питания 13](#_Toc255427749)

[2 Анализ процесса товароснабжения предприятий общественного питания ООО «Верона» 16](#_Toc255427750)

[2.1 Характеристика предприятия общественного питания 16](#_Toc255427751)

[2.2 Организация товароснабжения на ООО «Верона» 22](#_Toc255427752)

[3 Совершенствование процесса товароснабжения предприятия ООО «Верона» 28](#_Toc255427753)

[Заключение 31](#_Toc255427754)

[Список использованной литературы 32](#_Toc255427755)

# 

# Введение

Актуальность темы. В период реформирования экономики Республики Беларусь в организации товароснабжения произошли существенные изменения, которые проявились в трансформации принципов организации коммерческой деятельности и каналов продвижения товаров на рынок, повышении роли продовольственных, непродовольственных и смешанных рынков в обеспечении населения товарами, а также в изменении структуры оборота оптовой, розничной торговли и предприятий общественного питания, состава участников процесса товароснабжения.

Усиление конкуренции на рынке товаров и услуг, нестабильность налогового законодательства, снижение платежеспособности обслуживаемого населения, ухудшение материально-технической базы кооперативных организаций требуют повышенного внимания к совершенствованию процесса товароснабжения предприятий общественного питания.

Проблемы организации товароснабжения предприятий общественного питания в условиях рыночной экономики исследованы недостаточно. Требуются разработка комплексного подхода к оценке товароснабжения общественного питания и обоснование рекомендаций по его совершенствованию в современных условиях.

Предметом исследования является система товароснабжения предприятия общественного питания.

Объектом исследования избрана организация общественного питания ООО «Верона».

Целью курсовой работы является разработка и обоснование направлений совершенствования товароснабжения предприятия общественного питания ООО «Верона».

Для реализации поставленной цели необходимо решить ряд задач:

* рассмотреть теоретические основы товароснабжения предприятий общественного питания;
* рассмотреть сущность предприятия общественного питания;
* изучить товароснабжение предприятий общественного питания ;
* провести анализ процесса товароснабжения предприятия общественного питания;
* представить характеристику предприятия общественного питания;
* рассмотреть организацию товароснабжения на ООО «Верона»;
* предложить совершенствование процесса товароснабжения предприятия ООО «Верона».

Теоретическую и методологическую основу работы составили отдельные положения экономической теории, экономические законы, методы анализа, прогнозирования и моделирования экономических процессов. В ходе исследования использованы общенаучные методы теоретического и эмпирического познания: индукция и дедукция, анализ и синтез.

# Теоретические основы товароснабжения предприятий общественного питания

## Сущность предприятия общественного питания

Общественное питание играет все возрастающую роль в жизни современного общества. Это обеспечивается, прежде всего, изменением технологий переработки продуктов питания, развитием коммуникаций, средств доставки продукции и сырья, интенсификацией многих производственных процессов. По международным документам термин "общественное питание" характеризуется такими различными определениями, как "методы приготовления большого количества пиши, выполняемые без предварительной договоренности с потребителем", или как любые "виды питания, организованного вне дома". Во всем мире предприятия общественного питания принадлежат либо государственному, либо частному сектору. Государственный сектор общественного питания включает в себя учреждения питания для детей, дошкольников, школьников, военнослужащих, лиц, находящихся в заключении, людей пожилого возраста и лиц, находящихся на лечении в больнице, а также столовые для людей, занятых на службе в государственном секторе. Частный сектор также может включать в себя многие из перечисленных выше предприятий, а также рестораны и другие виды торговых точек, приносящих доход. Этот сектор включает также предприятия, которые производят готовую к употреблению пищу, продаваемую через любой из вышеперечисленных каналов. [5, с.90]

Ввиду быстрого развития в последние годы сети общественного питания некоторые информационные области в данном секторе услуг не получили должного внимания и данные о состоянии этой группы объектов достаточно разнородны, иногда - противоречивы. Вместе с тем, общественное питание является одним из важнейших факторов, дающих интегральную оценку социально-экономического уровня общества и понимание его состояния необходимо для формирования перспективных планов, как для представителей отрасли, так и для организаций, осуществляющих надзор за объектами этой отрасли.

Система организованного (общественного) питания в Республике Беларусь имеет давние традиции. До конца восьмидесятых годов прошлого столетия система общественного питания в Республике Беларусь представляла собой весьма однородную массу предприятий, предоставляющих, как правило, социально - ориентированные услуги. Это были, прежде всего, столовые предприятий, а так же школ, лечебных, санаторно-курортных и детских учреждений. В плановом хозяйстве советского периода открытые предприятия также во многом носили социально-ориентированный характер и только в незначительной части являлись культурно-развлекательными заведениями. Единичные точки общественного питания, рассматривались как предприятия с «высокой кухней». В систему общественного питания советского периода входили также различные «экзотические» точки питания, связанные с системой хозяйствования - например «полевые станы». Система быстрого обслуживания состояла из баров и кафетериев с весьма узким диапазоном предлагаемых продуктов. Структура и размещение общепитовских точек определялась системой СНиПов, которые формировали практически все: где размещать точку, какое количество помещений и их площадь, виды и типы оборудования. Широкое распространение получили типовые проекты, которые во многом упрощали решение вопросов проектирования и строительства предприятий общепита. [1, с.50]

Определенной спецификой советской системы общественного питания являлось одномоментное обслуживание значительных масс населения в промышленности и сельском хозяйстве. При этом питание осуществлялось по льготным ценам или бесплатно. Отрицательным моментом данной системы была вынужденная ограниченность в выборе блюд, Вместе с тем, несомненным положительным моментом существовавшей системы являлась возможность существования на базе столовых специализированного профилактического и диетического питания в виде отдельных залов или столов. В тот период предприятия общественного питания активно занимались выездной (вывозной) реализацией готовой продукции, что так же создавало определенные эпидемиологические проблемы.

По мере развития общества питание все больше начинает носить общественно организованный характер, т.е. развивается общественное питание. Общественное питание - это вид деятельности, связанный с производством, переработкой, реализацией и организацией потребления продуктов питания и оказанием услуг населению. Социально - экономическое значение общественного питания выражается в создании условий для роста производительности и улучшения организации труда благодаря предоставлению полноценного горячего питания по месту работы и учёбы населения; в обеспечении экономии общественного труда и средств; в создании предпосылок для увеличения свободного времени членов общества, особенно женщин. Следует отметить различия понятий «сфера общественного питания» и «отрасль общественного питания». Сфера общественного питания включает все организационные формы массового питания (в детских домах, дошкольных учреждениях, больницах, на предприятиях общественно питания различных форм собственности и др.), задачами которых являются восстановление и поддержание на должном уровне здоровья людей. Общественное питание можно также рассматривать как отрасль, главной целью которой является предоставление услуг населению в форме общественно организованного питания в обмен на его денежные доходы. Для отрасли общественного питания характерна общность материально-технической базы, торгово-технологической и организационно-экономической структур. [3, с.65]

Отрасли общественно питания свойственно сочетание трёх функций: производство готовой пищи; её реализация; организация потребления. Исходной является функция производства, затраты труда на которую составляют 70-90% всех затрат труда в отрасли. В процессе производства на предприятиях общественного питания создаётся новый продукт. Собственная продукция общественного питания поступает в реализацию с новыми потребительными свойствами и дополнительной стоимостью. Питание является формой потребления. По сочетанию функций предприятия питания отличаются от всех отраслей, в частности, от торговли и пищевой промышленности. Предприятия пищевой промышленности изготавливают продукты питания, однако, как правило, использовать их можно после дополнительной технологической обработки. Продукция общественного питания не подлежит длительному хранению и транспортировке, что требует организации потребления её на месте. Но в последние годы на предприятиях питания стали активно заниматься выпуском полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий, других видов продукции и реализацией их в розничную торговую сеть в порядке оптового отпуска.

Тип предприятия общественного питания - вид предприятия с характерными особенностями кулинарной продукции и номенклатуры предоставляемых услуг потребителям. Основные типы предприятий общественного питания - это рестораны, бары, столовые, кафе, закусочные. Классификация предприятий общественного питания зависит от таких факторов, как: ассортимент реализуемой продукции и сложность ее приготовления, техническая оснащенность предприятия общественного питания, квалификация персонала, качество и методы обслуживания, виды предоставляемых услуг. [13, с.114]

В зависимости от выполняемых функций предприятия общественного питания классифицируют на заготовочные, доготовочные, предприятия, работающие с полным производственным циклом (на сырье), предприятия-раздаточные. Предприятия-раздаточные можно условно отнести к доготовочным.

Заготовочные предприятия общественного питания. Они вырабатывают кулинарные полуфабрикаты различной степени готовности, готовые блюда, кулинарные и кондитерские изделия. Основные типы заготовочных предприятий - фабрика полуфабрикатов и кулинарных изделий, специализированные цехи, предприятие полуфабрикатов и кулинарных изделий.

Доготовочные предприятия и предприятия с полным производственным циклом. Эти предприятия различаются по типам в зависимости от ассортимента реализуемой продукции, характера и объема, предоставляемых потребителям услуг, методов и форм обслуживания. К основным типам таких предприятий относятся столовые, рестораны, кафе, закусочные, магазины (отделы) кулинарии и бары.

К основным типам таких предприятий относятся столовые, рестораны, кафе, закусочные, магазины (отделы) кулинарии и бары.

По ассортименту выпускаемой продукции предприятия общественного питания делятся на универсальные и специализированные. Универсальные предприятия выпускают разнообразные блюда из многих видов сырья. Специализированные предприятия осуществляют производство и реализацию продукции из определенного вида сырья - кафе-молочные, кафе-кондитерские; рыбные столовые, рестораны; осуществляют производство однородной продукции - рестораны, кафе с национальной кухней, диетические столовые. Узкоспециализированные предприятия выпускают продукцию узкого ассортимента - шашлычные, пельменные, вареничные, чебуречные и т. д. [15, с.42]

Фабрика - заготовочная - это крупное механизированное предприятие, предназначенное для производства полуфабрикатов, кулинарных, кондитерских изделий и снабжения ими других предприятий общественного питания и предприятий розничной сети. Мощность заготовочной фабрики-кухни определяется тоннами перерабатываемого сырья в сутки.

Комбинат полуфабрикатов отличается от фабрики – заготовочной тем, что выпускает только полуфабрикаты из мяса, птицы, рыбы, картофеля и овощей и большей мощности. Мощность такого предприятия проектируется до 30 т перерабатываемого сырья в сутки.

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

Ресторан - предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные, винно-водочные, табачные и кондитерские изделия, с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией досуга. В зависимости от качества предоставляемых услуг, уровня и условий обслуживания рестораны делятся на классы: люкс, высший и первый.

Бар - предприятие общественного питания с барной стойкой, реализующее смешанные напитки, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, закуски, десерты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары. Бары подразделяют на классы: люкс, высший и первый. [18, с.87]

Закусочная - предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления для быстрого обслуживания потребителей. Услуга питания закусочной зависит от специализации.

Чайная - специализированная закусочная, предприятие, предназначенное для приготовления и реализации в широком ассортименте чая и мучных кондитерских изделий. Кроме того, в меню чайных включают горячие вторые блюда из рыбы, мяса, овощей, ветчины и др.

Шашлычная - распространенный вид специализированного предприятия. В меню шашлычной не менее трех-четырех наименований шашлыков с разными гарнирами и соусами, а также люля-кебаб, чахохбили, из первых блюд-харчо и другие национальные блюда, пользующиеся большим спросом у посетителей. Обслуживают посетителей в шашлычных, как правило, официанты. В остальных закусочных применяется самообслуживание.

Пирожковые предназначены для приготовления и реализации жаренных и печеных пирожков, кулебяк, расстегаев и других изделий из различных видов теста.

Пиццерия предназначена для приготовления и реализации пиццы с различными начинками. При самообслуживании раздатчик готовит пиццу в присутствии посетителя, используя соответствующее оборудование для приготовления. В пиццерии может быть обслуживание официантами.

Блинные специализируются на приготовлении и реализации изделий из жидкого теста - блинов, блинчиков, оладий, блинчиков фаршированных с различными фаршами. Разнообразят подачу этих изделий сметаной, икрой, повидлом, вареньем и др.

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

Кафе. Обязательные требования:

* вывеска обычная;
* оформление залов и помещений с использованием декоративных элементов, создающих единство стиля;
* система вентиляции, обеспечивающая допустимые параметры температуры и влажности;
* мебель стандартная, соответствующая интерьеру помещений;
* столы с полиэфирным покрытием;
* металлическая посуда и столовые приборы из нержавеющей стали;
* полуфарфоровая, фаянсовая посуда;
* сортовая стеклянная посуда без рисунка;
* салфетки полотняные индивидуального пользования;
* меню и прейскурант с эмблемой предприятия на национальном и русском языках оформленное машинописным или другим способом;
* разнообразный ассортимент блюд, изделий и напитков, в т.ч. фирменных, заказных и с учетом специализации;
* обслуживание официантами, барменами, метрдотелями или самообслуживание;
* наличие у обслуживающего персонала санитарной одежды. [20, с.93]

Наиболее распространёнными предприятиями общественного питания являются рестораны, кафе, бары, столовые, закусочные. Они могут работать на сырье или полуфабрикатах, быть в системе управления структурного образования или самостоятельными с любой формой собственности. Предприятиям этого типа предъявляется достаточно определённые и жёсткие требования. Они касаются внешнего вида предприятия, оформления залов и помещений для потребителей, наличия эстрады и танцевальной площадки, банкетного зала или кабинетов, микроклимата, мебели, столовой посуды и приборов, столового белья, меню и ассортимента собственной продукции и покупных товаров, методов обслуживания потребителей, одежды и обуви, музыкального обслуживания. Характерной особенностью внешнего вида предприятия общественного питания является вывеска. Она должна иметь следующую информацию: тип предприятия, класс, форму организации его деятельности, фирменное название, местонахождение собственника (адрес юридического лица), информацию о режиме работы и оказываемых услугах. Для ресторанов и баров оформление вывески должно сопровождаться элементами световой рекламы; для кафе, столовых и закусочных - обычное. Особое внимание на предприятиях общественного питания уделяется торговому залу, т.е. специально оборудованному помещению, предназначенному для реализации и организации потребления готовой кулинарной продукции. Обслуживание потребителей в залах предприятий общественного питания может осуществляться двумя методами: обслуживание официантом, барменом, буфетчиком, продавцом или самообслуживание. Для отпуска пищи любым из этих методов организуется специальные раздачи. Раздача представляет собой специально оборудованное помещение, часть зала или производственного помещения предприятия, предназначенные для комплектования и отпуска готовой кулинарной продукции и кондитерских изделий потребителям и официантам. Обслуживание потребителей в ресторанах, барах и кафе осуществляется официантами, барменами, метрдотелями, имеющими специальное образование, в торговых залах предприятий или за барными стойками (бар). В столовых и закусочных используется метод самообслуживания через линии раздач и прилавки. Рестораны, кафе, бары сочетают производство, реализацию и организацию потребления продукции с организацией отдыха и развлечения потребителей. Одежда и обувь у обслуживающего персонала ресторанов и баров должны быть форменными с эмблемой предприятия. В кафе, столовых и закусочных - специальная санитарная одежда. [19, с.223]

## Товароснабжение предприятий общественного питания

В крупных фирмах на предприятиях общественного питания независимо от вида собственности создаются отделы снабжения, на небольших предприятиях назначается работник, ответственный за организацию снабжения. Отдел снабжения, как правило, работает самостоятельно, выполняя свои определенные функции, обеспечивающие прохождение материального потока в цепи снабжение - производство - сбыт.

Логистика - это планирование, организация и контролирование всех видов деятельности по перемещению материального потока от пункта закупки сырья до пункта конечного потребителя. Обеспечение высокой степени согласованности действий по управлению материальными потоками между службой снабжения и службами производства и сбыта является задачей логистической организации предприятия в целом.

На предприятиях общественного питания должен формироваться список потенциальных поставщиков, который постоянно обновляется и дополняется. [9, с.42]

К организации товароснабжения предъявляются следующие требования:

* своевременность и комплектность поставок;
* бесперебойность, так как перебои в снабжении нарушают четкий ритм предприятий, ухудшают обслуживание, поэтому особенно важно определить потребность в товарных запасах;
* надежность и высокое качество поставок;
* правильный выбор формы снабжения.

При приемке оборудования, поступившего в таре, проверяются целостность упаковки, соответствие техническим условиям, сопроводительным документам, удостоверяющим качество и комплектность (технический паспорт).

К организации продовольственного снабжения предприятий общественного питания предъявляется ряд требований: обеспечение широкого ассортимента продовольственных товаров в нужном количестве и надлежащего качества; своевременность и ритмичность завоза товаров при соблюдении графика доставки; рациональное использование транспорта и т. д.

Для снабжения предприятий общественного питания предусмотрены продовольственные фонды, которые делятся: на централизованные (образованные за счет государственных ресурсов) и децентрализованные. Снабжение предприятий общественного питания осуществляется в основном из централизованных фондов.

Поставщиками продуктов, перерабатываемых и реализуемых на предприятиях общественного питания, являются предприятия пищевых отраслей промышленности (мясокомбинаты, молоко- и рыбозаводы), колхозы и совхозы, а также базы и холодильники оптовых организаций. Хлеб, кисломолочные продукты завозятся на предприятия ежедневно непосредственно с хлебо- и молокозаводов.

Поставщиками продуктов являются также базы общественного питания. Базы, организованные при тресте, служат для обеспечения предприятий одного треста (например, базы треста железнодорожных ресторанов и буфетов, треста ресторанов). Межтрестовские базы обеспечивают несколько трестов или предприятия всего города. Базы общественного питания в отличие от баз оптовой торговли, предназначенных в основном для хранения запасов товаров, выполняют распределительные функции, т. е. на основании заявок и фондов, выделенных предприятиям, осуществляют упаковку, фасовку и централизованный завоз товаров.  
Различают транзитную и складскую форму организации снабжения. [11, с.212]

# Анализ процесса товароснабжения предприятий общественного питания ООО «Верона»

## Характеристика предприятия общественного питания

Общество с ограниченной ответственностью «Верона» является полностью самостоятельным юридическим лицом, созданным на основании Гражданского кодекса Республики Беларусь, закона РБ "Об обществах с ограниченной ответственностью".

Дата государственной регистрации 4 марта 2004 года.

Юридический адрес: Республика Беларусь, город Минск, пр. Независимости, д. 58, к. 111 А.

Общество имеет в собственности собственное имущество, учитываемое на его балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Права и обязанности юридического лица Общество приобретает с даты его государственной регистрации. Общество имеет печать с фирменным наименованием с указанием на место нахождения Общества. Общество вправе открывать счета в банках. Общество вправе иметь фирменный знак (символику), штампы, бланки со своим наименованием и другие средства визуальной идентификации.

ООО «Верона» является предприятием общественного питания.

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

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

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

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

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

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

Предприятие ООО «Верона» выпускает следующие виды продукции, которая реализуется в буфете: пиццы, пирожки в ассортименте, котлеты в тесте, булочки и другое.

В столовой имеется необходимое технологическое оборудование:

* тестомесильная машина;
* пекарский шкаф;
* электросковорода;
* две электроплиты;
* мармиты;
* электромясорубка;
* картофелечистка;
* морозильный ларь (где хранится мясо при температуре - 180С);
* холодильный шкаф и т.д.

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

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

* Сборниками рецептур блюд и изделий;
* Должностными инструкциями работников;
* Техническими картами и др.

А также осуществляет свою деятельность на основе договоров на вывоз мусора, на стирку столового белья, на санитарную обработку предприятия, ремонт и обслуживание всех видов торгово-технологического оборудования.

Штатное расписание работников, сюда входят работники столовой и буфета, составляет 49 человек.

Основными источниками поступления сырья и готовой продукции в столовую являются:

* по покупным товаром;
* оптовые базы города (маргарин, яйца, майонез, томатная паста, крупы, сахар и т.п.);
* Минские комбинаты хлебопродуктов (хлеб);
* личные подсобные хозяйства граждан (картофель, морковь, свекла, луки и мясо).

Одной из главных целей предприятия общественного питания является получение прибыли, а товарооборот выступает как важнейшее условие ее достижения.

Товарооборот за 2009 год составил 24687,5 млн. руб., в предыдущем периоде - 18757 млн. руб. Индекс цен - 1,149.

Таблица 2.1 -Динамика товарооборота по ООО «Верона» за 2009 г.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Период | Товарооборот  2008 г., млн.р. | Товарооборот  2009 г., млн.р. | Отклонение (+/-), млн.р. | Динамика, % |
| 1 квартал | 4472,5 | 5673,2 | 1200,7 | 126,8463 |
| 2 квартал | 4973,9 | 6211,9 | 1238 | 124,8899 |
| 3 квартал | 4521,4 | 6231,9 | 1710,5 | 137,8312 |
| 4 квартал | 4789,2 | 6570 | 1780,8 | 137,1837 |
| Итого за год | 18757 | 24687 | 5930 | 131,6149 |

По данным таблицы 2.1 можно сказать, что рост товарооборота имеет положительную динамику. Темп роста за 2009 год составил 131,6%.

Таблица 2.2 -Влияние факторов на товарооборот по «Верона»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2008 г | 2009 г | Отклонение (+, -) | Отчетный период в% к предшествующему |
| Товарооборот (в действующих ценах), млн. руб. | 18757,2 | 24687 | 5930 | 131,6 |
| Среднесписочная численность работников, чел. | 43 | 49 | 6 | 113,95 |
| Производительность труда, млн. руб. | 436,2 | 503,8 | 67,6 | 115,49 |

Примечание. Источник: собственная разработка

Товарооборот увеличился в отчетном периоде по сравнению с предшествующим на 5930 млн. руб. Среднесписочная численность работников увеличилась на 6 человек. Отрицательным является более высокий темп роста товарооборота по сравнению с темпом роста производительности труда.

Анализ показателей по труду и заработной плате является составной частью анализа хозяйственной деятельности организации общественного питания.

Движение кадров определяется приемом на работу, увольнением и внутренним перемещением работников.

Таблица 2.3 -Анализ динамики численности работников «Верона»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Фактически за 2008 год | Фактически за 2009 год | Отклонение от прошлого периода | В% к прошлому году |
| 1. Товарооборот, млн. руб. | 18757,2 | 24687,0 | 5929,8 | 131,6 |
| 2. Численность работников, чел. | 43,0 | 49,0 | 6,0 | 114,0 |
| 3. Расходы на оплату труда | 474,7 | 640,9 | 166,2 | 135,0 |
| 4. Уровень расходов на оплату труда, %. | 2,5 | 2,6 | 0,1 | 102,6 |
| 5. Производительность труда | 436,2 | 503,8 | 67,6 | 115,5 |
| 6. Среднемесячная заработная плата, руб. | 39,6 | 53,4 | 13,9 | 135,0 |

Примечание. Источник: собственная разработка

Закрепление кадров, увеличение стажа работы положительно сказывается на повышении квалификации и производственных навыков работников, что в конечном итоге ведет к росту производительности труда и улучшению других показателей хозяйственной деятельности предприятия. В связи с этим необходимо по отдельным группам работников изучить их возрастной состав, стаж работы, в том числе на данном предприятии условия труда, и определить, как это отражается на производительности труда. Это можно сделать, используя приемы сравнения, группировок, корреляции, регрессии, другие экономико-математические методы исследования.

Фонд заработной платы «Верона» за 2009 год по сравнению с аналогичным периодом 2008 года увеличился на 2,6 %, что в суммарном выражении составляет 0,1 млн. руб.

Среднемесячная заработная плата за 2009 год по сравнению с 2008 годом увеличилась на 35% и составила 53,4 млн. руб.

Главная задача организации - это хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов работников предприятия и его собственников. Прибыль определяется в абсолютной величине (т.е. в сумме) и в относительной величине (удельный вес, уровень, рентабельность).

Таблица 2.4 -Анализ прибыли организации общественного питания «Верона» за 2009 год, млн. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2008 год | | 2009 год | | Темп изменения, % | Отклонение по уровню (+,-) |
| сумма | процент к обороту | сумма | процент к обороту |
| Товарооборот | 18757 | х | 24687 | х | 131,61 | х |
| Прибыль (убыток) от реализации | 9 | 0,05 | 11 | 0,04 | 122,22 | -0,01 |
| Прибыль (убыток) от операционных доходов и расходов | 93 | 0,5 | 172 | 0,7 | 184,95 | +0,2 |
| Прибыль (убыток) от внереализационных доходов и расходов | 21 | 0,11 | 37 | 0,15 | 176,19 | +0,04 |
| Прибыль (убыток) отчетного периода | 123 | 0,66 | 220 | 0,89 | 178,86 | +0,23 |
| Чистая прибыль (убыток) | 41 | 0,22 | 110 | 0,45 | 268,29 | +0,23 |

Примечание. Источник: собственная разработка

Прибыль за отчетный период по «Верона» составила 220 млн. руб., что на 78,86% больше финансового результата предшествующего года. В процентах к товарообороту прибыль отчетного периода возросла на 0,23%. Прибыль от реализации увеличилась на 22,22%, что в суммарном выражении составляет 2 млн. руб. Однако ее удельный вес к товарообороту снизился на 0,01%. В целом все виды прибыли имеют положительную динамику.

## Организация товароснабжения на ООО «Верона»

Процесс товароснабжения предприятия общественного питания ООО «Верона» заключается в организации, доведения товаров от производителей до предприятия в количестве и ассортименте, соответствующих спросу населения.

Для детального рассмотрения процесса товароснабжения необходимо выделить предприятие ООО «Верона» в общей схеме товароснабжения.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Предприятие-производитель* |  | *Оптовое торговое звено* |  | *Розничное торговое предприятие* |  | *Потребитель* |
|  |  |  |

Рисунок 2.1 - Схема товароснабжения предприятия ООО «Верона»

Процесс товароснабжения можно подразделить на следующие основные этапы:

* организация закупки товаров;
* распределение по торговым предприятиям;
* организация завоза;
* приемка и хранение товаров.

Закупочная деятельность предприятия общественного питания ООО «Верона» должна быть планомерно организована и экономически обоснована. Для этого необходимо, чтобы предприятие вело систематическое изучение источников закупки и поставщиков товаров.

Систематическое изучение торговой конъюнктуры, установление постоянной связи с поставщиками позволяют своевременно определять изменение конъюнктуры рынка, изучать производственные возможности расширения ассортимента выпускаемой продукции. Все это дает возможность предъявлять поставщикам более обоснованные требования в отношении количества, качества, ассортимента товаров.

Завоз товара в ООО «Верона» в зависимости от порядка имеют две формы: транзитную и складскую.

Завоз товаров непосредственно из производственных предприятий, минуя промежуточные склады оптовых и розничных организаций, называется транзитным.

Под складской формой товародвижения понимают поступление товаров на предприятие общественного питания со складов оптовых и розничных организаций, которые, принимая крупные партии товаров от поставщиков, выполняют все необходимые операции (распаковка, подсортировка, проверка качества и т.д.) по подготовке товаров к их дальнейшему продвижению на предприятия общественного питания.

Выбор той или иной формы товародвижения требует учета конкретных условий и зависит от специфики ассортимента товаров, месторасположения поставщика и покупателя, от мощности предприятия ООО «Верона» (величина товарооборота, размеров торговых и складских площадей), транспортных условий и экономической целесообразности той или иной формы завоза.

Транзитный завоз товаров в столовую снижает расходы по загрузке-выгрузке, ускоряет продвижение продукции потребителю, содействует улучшению сохранности товаров.

В большинстве случаев транзитный завоз товаров осуществляется с промышленных предприятий, расположенных в одном городе.

При снабжении предприятия ООО «Верона» применяют две формы доставки:

* Централизованная;
* Децентрализованная.

Централизованная - доставка товаров силами поставщиков. Централизованную доставку применяют при транзитной и складской форме товародвижения.

При более глубоком рассмотрении централизованного метода можно выделить два способа доставки товаров:

* Линейный;
* Кольцевой.

Поступление товаров от поставщиков производится на основании заключенных между поставщиками и предприятием общественного питания ООО «Верона» хозяйственных договоров. В договорах, заключаемых между поставщиками и покупателем, оговариваются: виды поставляемых товаров, коммерческие условия поставки, количественные и стоимостные показатели товаров, сроки исполнения договоров, порядок расчетов, а также ответственность сторон за ненадлежащее исполнение договора.

Для получения товаров и тары от поставщиков представителю предприятия ООО «Верона» выдается доверенность (форма №2).

Все доверенности регистрируются в момент выдачи в специальном журнале. Доверенность выписывается только бухгалтером на конкретное физическое лицо с указанием срока действия и наименованием ценностей, предполагаемых к получению. На доверенности необходима подпись экспедитора, которая должна быть заверена подписями бухгалтера и руководителя с наложением оттиска предприятия. По доверенности представитель предприятия может получить товар непосредственно от поставщика с выпиской одновременно отгрузочных документов.

Основными документами, на основании которых поступают товары, являются счета-фактуры, товарно-транспортная накладная и торгово-закупочные акты. Товарно-транспортные накладные выписываются при поставке товаров автомобильным транспортом, в остальных случаях выписываются счета-фактуры. Счета-фактуры регистрируются в книге продаж и в книге покупок.

Счета-фактуры составляются предприятием-поставщиком на имя предприятия-покупателя, в данном случае на имя ООО «Верона» в двух экземплярах, первый из которых не позднее десяти дней с момента отгрузки товаров или предоплаты (аванса) предоставляется поставщиком покупателю и дает право на зачет (возмещение) сумм по налогу на добавленную стоимость. Второй экземпляр счета-фактуры (копия) остается у поставщика для отражения в книге продаж.

В счете-фактуре должны быть указаны:

* порядковый номер счета-фактуры;
* наименование и регистрационный номер поставщика товаров;
* наименование получателя товаров;
* стоимость (цена) товаров;
* сумма НДС;
* дата предоставления счета-фактуры.

В счете-фактуре не допускаются подчистки и помарки. Исправления заверяют подписью руководителя ООО «Верона» и печатью предприятия-поставщика с указанием даты исправления.

Получаемые и выдаваемые счета-фактуры хранятся раздельно в журнале учета счетов-фактур в течение полных пяти лет с даты их получения. Они должны быть подшиты и пронумерованы.

Покупатели товаров ведут журнал учета полученных от поставщиков счетов-фактур и книгу покупок. Книга покупок предназначена для регистрации счетов-фактур в целях определения сумм налога на добавленную стоимость. Счета-фактуры, предъявляемые поставщиками, подлежат регистрации в книге покупок в хронологическом порядке по мере оплаты и оприходования приобретенных товаров. Книга покупок должна быть прошнурована, ее страницы пронумеровывают и скрепляют печатью. Контроль над правильностью ведения книги осуществляется руководителем предприятия или уполномоченным лицом.

Книга покупок хранится у покупателя в течение полных пяти лет с даты последней записи.

За нарушение условий договоров поставщики и покупатели несут взаимную материальную ответственность в виде неустойки, штрафование за невыполнение договорных условий, за задержку оплаты расчетных документов и за необоснованный отказ.

При продвижении товаров от поставщиков до предприятия ООО «Верона» возникают транспортные расходы и проблемы их оплаты.

Транспортные расходы могут оплачиваться:

* поставщиком;
* покупателем;
* частично поставщиком, частично покупателем.

В зависимости от договора поставки товары могут оплачиваться после или до их получения покупателями.

Бухгалтерия предприятия ООО «Верона» должна контролировать полноту и своевременность оприходования товаров и правильность их оплаты.

Контроль должен начинаться с момента оплаты товаров, а если товары поступают раньше с момента их фактического поступления.

При анализе основных показателей можно сделать заключение о том, что предприятие ООО «Верона» эффективно проводит политику товароснабжения. Товар на предприятие завозиться регулярно, и при реализации уже готовой продукции потребителям предприятие общественного питания ООО «Верона» получает прибыль.

# Совершенствование процесса товароснабжения предприятия ООО «Верона»

Товароснабжение - это процесс реального доведения товаров до потребителя.

Предприятие общественного питания ООО «Верона» применяет комбинированный метод закупки товаров. Следовательно, он может закупать товар прямо от производителей, но также и через посредников.

Метод доставки товаров предприятие общественного питания ООО «Верона» применяет централизованный.

Предприятию ООО «Верона» не обязательно содержать свой собственный автопарк, с помощью машин которого оно осуществляло бы доставку товаров, потому что договор поставки, заключаемый с поставщиками предусматривает доставку товаров в скомплектованных товарно-грузовых единицах или пакетах, которые облегчают разгрузку и складирование товаров.

За время существования предприятия на рынке оно нашло оптимальных поставщиков товаров, которые формируют ассортимент для него и поставляют товары на своём транспорте в необходимом количестве, должного качества и точно в срок, согласно заключенным договорам. Это позволяет предприятию общественного питания ООО «Верона» без использования собственного транспорта получать необходимые объемы товаров от поставщиков на выгодных условиях без больших на это затрат.

Совершенствования товароснабжения предприятие общественного питания ООО «Верона» должно включать:

1.Повышение эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО «Верона».

Для успешного выполнения коммерческих операций по закупкам товаров предприятие общественного питания ООО «Верона» должно систематически заниматься выявлением и изучением источников закупки и поставщиков товаров. Коммерческие работники должны хорошо знать свой экономический район и его природные богатства, промышленность, сельское хозяйство, производственные возможности и ассортимент вырабатываемых изделий на предприятиях.

Важная роль в коммерческой работе отводится изысканию дополнительных ресурсов из местного сырья, продукции кооперативной промышленности, подсобных, фермерских хозяйств, продукции индивидуальной трудовой деятельности.

Работникам столовой «Верона» следует посещать производственные предприятия (поставщиков-изготовителей) с целью ознакомления с производственными возможностями предприятия, объемом и качеством выпускаемой продукции, а также участвовать в совещаниях с работниками промышленности, в работе оптовых ярмарок, выставок - просмотров новых образцов изделий.

Работникам предприятия общественного питания ООО «Верона» необходимо постоянно следить за рекламными объявлениями в средствах массовой информации, специализированных изданиях, за биржевыми сведениями, проспектами, каталогами. Формирование товарных ресурсов является предметом постоянной работы аппарата снабжения предприятия общественного питания. В рыночных условиях формы и методы этой работы претерпели существенные изменения. Главные изменения заключаются в том, что на смену методам централизованного распределения товарных ресурсов пришла рыночная практика свободной купли-продажи товаров по ценам спроса и предложения. Поэтому коммерческая инициатива работников по вовлечению в товарооборот максимальных товарных ресурсов с целью получения необходимой прибыли должна сочетаться с заботой о конечных покупателях, учетом их платежеспособности, недопущением неоправданного роста цен, предоставлением населению возможности приобрести товары по доступным ценам.

2. Рациональная организация технологических процессов.

3. Реформирование организационной структуры торговых отделов, автоматизацию процесса обработки информации.

4. Разработка модели и технологической схемы товароснабжения предприятия общественного питания ООО «Верона» с использованием логистического подхода.

5. Разработка автоматизированной системы управления информационным обеспечением товароснабжения и этапы ее внедрения на уровне потребительского общества,

Реализация представленных выше рекомендаций по совершенствованию товароснабжения предприятия общественного питания ООО «Верона» будет способствовать повышению социально-экономической эффективности торговой деятельности.

Использование предложенной системы показателей комплексной оценки товароснабжения предприятия позволит принимать обоснованные управленческие решения по продвижению товаров на рынок.

# Заключение

В результате написания данной курсовой работы можно сделать следующие выводы.

Под товароснабжением предприятий общественного питания в широком смысле понимают комплекс коммерческих, организационных, торгово-технологических операций, направленных на доведение товаров до конечного звена технологической цепи товародвижения - предприятия общественного питания.

Он включает не только перемещение товаров из мест производства в места потребления, но и операции, связанные с их хранением, подсортировкой и подготовкой к реализации на предприятиях общественного питания. Поэтому рациональная организация процесса товародвижения - одна из важных функций всех предприятий.

С этой целью должны определяться наиболее благоприятные потоки и направления движения товаров, более экономичные виды транспорта, а также должна создаваться соответствующая сеть складов и баз. Товародвижение предполагает создание технологической цепи, способной своевременно и бесперебойно доводить товары от производства до потребителей в необходимом количестве, широком ассортименте, высокого качества, при минимальных затратах труда, материальных средств и времени.

## 

# Список использованной литературы

1. Алексеев Н.С., Ганцов Ш.К., Кутянин Г.И. Теоретические основы товароведения продовольственных товаров. - М.: Экономика, 2007.-584с.

2. Барчук И.Д. Технология торговых процессов. Москва: Экономика,2009. - 295с.

3. Драмшева С.Т. Теоретические основы товароведения продовольственных товаров. М.: Экономика, 2005.-143 с.

4. Иванова Т.Н. Товароведение продовольственных товаров: Учебное пособие.- Орел, 2008.-376 с.

5. Моргун А. Ф. Технология торговых процессов. Москва: Экономика,2006. - 384с.

6. Николаева М.А. Товарная экспертиза. - М.: Деловая литература, 2007. - 643с.

7. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы. - М.: Норма, 2007.- 674с.

8. Справочник товароведа продовольственных товаров: В 2 т.: Т. 1 /Б. В. Андрест, И. Л. Волкинд, В. 3. Гарнецков и др.-2-е изд., перераб.- М.: Экономика, 2008.- 368 с.

9. Теплов В.И. и др. Коммерческое товароведение. - М.: Изд Дом "Дашков и К", 2005.- 658с.

10. Товароведение продовольственных товаров. Микулович Л.С., Брилевский О.А., Фирс И.Н., Надин Б.Е. и др. Мн.: БГЭУ, 2007.- 483 с.

11. Товароведение продовольственных товаров: Учебн. пособие для торг, вузов. Л.А. Боровикова, В.А. Герасимова, А.М. Евдакимов и др. М.: Экономика, 2007.- 352 с.

12. Хлебников В.И. Технология товаров (продовольственных) - М.: Изд. Дом "Дашков и К", 2005.-681с.

13. Золин В.П. Технологическое оборудование предприятий общественного питания.– М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 248 с.

14. Лемисова Л.В. Организация производства на предприятиях общественного питания: Уч. пособие. – Владивосток: ДВГАЭУ, 1997. – 91 с.

15. Никуленкова Т.Т., Лавриенко Ю.И., Ястина Г.Н. Проектирование предприятий общественного питания. – М.: «Колос», 2000. – 261 с.

16. Ольховая Л.П., Ковтун Т.П., Божко С.Д. Технология продуктов общественного питания: дипломное проектирование: Учебно-методическое пособие. – Владивосток: Изд-во ДВГАЭУ, 2004. – 176 с.

17. Ратушный А.С. Технология продуктов общественного питания. В 2 томах. – М.: Изд-во «Мир», 2002.

18. Яковлева С.В. Охрана труда в общественном питании: Справочное пособие. – М.: Экономика, 1986. – 144 с.

19. Торгово-технологическое оборудование: Справочник / Ключников В.П., Корнеев В.А., Костылев Ю.С. и др. – М.: «Экономика», 1985. – 232 с.

20. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. Н.А. Сафронова. – М.: Юрист, 1998. – 581 с.