

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ УПРАВЛЕНИЯ И ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ  
КАФЕДРА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И СТАТИСТИКИ

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ О.Н.Харченко

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

38.03.01 Экономика

38.03.01.01 Бухгалтерский учет, анализ и аудит (в коммерческих организациях)

УЧЕТ И АНАЛИЗ ПРОДАЖ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ И ТОВАРОВ

В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

(на примере ООО «ПрофиСервис»)

Руководитель \_\_\_\_\_ профессор, канд. экон. наук О.Н. Харченко

Выпускник \_\_\_\_\_ Е.А. Ирбитская

Красноярск 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Организационно-правовые основы деятельности предприятий общественного питания.....	6
1.1 Состояние и перспективы развития организаций общественного питания в России .....	6
1.2 Нормативно-правовое регулирование деятельности общественного питания.....	12
2 Учет продаж в сфере общественного питания (на примере ООО «ПрофиСервис»).....	19
2.1 Синтетический и аналитический учет продаж.....	19
2.2 Налогообложение деятельности малых предприятий .....	26
3 Анализ продаж в сфере общественного питания (на примере ООО «ПрофиСервис»).....	32
3.1 Анализ структуры и динамики товарооборота .....	32
3.2 Анализ рентабельности ассортимента и выполнение плана продаж .....	36
3.3 Анализ уровня издержек обращения.....	42
Заключение.....	48
Список использованных источников.....	51
Приложения А-Л.....	54-85

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время на этапе развития рынка товаров и услуг одной из важнейших отраслей обслуживания населения является общественное питание. Это одно из основных развивающихся направлений пищевой отрасли. Индустрия питания, на данный момент, представляет собой огромное количество предприятий с различным уровнем обслуживания, особенностями направлений кухни и качеством питания.

Результаты деятельности этой сферы носят многофункциональный, комплексный характер, увеличивают свободное время населения, освобождают его от трудоемких работ по ведению домашнего хозяйства, способствуют рациональному использованию денежных доходов. Предприятия общественного питания играют важную роль в удовлетворении потребностей населения, и в системе инфраструктуры национальной экономики рассматриваются как общественно-организованная форма удовлетворения потребностей людей в готовой пище.

Создание в России предприятий общественного питания с высоким качеством приготавливаемых продуктов, уровнем обслуживания, максимально удобных для посетителей – одна из важнейших задач, стоящих перед системой общественного питания сегодня.

Растет не только число самих предприятий общественного питания, но и расширяется их диапазон, виды предоставляемых услуг и блюд. Подобное насыщение влечет за собой повышение конкуренции в данной сфере. В связи с этим, предприятия общественного питания должны постоянно поддерживать свою конкурентоспособность, а следовательно вести стабильно развивающуюся и эффективную деятельность.

Большое и неотъемлемое значение для функционирования предприятия имеет правильное ведение бухгалтерского учета, на основе которого можно совершенствовать управление предприятием и достигать больших результатов в данной отрасли. Что касается учета в сфере общественного питания, то это достаточно трудоемкий процесс, наполненный различными особенностями. Специфика учета на многих предприятиях параллельна бухгалтерскому учету, который ведется в торговле, так учитывает не только производство, но и продажу.

Целью работы является выявление возможных путей совершенствования учета продаж на предприятиях и разработка рекомендаций для повышения эффективности деятельности в сфере общественного питания.

Для достижения данной цели, были поставлены такие задачи, как:

- 1) проанализировать состояние и тенденции развития общественного питания;
- 2) выявить особенности ведения деятельности общественного питания, в соответствии с нормативно-правовым регулированием;
- 3) дать оценку ведению бухгалтерского учета продаж, непосредственно на предприятии;
- 4) благодаря данным учета, провести анализ продаж;
- 5) на основе, анализа продаж, выявить возможные пути совершенствования, как бухгалтерского учета, так и деятельности в целом.

Структура работы обусловлена целью, поставленными задачами и внутренней логикой исследуемой проблемы.

Теоретической и методологической основой работы послужили научные исследования в сфере теории, методологии и организации бухгалтерского учета и анализа продаж. В процессе подготовки и написания выпускной квалификационной работы использованы: нормативные документы, законодательные акты, а также учебная литература по бухгалтерскому учету и научные публикации.

При написании работы использовались методы горизонтального, вертикального и трендового анализа.

Практическую основу выпускной квалификационной работы составили данные бухгалтерского учета предприятия общественного питания ООО «ПрофиСервис», РомБаба.

Объектом исследования является действующая практика бухгалтерского учета данного предприятия.

Организация «ПрофиСервис» зарегистрирована 25 апреля 2013 года. Организационно-правовая форма - Общества с ограниченной ответственностью. Полное наименование - Общество с ограниченной ответственностью «ПрофиСервис». Сокращенное наименование ООО «ПрофиСервис».

Организация находится по адресу: Красноярский край, город Красноярск, улица Октябрьская, дом 7а.

Основной целью предприятия является удовлетворение потребностей граждан в услугах и товарах, а так же получение прибыли.

Основным видом деятельности является «Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания».

Юридическое лицо также зарегистрировано в таких категориях ОКВЭД как:

- Производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения;

- Производство сухарей, печенья и прочих сухарных хлебобулочных изделий, производство мучных кондитерских изделий, тортов, пирожных, пирогов и бисквитов, предназначенных для длительного хранения;

- Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания;

- Деятельность предприятий общественного питания по прочим видам организации питания;

- Торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах;

- Торговля розничная, осуществляемая непосредственно при помощи информационно-коммуникационной сети Интернет;

ООО «ПрофиСервис» включает в себя кондитерский цех и кондиторию «РомБаба». Цех занимается производством продукции. Кондитория является основной точкой сбыта, где реализуется часть производимой продукции в формате розничной торговли. На предприятии ведется отдельный учет по производству и сбыту.

Рассмотрение учета и исследования проводились в рамках деятельности кондитерии.

# **1 Организационно-правовые основы деятельности предприятий общественного питания**

## **1.1 Состояние и перспективы развития организаций общественного питания в России**

На сегодняшний день индустрия общественного питания в России представлена огромным количеством предприятий с различным уровнем обслуживания, разнообразием направлений кухни и качеством продукции.

Общественное питание сейчас является одним из самых перспективных и быстроразвивающихся направлений пищевой отрасли, которая на примере своего развития демонстрирует уровень социально-экономического состояния страны.

Сам термин «общественное питание» согласно ГОСТ Р 50647-2010 «Услуги общественного питания. Термины и определения» определяется, как «самостоятельная отрасль экономики, состоящую из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организующую питание населения, а также производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов, как на предприятии общественного питания, так и вне его, с возможностью оказания широкого перечня услуг по организации досуга и других дополнительных услуг».[6]

Сектор общественного питания удовлетворяет очень сложный комплекс потребностей — от простого утоления чувства голода и жажды до имиджевых и статусных притязаний. Поэтому характерной чертой нынешнего состояния рынка является его неоднородность и разносторонний охват практически всех целевых аудиторий потребителей: по уровню доходов, по возрасту, полу, по социальному статусу и интересам.[2]

Темпы роста и развитие рынка общественного питания отражает динамика его оборота. Под оборотом общественного питания понимается выручка от реализации собственной кулинарной продукции и покупных товаров без кулинарной обработки размещенным лицам и другим категориям населения для потребления[24].

Рассмотрим динамику оборота общественного питания за последнее десятилетие на рисунке 1.1.

Из представленной диаграммы видно, что оборот за рассмотренный период с каждым годом возрастал, и рынок общественного питания развивался достаточно динамично. Так на период 2005 года, оборот рынка общественного составлял 323379 млн.рублей, а на 2015 год этот же показатель был равен 1293353 млн.рублей, что больше практически в 4 раза.



Рис. 1.1 Оборот рынка общественного питания в Российской Федерации за 2005–2015г., млн. руб. [2]

Факторами, влияющими на рост, в данной ситуации могут служить:

- увеличение материальных доходов горожан и как следствие увеличение покупательской способности;
- изменение культуры питания, стиля жизни;
- появление продуктовых инноваций — новые виды напитков, блюд, изменение биохимического состава продуктов;
- технологические и технические инновации — автоматизация производства, отдельных операций в технологическом процессе позволяет экономить на затратах на живой труд, ускорить производственный процесс;
- снижение неопределенности и риска в бизнесе — постоянная и неотложная потребность человека в питании, а также в общении, соответствии требованиям моды и общества снижает уровень риска неликвидности товара.[2]

Как и все рынки, рынок общественного питания чутко реагирует на влияние экономического кризиса. Так, 2015 год был одним из сложнейших периодов для российского рынка общественного питания. Снижение потребительской активности, вызванное падением доходов населения, было усугублено действием продовольственного эмбарго и обвалом национальной валюты. Над решением этой проблемы билось большинство российских рестораторов, но снижение трафика и повышение затрат создали крайне тяжелые условия, справиться с которыми удалось не каждому.

На рисунке 1.2, заметно как темп роста оборота ближе к 2015 году начал снижаться, а затем и вообще резко перешел в минус.



Рисунок 1.2 – Темп прироста оборота общественного питания за 2008 – 2015 года,  
%

Россияне стали либо меньше посещать заведения общепита, либо отказываться от дорогих блюд.

Так, в числе наиболее пострадавших сегментов российского рынка общественного питания оказались рестораны среднего ценового сегмента.

Стремительное падение было обусловлено действием продовольственных контрсанкций.

В 2014 г. был принят документ в связи с Указом Президента РФ от 06.08.2014 N 560 в целях защиты экономических интересов России, а 25 июня 2015 г. №625 продлен еще на один год, согласно которому утвержден перечень сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, ввоз которых на территорию России запрещен. Это товары, страной происхождения которых являются США, страны ЕС, Канада, Австралия и Королевство Норвегия. Под запрет попали, в частности, мясо крупного рогатого скота, свинина, рыба, молоко и молочная продукция, овощи и съедобные корнеплоды, фрукты и орехи, сыры и творог [1].



Рост издержек компаний, переход на отечественные продукты, изменение меню, повышение цен на блюда – все это является болезненным эффектом от эмбарго. Также значительным фактором являлся и обвал национальной валюты, который привел к росту стоимости импортных продуктов, активно используемых демократичными ресторанами. Повысился курс доллара и евро, следовательно, продукты закупаются по более высоким ценам, увеличилась также стоимость аренды, возросли коммунальные платежи, плата за меры по обеспечению безопасности. Таким образом, повысились издержки предприятий, и всё это закладывается в цену.

О перетоке посетителей говорят и сами рестораторы. Генеральный директор компании «Фуд-Мастер», Илья Серов, поделился своими наблюдениями с РБК.research. По словам эксперта, причинами падения выручки для суши-баров «Рыба. Рис» и трактиров «Печки-Лавочки» оказались экономические санкции (удорожание и отсутствие ингредиентов), а также экономия и переход в другие рестораны, в том числе и в рестораны быстрого обслуживания «Вилка-Ложка». Выручка последней, в отличие от других проектов УК «Фудмастер», в 2015 году показала положительную динамику по сравнению с предыдущим периодом. [3]

Отрицательную динамику развития демонстрировали все сегменты общественного питания, кроме фастфуда. Последний, благодаря перетоку посетителей из других форматов, сумел показать положительную динамику развития. На рисунке 1.3, показано, что в 2015 году, данный сегмент составлял 47% от всего рынка общественного питания, Рост оборота фастфуд-сегмента в 2015 году составил 5,2% в реальном выражении. Отметим, что объем рынка стационарных ресторанов быстрого питания РБК.research оценивается в 198 млрд руб. [3]

**Структура рынка общественного питания в России**



Рисунок 1.3 – Структура рынка общественного питания в России в 2015 году, %

Довольно устойчивым в кризис оказался и сегмент ресторанов высокого ценового сегмента, оборот которого упал лишь на 0,2%. Подобная стойкость ресторанов высокой кухни объясняется высоким доходом их посетителей, на которых меньше сказываются экономические перипетии 2015 года.[3]

Наряду с демократизацией рынка происходит и непрерывное увеличение доли сетевых ресторанных проектов В таблице 1.1 показано как изменялось количество сетевых и несетевых компаний. [2]

Таблица 1.1 – Динамика "сетизации" предприятий общественного питания.

Тип компании	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Сетевая	42	148	256	378	502
Несетевая	69	72	84	87	89

Как видим из представленных данных, за период 2012 – 2016 года количество сетевых предприятий общественного питания резко возрастает. На рисунке 1.4 изображена динамика изменения среднего количества заведений, открытых одной сетью.

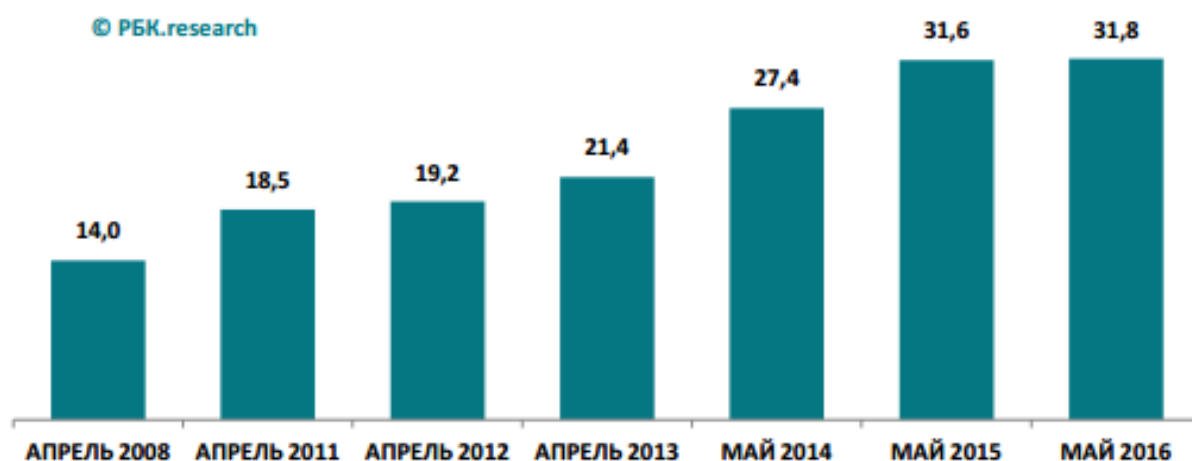


Рисунок 1.4 - Среднее количество заведений, открытых одной сетью за апрель-май в 2008 г., 2011-2016 г.г.

Одной из основных причин роста сетевых компаний послужило развитие франчайзинга в России. Так, в мае 2015 года 48% сетевых ресторанов были открыты по франшизе[7]. Франчайзинг представляет собой форму предпринимательской

деятельности, при которой корпорация (франчайзер), имеющая, как правило, широко известную торговую марку (бренд) и высокий рейтинг на рынке, заключает договор с другими фирмами или предпринимателями (франчайзи) на право действовать от имени франчайзера[10]. За май 2015 года – май 2016 года в стране открылось около 408 новых сетевых точек быстрого питания. Причиной развития фаст-фуда является уверенность рестораторов в стрессоустойчивости сегмента к кризисам, а также сравнительно недорогие франшизы в этом сегменте. Слабым же звеном отечественной индустрии общепита выступают рестораны среднего ценового сегмента. За год количество сетевых таких ресторанов формата сократилось на 255 заведений.

Вся сложившаяся ситуация, приводила рестораторов к необходимости придумывать, что-то новое и делать акцент на непривычных вещах. Получила развитие тенденция к творческому подходу организации общественного питания. И на данный момент она имеет нарастающий характер, возникают альтернативные формы общественного питания, которые бросают вызов существующему порядку вещей. Среди организаций общепита все чаще уделяется особое внимание атмосфере заведения, куда входят стилистика и манера обслуживания, одежда официантов и дизайн, аутентичность блюд.

Теперь рынок общественного питания представляет собой "смесь" различных форматов и направлений, которые рассчитаны на самые разносторонние целевые аудитории потребителей.

Так, форматы предприятий общественного питания можно классифицировать как:

- ресторанные мультиформатные дома;
- компании, предоставляющие кейтеринговые услуги;
- независимые компании общественного питания, образованные в качестве семейного бизнеса;
- "Фастфуды" (точки быстрого обслуживания);
- сетевые компании сферы общественного питания ВИП-сегмента;
- компании, оказывающие услуги в социальном сегменте;
- точки, оказывающие услуги в области общественного питания в рамках продуктовых ритейлов;
- точки уличного питания;
- точки питания на транспорте;
- компании, оказывающие услуги по обслуживанию населения в коммерческих организациях;
- точки, обеспечивающие питание в отелях и санаторно-курортных зонах;

- компании, отвечающие за производство готовой продукции [8]

В приложении А представлена таблица, в которой можно ознакомиться с характеристикой перечисленных типов предприятий.

Не смотря на такое разнообразие, рынок общественного питания на данный в Российской Федерации еще очень ненасыщенный. По данным РБК исследований, к примеру, в США одна точка обслуживает 150 граждан, в странах Европы - 300 граждан. В России одна точка общественного питания обслуживает около 2 тыс. человек.

По мнению аналитиков РБК.research, российский ресторанный рынок в среднесрочной перспективе, при условии отсутствия каких-либо серьезных экономических потрясений, грозитя вновь демонстрировать реальные темпы развития на уровне 6-8%. Главными катализаторами рынка станут восстановление потребительской уверенности, рост доходов домохозяйств, а также нарастающий темп жизни населения, «навязывающий» культуру питания «вне дома». Однако, подобной положительной динамики не стоит ожидать в ближайшие 2 года. Хотя, по мнению аналитиков РБК, в 2017 году российский рынок общепита начнет постепенно отыгрывать потери, но полное восстановление рынка произойдет лишь в 2018 году.[11]

## **1.2 Нормативно-правовое регулирование деятельности общественного питания**

Сложность и специфичность сферы общественного питания предполагает наличие широкой правовой базы, регулирующей деятельность предприятий в данной сфере.

В соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД) ОК 029-2001 (КДЕС ред. 1), введенным в действие с 1 января 2003 г. постановлением Госстандарта России от 06.11.2001 г. №454-ст «О принятии и введении в действие ОКВЭД», объекты сферы общественного питания включены в разд. Н «Гостиницы и рестораны», класс 55 и подклассы: 55.3 «Деятельность ресторанов», 55.4 «Деятельность баров», 55.5 «Деятельность столовых при предприятиях и учреждениях и поставка продукции общественного питания» (группа 55.51 «Деятельность столовых при предприятиях и учреждениях»).

Государственное регулирование предприятий питания основано на положениях Конституции Российской Федерации - высшем юридическом акте государства.

Государственное регулирование осуществляется на основе нормативно - правовых актов, устанавливающих правовое положение предприятий общественного питания, структуру органов государственного регулирования сферы услуг, порядок исполнения и заключения хозяйственных договоров, порядок решения споров предприятий питания,

правила оказания услуг, защиту прав потребителей, охрану прав собственности, порядок формирования и регулирования неких вопросов контрактной системы, а так же вопросы, связанные с эстетикой организации питания, и т. д.

Все нормативно - правовые акты, имеющие прямое отношение к регулированию общественного питания, должны соответствовать конституционным принципам.

Применительно к предприятиям общественного питания, законодательство РФ можно разделить на общее (регулирование отдельных сторон экономики) и специальное (регулирование сферы общественного питания).

К законодательным актам общего регулирования относится в первую очередь Гражданский кодекс РФ, который создает для государственного регулирования рыночных отношений конкретные правовые рамки.

Специальное правовое регулирование общественного питания основано на указах президента РФ, актах федеральных министерств и ведомств, постановлениях правительства РФ, а также на постановлениях, инструкциях, актах органов госвласти субъектов РФ.[3]

Основополагающим нормативно – правовым актом, регулирующим вопросы функционирования предприятий общественного питания в Российской Федерации, прежде всего, является Закон РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1 от 07 февраля 1992 г. (в последующих редакциях). Настоящий Закон регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортерами, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав.[14]

Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» № 29-ФЗ от 2 января 2000 г. (в последующих редакциях) регулирует отношения в области обеспечения качества пищевых продуктов и их безопасности для здоровья человека. В частности, он содержит как комплекс правовых норм, устанавливающих требования к самим пищевым продуктам, сырью для их изготовления, контактирующим с ними материалам и изделиям, так и меры, обеспечивающие требуемое качество пищевой продукции и ее безопасность на всех этапах: при производстве, закупке, поставке, хранении, транспортировке и реализации населению.

Федеральный закон «О техническом регулировании» № 184-ФЗ от 27 декабря 2002 г. (в последующих редакциях), направлен на реформирование существующих основ стандартизации, сертификации, государственного контроля и надзора, в том числе в сфере деятельности предприятий общественного питания .

Федеральный закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» № 52-ФЗ от 30 марта 1999 г. (в ред. от 30 декабря 2008 г.) Настоящий Федеральный закон направлен на обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия населения как одного из основных условий реализации конституционных прав граждан на охрану здоровья и благоприятную окружающую среду. Также санитарно-эпидемиологическая безопасность в сфере общественного питания регулируется Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ «О введении в действие санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1324-03» № 98 от 22 мая 2003 г..

Постановление Правительства РФ «Об утверждении правил оказания услуг общественного питания» № 1036 от 15 августа 1997 г. (в ред. от 10 мая 36 2007 г.). регулирует отношения между потребителями и предприятиями общественного питания. Настоящие Правила разработаны в соответствии с Законом Российской Федерации "О защите прав потребителей" и регулируют отношения между потребителями и исполнителями в сфере оказания услуг общественного питания, а также обеспечивают права потребителей на получение услуг надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья, информации об услугах и исполнителях услуг, определяют порядок реализации этих прав.[16] В данном документе даются определения потребителя и исполнителя услуг в сфере общественного питания, их права и обязанности, приведена информация об услугах общественного питания и порядке их оказания, ответственности исполнителя за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств при оказании услуг.

Во исполнение Федерального закона «О защите прав потребителей» в 1992 году Правительством РФ были утверждены Правила оказания услуг общественного питания, которые непосредственно регулируют отношения между потребителями и рестораном. Согласно этим правилам услуги общественного питания оказываются в ресторанах, кафе, барах и других местах общественного питания, типы которых, а для ресторанов и баров также и классы (люкс, высший, первый), определяются исполнителем.

На государственном (муниципальном) предприятии режим работы устанавливает соответствующий орган исполнительной власти или орган местного самоуправления.

Режим работы предприятия иной организационно- правовой формы (акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью или частное) определяется

самостоятельно. В случае временного приостановления работы предприятия общественного питания (проведение плановых санитарных дней, ремонта и т.д.) потребители должны быть своевременно информированы о дате и сроке приостановления работы.

Исполнитель услуги вправе самостоятельно устанавливать правила поведения для потребителя: например, ввести ограничение курения, плату за вход, запретить нахождение в верхней одежде. Правилами предусмотрено строгое соблюдение исполнителем установленных в государственных стандартах, санитарных, противопожарных правилах, 38 технических документах обязательных требований к качеству услуг, их безопасности для жизни, здоровья людей, окружающей среды. Если деятельность предприятия общественного питания (исполнителя услуг) подлежит лицензированию в соответствии с законодательством Российской Федерации, то информация о номере, сроке действия лицензии, а также об органе, ее выдавшем, должна быть размещена в удобном для ознакомления месте.

На право осуществления услуг общественного питания требуется специальное разрешение - лицензия, получаемая в установленном государственном порядке с соблюдением требований и условий, выполнение которых при осуществлении лицензируемого вида деятельности. Лицензированию подлежит деятельность предприятий общественного питания по предоставлению услуг в целом, а также дополнительно: продажа отдельных видов товаров, например алкогольной и табачной продукции. Лицензирование – это способ защиты субъектов рынка от действий непрофессиональных участников, форма регулирования и контроля государства за деятельностью субъекта.[3]

Помимо лицензии, на предприятии общественного питания в обязательном порядке должны быть следующие документы:

- свидетельство о государственной регистрации предпринимателя без образования юридического лица или устав предприятия;
- документы, подтверждающие принадлежность торгового объекта юридическому или физическому лицу (договор аренды, субаренды, свидетельство о праве собственности, технический паспорт);
- свидетельство об уплате единого налога на вменённый доход или временный патент на право торговли;
- при реализации алкогольной продукции
- лицензия на розничную торговлю алкогольной продукцией, свидетельство об уплате лицензионного сбора за право торговли винно-водочными изделиями;

- документы, подтверждающие легальность производства и оборота алкогольной продукции на территории Российской Федерации: копия справки к товарно-транспортной накладной или копия справки к грузовой таможенной декларации для импортной продукции, заверенные оригиналом оттиска печати розничного торгового предприятия и оригиналом оттиска печати предыдущего собственника товара, имеющего соответственно лицензию на оптовую торговлю алкогольной продукцией; копии лицензий оптовых поставщиков; на каждой единице алкогольной продукции должны быть акцизные или специальные марки; - документы, подтверждающие сертификацию товаров и услуг; - товарно-транспортные накладные на все товары;

- свидетельства о метрологической поверке весоизмерительного оборудования; мерных сосудов;

- санитарные книжки для работников;

- трудовые соглашения или договоры о найме работников предприятия; - ассортиментный перечень производимой продукции.

Помимо, регулирования непосредственно деятельности предприятий общественного питания, список нормативных и правовых актов, дополняется актами, которые регулируют ведение бухгалтерского учета данной сферы. Бухгалтеру предприятия общественного питания необходимо руководствоваться следующими нормативными документами:

- Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»;

- Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая);

- План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности и Инструкция по его применению, утвержденная приказом Минфина России от 31.10.2000 г. № 94н. Представляет собой схему регистрации и группировки фактов хозяйственной деятельности (активов, обязательств, финансовых, хозяйственных операций и др.) в бухгалтерском учете. Содержит наименования и номера синтетических счетов (счетов первого порядка) и субсчетов (счетов второго порядка).

- Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, утвержденное приказом Минфина России от 29.07.1998 г. № 34н. Положение определяет порядок организации и ведения бухгалтерского учета, составления и представления бухгалтерской отчетности юридическими лицами по законодательству Российской Федерации, независимо от их организационно-правовой формы (за исключением кредитных организаций и государственных (муниципальных) учреждений), а также взаимоотношения организации с внешними потребителями бухгалтерской информации.



- Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организаций» ПБУ 1/2008, утвержденное приказом Минфина России от 06.10.2008 г. № 106н;
- Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01, утвержденное приказом Минфина России от 09.06.2001 г. № 44н (далее ПБУ 5/01);
- Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01, утвержденное приказом Минфина России от 30.03.2001 г. № 26н;
- Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99, утвержденное приказом Минфина России от 06.05.1999 г. № 33н (далее — ПБУ 10/99);
- Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» ПБУ 14/2007, утвержденное приказом Минфина России от 27.12.2007 г. № 153н (далее — ПБУ 14/2007);
- Положение по бухгалтерскому учету «Учет расходов по займам и кредитам» ПБУ 15/2008, утвержденное приказом Минфина России от 06.10.2008 г. № 107н;
- Положение по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль» ПБУ 18/02, утвержденное приказом Минфина России от 19.11.2002 г. № 114н;
- Положение по бухгалтерскому учету «Изменения оценочных значений» ПБУ 21/2008, утвержденное приказом Минфина России от 06.10.2008 г. № 106н; 13) Положение по бухгалтерскому учету «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности» ПБУ 22/2010, утвержденное приказом Минфина России от 28.06.2010 г. № 63н;
- Положение по бухгалтерскому учету «События после отчетной даты» ПБУ 7/98, утвержденное приказом Минфина России от 25.11.1998 г. № 56н; 10 15) Положение по бухгалтерскому учету «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы» ПБУ 8/2010, утвержденное приказом Минфина России от 13.12.2010 г. № 167н;
- Письмо Роскомторга от 15 июля 1996 г. N 1-806/32-9 «О действующей нормативной документации для предприятий общественного питания»;
- Альбом унифицированных форм первичной учетной документации по учету операций в общественном питании (формы утверждены Постановлением Госкомстата РФ от 25.12.1998 N 132). С 1 января 2013 года формы первичных учетных документов, содержащиеся в альбомах унифицированных форм первичной учетной документации, не являются обязательными к применению. Вместе с тем обязательными к применению продолжают оставаться формы документов, используемых в качестве первичных учетных документов, установленные уполномоченными органами в соответствии и на основании

других федеральных законов (например, кассовые документы) (информация Минфина России N ПЗ-10/2012);

- Методические указания по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов, утвержденные приказом Минфина России от 28.12.2001 г. № 119н (далее — Методические указания № 119н);

- Методические указания по бухгалтерскому учету основных средств, утвержденные приказом Минфина России от 13.10.2003 г. № 91н;

- Методические указания по бухгалтерскому учету специального инструмента, специальных приспособлений, специального оборудования и специальной одежды, утвержденные приказом Минфина России от 26.12.2002 г. № 135н;

- Методические рекомендации по бухгалтерскому учету затрат, включаемых в издержки обращения и производства, и финансовых результатов на предприятиях торговли и общественного питания, утвержденные Роскомторгом и Минфином России 20.04.1995 г. № 1-550/32-2;

- Методологические рекомендации учета сырья, товаров и производства в предприятиях массового питания различных форм собственности, утвержденные Роскомторгом 12.08.1994 N 1-1098/32-2;

- Методические рекомендации по учету и оформлению операций приема, хранения и отпуска товаров в организациях торговли, утвержденные письмом Роскомторга от 10.07.1996 г. № 1-794/32-5 (могут применяться в части, не противоречащей действующему законодательству).

Предоставляя услуги общественного питания, предприятие берет на себя большую ответственность за состояние и здоровье своих потребителей, что делает соблюдение всех принятых правил и норм неотъемлемой частью осуществления данной деятельности. Сложность и специфичность сферы, также делает необходимым соблюдением нормативно-правового регулирования и при ведении бухгалтерского учета на предприятии. Необходимо соблюдать не только общеустановленные принципы осуществления деятельности и ведения бухгалтерского учета, но и учитывать все особенности данной отрасли.

Рассмотренная нормативно - правовая база является достаточно объемной и содержательной, что позволяет регулировать деятельность во всех значимых аспектах, и содержит всю необходимую информацию для осуществления деятельности в сфере общественного питания.

## **2 Учет продаж в сфере общественного питания (на примере ООО «ПрофиСервис»)**

### **2.1 Синтетический и аналитический учет продаж**

Предприятие ООО «ПрофиСервис» является неотъемлемой частью красноярского ресторанного холдинга Bellini group. Данное предприятие занимается производством кондитерских и хлебобулочных изделий и обеспечивает данной продукцией всю сеть холдинга. Точками сбыта являются такие рестораны, как: Перцы, Якитория, Свинья и бисер, Баран и бисер, Хозяин тайги, Крем кофе холл, Home, Mama's, Papa's, Benedikt coffe club, Trattoria Formaggi и кондитория РомБаба. Но из всех перечисленных заведений, только РомБаба является структурным подразделением ООО «ПрофиСервис», являясь основным местом снабжения, и занимается исключительно реализацией производимой продукции.

В связи с такими масштабами и многозадачностью, предприятие ведет отдельный учет деятельности цеха и деятельности кондитории.

Кондитория РомБаба является одним из молодых проектов Bellini group и ведет свою деятельность с 2016 года. Несмотря на это, кондитория уже пользуется большим спросом среди горожан, и в ближайшем будущем планируется открытие второй кондитории.

На данный момент, это небольшое по площади заведение, в котором можно приобрести продукцию на вынос, либо же расположиться в зале и потребить ее на месте. Кондитория предлагает потребителям большой выбор тортов, пирожные, свежую выпечку и различные напитки.

В заведение действует система самообслуживания, т.е. гость сначала самостоятельно определяется с выбором, совершает покупку, а потом уже, по желанию, может с ней расположиться за столиком. В связи с этим в кондитории нет официантов, и обслуживающий персонал состоит только из продавцов.

Вся имеющаяся продукция располагается на витрине и подлежит реализации. За ее наличие отвечает администратор кондитории. В течение дня администратор по необходимости, как правило не менее трех раз в смену, снимает остатки и оформляет заявку в цех. Процесс оформления заявки автоматизирован, и происходит с помощью программной системы R-Keerer.

Основное назначение системы R-Keerer состоит в том, чтобы как можно больше автоматизировать предприятия общественного питания, то есть гостиницы, кафе, рестораны и так далее. Подходит R-Keerer как для заведений одиночного, так и сетевого

типа. В распоряжении системы есть множество инструментов, позволяющих управлять не только заведением, но и складом, а также производством. Что касается полного программного обеспечения, то сюда входят несколько следующих модулей: для официантов, кассиров, менеджеров и система складского учёта. [13]

Процесс бухгалтерского учета также автоматизирован и ведется в программе 1С:Бухгалтерия. В учете деятельности эти две программы взаимосвязаны между собой, так как все информация о продажах импортируется из R-Кеерг в 1С.

R-Кеерг также используется в качестве кассового аппарата. Когда покупатель определился с выбором, продавец вбивает заказ в программу и рассчитывает гостя. После этого продавец самостоятельно собирает заказ, упаковывает и отдает покупателю.

В конце каждой рабочей смены администратор выводит из программы отчет по выручке каждого продавца в отдельности. Продавец должен сдать администратору сумму, указанную в этом отчете. Выручка указывается в наличном и безналичном расчете. При безналичном расчете продавец в течении дня собирает терминальные чеки, которые также сдает в конце смены.

По окончанию рабочего дня вся оставшаяся продукция проверяется по срокам реализации. Если срок реализации не истек, то продукция остается на следующий день, в противном случае, она подлежит списанию.

Деятельность ООО «ПрофиСервис» относится, в соответствии с Российским законодательством, к субъектам малого предпринимательства. Это дает ряд преимуществ при ведении деятельности, в том числе и при ведении бухгалтерского учета и отчетности. Так, в соответствии, с Федеральным законом от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», субъектам малого предпринимательства разрешается использовать упрощенные способы ведения бухгалтерского учета, в том числе, использовать сокращенный рабочий план счетов и упрощенные формы отчетности. Более подробный перечень допущений ведения бухгалтерского учета для малого предприятия представлен в приложении Б.

Основные критерии для определения категории предприятия установлены Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [26]

В соответствии с законом, для того, чтобы считаться малым, средним или микро-предприятием в 2017 году, нужно подходить по трём основным параметрам:

- попадать в рамки лимита по размеру доходов;
- попадать в рамки лимита по численности сотрудников;

- попадать в рамки лимита по доле участия других компаний в уставном капитале.[25]

Перечисленные лимиты указаны в таблице 2.2.

Таблица 2.2. – Критерии определения категории предпринимательства

Критерий	Среднее предприятие	Малое предприятие	Микропредприятие
Доходы	2 млрд. руб.	800 млн. руб.	120 млн. руб.
Численность	101 - 250 человек	100 человек	15 человек
Доля участия других лиц в капитале	Доля участия государственных образований (РФ, субъектов РФ, муниципальных образований), общественных и религиозных организаций и фондов не более 25% в сумме. Доля участия обычных юридических лиц (в том числе иностранных) не более 49% в сумме. Доля участия юрлиц, которые сами субъекты малого и среднего предпринимательства, не ограничена.		

Учитывая специфичность сферы, в которой работает предприятие, правильное и полное ведение бухгалтерского учета является одним из ключевых моментов для осуществления эффективной деятельности. Бухгалтерский учет должен соответствовать всем правилам и требованиям, установленным законом «О бухгалтерском учете», положением о бухгалтерском учете и отчетности, положением по бухгалтерскому учету «Учетная политика предприятия», планом счетов бухгалтерского учета и другими нормативными документами.

Организация бухгалтерского учета на предприятиях, рассматриваемой отрасли, зависит от введенной изначально учетной политики и разработанной самостоятельно на основе общих правил бухгалтерского учета под определенную специфику хозяйственной деятельности организации.

При ознакомлении с организацией, выяснилось, что на предприятии отсутствует учетная политика, как для целей бухгалтерского учета, так и для налогового учета, а также нет утвержденного рабочего плана счетов. Следовательно, отсутствует четкое регулирование ведения бухгалтерского учета внутри предприятия. Это может затруднять ведение учета, отсутствие таких документов на предприятии, может повлечь за собой серьезные последствия.

Так, например, если законодательство содержит альтернативные способы учета, подходящие для предприятия, а организация не закрепила применяемый метод учета, то налоговый орган может выбрать наиболее выгодный для бюджета способ и увеличить сумму налога, а также наложить штрафы и пени по доначисленным налогам. Отсутствие самых важных положений учетной политики налоговые инспекторы могут трактовать как грубое нарушение правил учета, а за это в ст.120 НК РФ предусмотрен штраф в размере 10 000 руб.[12]. Чтобы избежать подобных ситуаций, для предприятия была разработана и предложена учетная политика, которая приведена в приложении В. К учетной политике прилагается рабочий план счетов.

Учетная политика и план счетов разработаны с учетом особенностей ведения деятельности малых предприятий, а также учтены способы ведения бухгалтерского учета, осуществляемые на предприятии.

Кондитория осуществляет розничную торговлю продукции собственного производства, а также товаров, приобретенные у сторонних организаций.

В соответствии с учетной политикой, учет продукции, поступившей для реализации из цеха и товаров, полученных со стороны и подлежащих для продажи, учитываются в дебете счета 41 «Товары» в корреспонденции со счетами 20 «Основное производство» и 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

Продукция с цеха учитывается по производственной себестоимости. Товары, приобретаемые у поставщиков, учитываются по покупной стоимости, включая НДС. Деятельность кондитории освобождена от уплаты НДС, поэтому сумму налога не выделяют как при покупке товаров, так и при продаже.

Покупателям продукция отпускается по фиксированным продажным ценам. Стоимость проданной готовой продукции и товаров списывается в кредит счета 62 «Покупатели».

Все расходы кондитории, которые были понесены при осуществлении деятельности, подлежат учету в дебете счета 44 "Расходы на продажу". В качестве данных расходов, в данном случае, понимается заработная плата и отчисления работников кондитории, расходы на упаковку, амортизация оборудования, коммунальные услуги, аренда помещения и др. Данный счет корреспондирует со счетами 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», 70 «Расчеты по начислению заработной платы», 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению», 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей» и др.

Списания продукции также являются издержками обращения и учитываются на счете 44 «Расходы на продажу» по производственной себестоимости. Происходят списания, как правило, по двум причинам:

- 1) закончился срок реализации;
- 2) несоответствие должному внешнему виду.

Учет результатов продаж продукции ведется на счете 90 «Продажи». На данном счете отражается вся поступившая выручка с реализации, за минусом понесенных расходов.

Данный учет, предусмотренный учетной политикой, соответствует учету в ООО «ПрофиСервис».

Процесс реализации продукции в бухгалтерском учете на предприятии отражены следующими проводками (таблица 2.3):

Таблица 2.3 –Хозяйственные операции по отражению продаж в ООО «ПрофиСервис»

№	Хозяйственная операция	Дт	Кт
1	Поступила выручка за реализованную готовую продукцию и проданные товары	50,51	90.1
2	Списана стоимость проданной продукции	90.2	41
3	Списаны расходы на продажу	90.7	44
4	Полученный финансовый результат от реализации	90.1	90.9

Аналитический учет реализации продукции представляет собой натуральный и стоимостной вид. Он ведется по наименованиям, сортам, типам, размерам и местам хранения продукции. Цель организации аналитического учета получение полной и достоверной информации о наличии, поступлении и расходе продукции, а так же обеспечения контроля за ее сохранностью со стороны материально ответственных лиц.

Аналитический учет реализованной продукции в ООО «ПрофиСервис» организуется как по отдельным видам продукции в натуральном выражении, так и в разрезе платежных документов. Весь учет автоматизирован (используется программа 1С:Бухгалтерия8), и в связи с этим, важную роль при ведении аналитического учета играют субконто Номенклатурные группы и Номенклатура.

Как объекты программы оба субконто независимые, т. е. не подчинены друг другу. Но для целей учета между ними устанавливается связь «один ко многим», где «один» - это номенклатурная группа, а «многие» - номенклатура. Другими словами, для каждой номенклатурной единицы в программе указывается номенклатурная группа, к которой относится или в которую входит номенклатурная единица.

При выборе наименования объектов аналитического учета по субконто номенклатурные группы (элементов справочника Номенклатурные группы) в качестве основы можно использовать Общероссийский классификатор видов экономической деятельности ОК 029-2007 и Общероссийский классификатор услуг населению ОК 002-93. Также организация вправе сама устанавливать наименования номенклатурным группам. Так, в ООО «ПрофиСервис» номенклатурные единицы распределяются по группам: «Торты», «Пироги», «Ромовые бабы» и т.д.

Первое субконто используется для аналитического учета выручки от продаж и себестоимости услуг на счете 90 «Выручка», аналитического учета затрат на счетах 20 «Основное производство».

Субконто Номенклатура используется для аналитического учета выручки от продаж на счете 90.

Аналитический учет продажи продукции осуществляется на активно-пассивном счете 90 «Продажи». К счету на предприятии открыты следующие аналитические счета:

- 90.1- «Выручка»;
- 90.2 - «Себестоимость продаж»;
- 90.7 – «Расходы на продажу»
- 90.9 - « Прибыли и убытки».

Информация о расходах на продаж обобщается на счете 44 «Расходы на продажу». Аналитический учет ведется по видам расходов на продажу (субконто "Статьи затрат"). Каждый вид расходов - элемент справочника "Статьи затрат". Для отражения операций реализации таких услуг в «1С:Бухгалтерии 8» (ред. 3.0) предназначены документы «Реализация товаров и услуг», «Отчет о продажах». При проведении указанных документов в бухгалтерском учете отражается признание выручки. Затраты на оказание услуг торговли учитывать обособленно не требуется. Они входят в состав издержек обращения, признаваемых расходами по обычным видам деятельности текущего периода. В «1С:Бухгалтерии 8» (ред. 3.0) указанные затраты списываются со счета 44 в дебет счета 90.7 «Расходы на продажу».

Также, при использовании нескольких систем налогообложения в аналитическом учете рекомендуется на разных номенклатурных группах учитывать услуги, по которых



требуется вести отдельный учет доходов и расходов (для целей ЕНВД по отдельным видам деятельности, для НДС при осуществлении операций реализации, облагаемых и необлагаемых налогом на добавленную стоимость).

Субсчета счета 90 «Продажи», заполняются информацией в течении года. В конце года все субсчета закрываются и списываются на счет 99 «Прибыли и убытки».

В конце каждого месяца бухгалтер сопоставляет кредитовые обороты счета 90.01 и совокупность дебетовых вышеуказанных счетов.

На основании полученных результатов можно говорить об образовании прибыли или убытка. Соответствующие обороты списываются со всех субсчетов 90 счета в дебет 90.9 при образовании по итогам месяца убытка, в кредит 90.9 — сумм прибыли.

В конце года все субсчета 90 счета (кроме 90.09) подлежат закрытию путем списания их оборотов в счет 90.09. Такой метод организации учета очень удобен, т. к. данные по каждому субсчету соответствуют графам «Отчета о финансовых результатах» по всем статьям доходов и расходов предприятия по основному виду деятельности.

Процесс признания выручки это списание себестоимости продукции и всех понесенных расходов на финансовый результат.

Далее с финансового результата списывают начисленные налоги.

Проводки составляют после перехода права собственности на товар покупателю.

В конце каждого месяца бухгалтер подсчитывает результат деятельности предприятия. Выполняется это сравнением кредитовых оборотов по счету 90.01 с суммой дебетовых оборотов счета 90.02.

При положительной разнице предприятие получает прибыль, при отрицательной – убыток.

Все субсчета синтетического счета 90 в течение года имеют сальдо, которое с каждым месяцем возрастает.

После подсчета финансового результата по итогам декабря, субсчета 90 счета подлежат закрытию. Проводки составляются таким же образом, как и при списании сумм в конце любого другого месяца:

- Дт 90.01 Кт 90.09;
- Дт 90.09 Кт 90.02–90.07.

В результате сделанных записей происходит закрытие счета 90: обороты по дебету и кредиту по каждому из субсчетов равны, а конечное сальдо приравнялось к нулю. В начале следующего года бухгалтер заново откроет синтетический счет и каждый из субсчетов его составляющих.

Допущения, предусмотренные законодательством для субъектов малого предпринимательства, достаточно упрощают процесс ведения бухгалтерского учета. В ООО «ПрофиСервис» отражение всего процесса реализации можно отразить с помощью следующих счетов: 41 «Товары», 44 «Расходы на продажу», 90 «Продажи». Такое, небольшое количество используемых счетов при ведении синтетического учета, делает необходимым ведение более детального аналитического учета. Данное требование на предприятии выполняется благодаря автоматизации учета в программах R-Keper и 1С. Программы позволяют оперативно и в полном объеме учитывать всю информацию о движении продукции по наименованиям, сортам, типам, размерам и местам хранения продукции.

## **2.2 Налогообложение деятельности малых предприятий**

Современная налоговая система России предполагает налогообложение малых предприятий осуществлять либо по традиционной системе, либо по упрощенной системе налогообложения (далее УСН), учета и отчетности или путем перевода предприятия на уплату единого налога на вмененный доход (далее ЕНВД).

В ООО «ПрофиСервис» одновременно используется две системы налогообложения – УСН и ЕНВД. Такое сочетание систем используется на практике достаточно часто, так как позволяет уменьшить налоговое бремя. Основным нормативным актом, регулирующим процесс совмещения систем налогообложения, выступает Налоговый кодекс.

Законодательство допускает такой вариант налогового учета при выполнении необходимых условий:

- общая численность сотрудников организации не должна превышать 100 человек;
- остаточная стоимость всех основных средств должна быть не более 100 млн. рублей;
- налогоплательщики обязаны вести отдельный учет операций, относящихся к применяемым ими системам налогообложения.

Необходимость ведения отдельного учета по разным режимам налогообложения обусловлена различиями механизма расчета и взимания налога на УСН и ЕНВД. При этом, ведение налогового учета доходов и расходов для исчисления и уплаты налога по ЕНВД не требуется, так как величина вмененного налога фиксирована. Следовательно, главная задача при совмещении этих режимов правильно определить налоговую базу и рассчитать упрощенный налог.

При УСН организация должна учитывать доходы (или доходы и расходы – если налог считается с разницы между доходами и расходами). При расчете ЕНВД предусмотрен вмененный доход бизнеса – то есть тот доход, который налогоплательщик на ЕНВД может получить в течение налогового периода (сумма налога при этом корректируется коэффициентами-дефляторами, которые учитывают инфляцию и региональные особенности ведения бизнеса).

Расходы по разным видам деятельности также необходимо учитывать отдельно. В случае, когда расходы предприятия нельзя соотнести к определенной деятельности однозначно, то эти расходы необходимо распределить пропорционально доле доходов, полученных в рамках соответствующего режима, в общем объеме поступивших по всем совмещаемым режимам доходов за один и тот же период. Период распределения согласно рекомендациям Минфина России должен быть равен месяцу.

Раздельному учету также подлежит учет заработной платы и страховых взносов работников предприятия, как для УСН, так и для ЕНВД. В случае УСН – доходы минус расходы, затраты на оплату труда сотрудников и начисленные с нее страховые взносы в фонды включаются в состав расходов. При УСН – доходы, не смотря на то, что предприятие не учитывает расходы при определении налоговой базы, оно имеет право уменьшить налог на сумму страховых, взносов, больничных, взносов по страхованию. На такое же право уменьшить налог на предусмотрено и для плательщиков ЕНВД. Заработная плата и начисления работников, которые принадлежат к обоим видам деятельности (руководитель, бухгалтер) также следует распределять пропорционально доле дохода от определенного вида деятельности в общем доходе предприятия.

Для соблюдения этого требования, при ведении бухгалтерского учета, аналитический учет ведется по видам доходов и расходов с распределением по видам деятельности. Для этого в конфигурации 1С, необходимо указать все необходимые параметры учета для каждой из деятельности. Синтетический учет рекомендуется вестись по счетам с дополнительными субсчетами, закрепленными за каждым видом деятельности. Также, следует закрепить все методы, используемые на предприятии, для ведения раздельного учета, как в учетной политике.

Помимо требований совмещения систем налогообложения, каждая деятельность должна отвечать требованиям, установленным Налоговым кодексом для применения налоговой системы.

Для применения УСН необходимо выполнение определенных условий:

- отсутствие обособленных подразделений в виде филиалов в организации;

- итоговая остаточная стоимость основных средств не должна быть больше 150 млн. рублей;

- общая численность сотрудников, трудоустроенных на предприятии, не должна превышать 100 человек;

- доля участия в ней других организаций не может превышать 25%

- и другие условия, установленные ст. 346.12 НК РФ.

На УСН (доходы минус расходы) ООО «ПрофиСервис» осуществляет производственного цеха.

Деятельность на упрощенной системе, в соответствии с налоговым законодательством, освобождена от таких налогов, как:

- налог на прибыль организаций, за исключением налога, уплачиваемого с доходов по дивидендам и отдельным видам долговых обязательств;

- налога на имущество организаций, однако, с 1 января 2015 г. для организаций, применяющих УСН, устанавливается обязанность уплачивать налог на имущество в отношении объектов недвижимости, налоговая база по которым определяется как их кадастровая стоимость;

- налога на добавленную стоимость.

Применение УСН не освобождает от исполнения функций по исчислению, удержанию и перечислению НДФЛ с заработной платы сотрудников.

С деятельности цеха, предприятие уплачивает налог, в размере 15% с разницы между полученным доходом и понесенными расходами, в рамках деятельности цеха. В случае, когда предприятие выбирает УСН-доходы, уплате подлежит 6% от суммы полученных доходов, не учитывая расходы.

Отчетными периодами при УСН являются квартал, полугодие, 9 месяцев и год. Налоговый период – год.

Налог уплачивается 4 раза в год: 3 авансовых платежа и годовой: квартал - полугодие - 9 месяцев - год. Авансовые платежи уплачиваются не позднее 25 календарных дней с дня окончания отчетного периода. Сдача декларации и уплата оставшегося налога по итогам года уплачивается не позднее 31 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом. Налоговая декларация утверждена Приказом ФНС России от 26.02.2016 № ММВ-7-3/9.

На ЕНВД в ООО «ПрофиСервис» осуществляется деятельность кондитерии, так как полностью подходит по условиям применения этой системы.

Для применения ЕНВД необходимо:

- применять ЕНВД на территории, где ведет свою деятельность налогоплательщик;

- вид предпринимательской деятельности, осуществляемый налогоплательщиком, указан в перечне видов деятельности, дающих право на использование ЕНВД, для данного региона;

- отсутствуют обособленные подразделения в виде филиалов в организации;

- общая численность сотрудников, трудоустроенных на предприятии, не более 100 человек;

- доля участия в ней других организаций не более превышать 25%;

- не осуществлять деятельность в рамках доверительного договора и простого товарищества;

- не являться учреждением образования, здравоохранения и социального обеспечения в части деятельности по оказанию услуг общественного питания;

- быть субъектом среднего, малого или микро предпринимательства.

Налоги, от которых освобождена деятельность кондитории:

- налог на прибыль организаций;

- налог на имущество организаций;

- налог на добавленную стоимость (в отношении операций, признаваемых объектами налогообложения в соответствии с главой 21 НК РФ, осуществляемых в рамках предпринимательской деятельности);

К уплате подлежит единый налог на вмененную деятельность.

Отчетным периодом является квартал. Декларация предоставляется в налоговый орган не позднее 20 числа месяца, следующего за кварталом. Форма декларации утверждена приказом ФНС России от 19.10.2016 № ММВ-7-3/574.

Уплата происходит не позднее 25 числа месяца, следующего за отчетным периодом (кварталом).

Расчет налога производится по следующей формуле:

$$\text{ЕНВД} = (\text{Налоговая база} * \text{Ставка налога}) - \text{Страховые Взносы}$$

Налоговая база (Вмененный доход) = Базовая доходность \* Физический показатель.

Ставка налога равна 15 % от величины вмененного дохода.

За базовую доходность принимается условный месячный доход на единицу физического показателя, характеризующего осуществляемый вид предпринимательской деятельности. Размер базовой доходности каждый год рассчитывается и устанавливается законодательством.

За каждым показателем базовой доходности закреплен физический показатель. Физический показатель для базовой доходности может быть численно равен количеству работников, площади помещения в «квадратах», числу посадочных мест.

Так, в сфере услуг общепита с собственным залом базовая доходность равна 1 000 рублей на 1 кв.метр. Физическим показателем считается площадь зала обслуживания.

Базовая доходность корректируется в соответствии с коэффициентом-дефлятором (К1) и корректирующим коэффициентом (К2, ст. 346.27 НК РФ) [12].

Коэффициент–дефлятор (К1) используется для того, чтобы привести вмененный доход к уровню потребительских цен на товары (работы, услуги) прошлого года. Другими словами, чтобы учесть влияние инфляции. Значение К1 на очередной календарный год, обычно, устанавливает Минэкономразвития России не позднее 20 ноября предыдущего года (п. 2 распоряжения Правительства РФ от 25 декабря 2002 г. № 1834-р). На данный момент коэффициент-дефлятор составляет 1,798.

С помощью корректирующего коэффициента (К2) корректируются факторы, влияющие на базовую доходность от различных видов предпринимательской деятельности. Например, ассортимент товаров, сезонность, режим работы, величину доходов, особенности места ведения деятельности.

К2 устанавливается и корректируется представительными органами муниципальных районов, городских округов, законодательными (представительными) органами государственной власти городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга.

Для деятельности кондитории в городе Красноярске такой коэффициент на данный момент равен 1.0.

Рассмотрим расчет суммы ЕНВД в ООО «ПрофиСервис»:

Налогооблагаемая база:

- физический показатель: 41 кв. м.;
- базовая доходность: 1000 рублей в месяц;
- К1= 1,798;
- К2 = 1.

Налоговая база =  $41 * 1000 * 1,798 * 1 = 73718,2$  руб.

Сумма налога составит:  $61262,2 * 15\% = 9189,33$  руб;

На основании Российского законодательства при расчете суммы налога по ЕНВД налогоплательщики ЕНВД имеют право уменьшить сумму налога, исчисленную за налоговый период, на суммы платежей (взносов) и пособий, которые были уплачены в пользу работников, занятых в тех сферах деятельности налогоплательщика, по которым уплачивается единый налог.). При этом сумма такого уменьшения не может быть больше, чем 50 % исчисленного налога.

Сумма страховых взносов и пособий работников кондитории превышает сумму рассчитанного налога, следовательно уменьшить налог можно только 50% от его суммы.

Уменьшенная сумма налога =  $9189,33 * 50\% = 4594,6$  руб;

Полученная сумма равна месячному налогу. Так, как налог уплачивается поквартально, данную сумму будет подлежать к уплате в трехкратном размере.

Сумма налога по ЕНВД за отчетный период составит -  $4594,6 * 3 = 13783,8$  руб.

Данные по начислению ЕНВД в бухгалтерском учете отражаются следующей проводкой:

Дт 99 "Прибыли и убытки" - Кт 68 "Расчеты по налогам и сборам"

Отражение по начислению ЕНВД должно проводиться последним днем налогового периода.

Проводка по уплате налога ЕНВД отражается записью по счетам:

Дт 68 "Расчеты по налогам и сборам" – Кт 51 «Расчетный счет».

Для формирования конечного финансового результата деятельности организации, соответствии с Инструкцией по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций, утвержденной Приказом Минфина России от 31.10.2000 N 94н, используется счет 99 «Прибыли и убытки»[15].

По итогам года сумма, накопившаяся на счете 99 «Прибыли и убытки», будет отнесена на счет 84 «Нераспределенная прибыль»:

Дт 99 «Прибыли и убытки» - Кт 84 «Нераспределенная прибыль» - прибыль

Дт 84 «Нераспределенная прибыль» - Кт 99 «Прибыли и убытки» - убыток.

Таким образом, в сфере налогообложения субъектам малого предпринимательства дается выбор, как организовать свой налоговый учет. Малые предприятия, при соблюдении всех необходимых условий, могут самостоятельно выбрать налоговую систему, либо же несколько систем. Так, ООО «ПрофиСервис» использует одновременно две системы. На УСН осуществляется деятельность цеха, на ЕНВД – кондитории. Такое сочетание систем, позволяет предприятию упростить ведение налогового учета и снизить налоговое бремя деятельности.

### **3 Анализ продаж в сфере общественного питания (на примере ООО «ПрофиСервис»)**

#### **3.1 Анализ структуры и динамики товарооборота**

Достоверное ведение бухгалтерского учета и полное отражение операций хозяйственной деятельности играет большую роль для принятия управленческих решений. На основе данных учета могут проводиться различные виды анализа. Одним из таких видов является анализ продаж.

Анализ продаж является одной из важных составляющих ведения современного бизнеса. Данный анализ позволяет понять тенденции, характеризующие торговую деятельность предприятия на определенной стадии. Анализ дает возможность определить уровень продаж (их рост или спад) и помогает найти возможные резервы роста.

На данный момент, в сфере продаж анализ многообразен, содержит множество методов и инструментов, которые активно используются на практике.

Анализ продаж следует начинать с оценки ситуации в целом. При анализе продаж, в первую очередь, необходимо рассмотреть изменения товарооборота, так как его величина в розничной торговле является основным результатом.

На основании отчетов по продажам, представленных в приложениях Г, Д, Е, проведем анализ товарооборота ООО «ПрофиСервис». Рассмотрим структуру товарооборота и его изменения за период: январь, февраль и март.

Товарная структура розничного товарооборота включает в себя продовольственные товары, которые разделены на ассортиментные группы. Единица товара одной ассортиментной группы именуется позицией. Структура продовольственных товаров кондитерии состоит из следующих ассортиментных групп:

- ромовые бабы (6 видов позиций);
- торты (19 видов позиций);
- пирожные (8 видов позиций);
- печенье (5 видов позиций);
- пироги (5 видов позиций);
- выпечка (10 видов позиций);
- хлеб (4 вида позиций);
- чай (8 видов позиций);
- кофе (4 вида позиций);
- напитки (5 видов позиций);
- прочее (1 вид позиции).



Рассмотрим, структуру товарооборота за каждые три месяца, представленную на рисунке 3.1, 3.2, 3.3. Данные для анализа представлены в таблице 3.1.

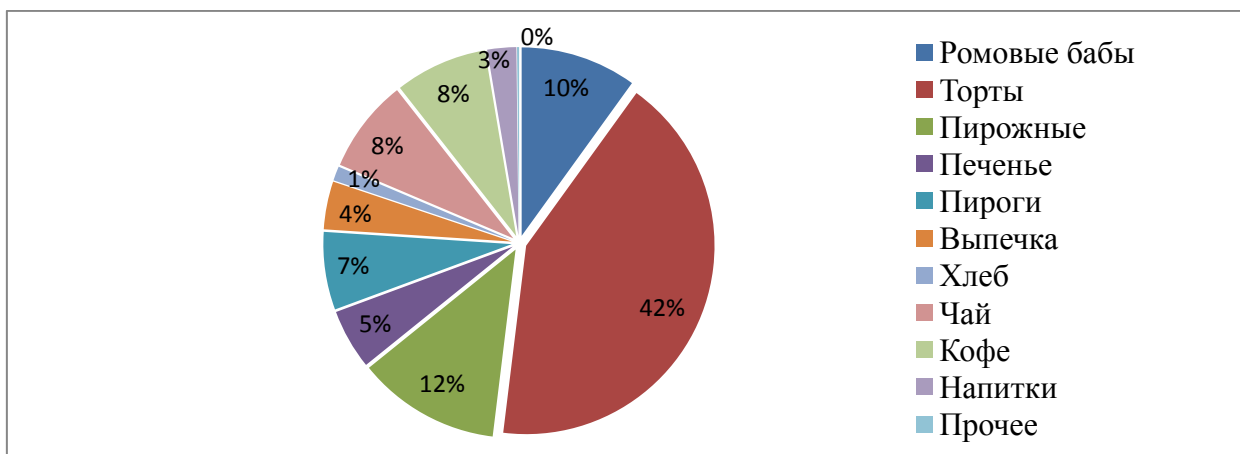


Рисунок 3.1 – Структура товарооборота в январе

Как показано, на рисунке 3.1 большой удельный вес в структуре продовольственных товаров в январе приходился на торты. Это означает, что практически половина от общей суммы продаж поступает с реализации тортов. Удельный вес данной продукции в марте составляет больше 42%. Это обусловлено более высоким предложением, в сравнении с остальной продукцией, разнообразием ассортимента и популярностью среди потребителей. На втором месте по реализации находятся пирожные, удельный вес которых составляет 12%. Третье место по удельному весу занимают ромовые бабы. Среди продукции собственного производства самый маленький удельный вес приходится на хлеб. За все три месяца процент продаж хлеба составил 1%. Среди товаров, приобретаемых со стороны, большой удельный вес приходится на чай и кофе.

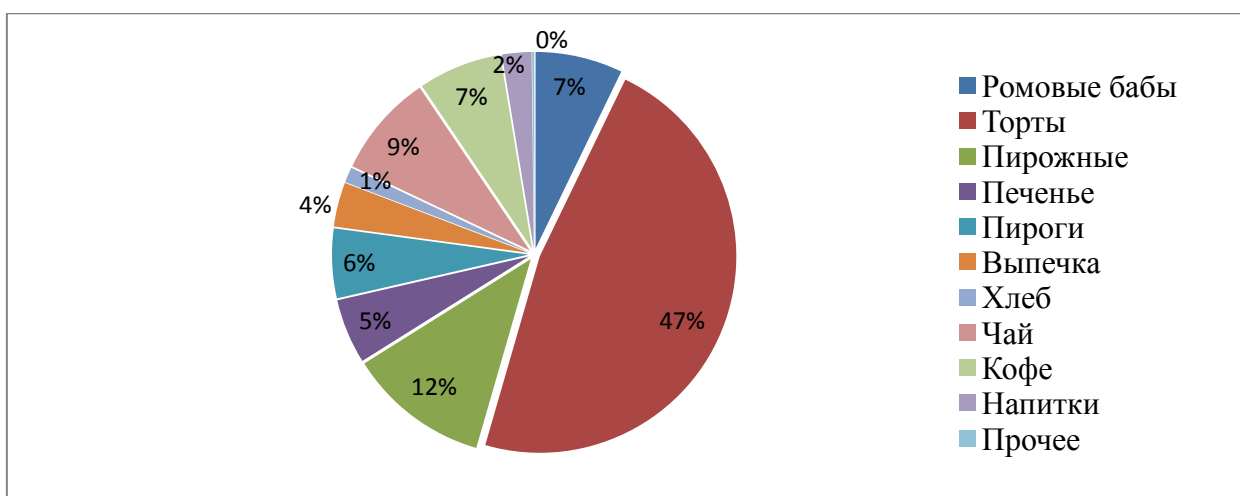


Рисунок 3.2 – Структура товарооборота в феврале

В феврале удельный вес тортов составил 47%, что на 5% больше, чем в январе. Удельный вес пирожных остался, как прежде, 12%. Снизился данный показатель у ромовых баб на 3% и был равен 10%. Среди товаров, приобретаемых со стороны, больший удельный вес также приходится на чай и кофе, но на чай пришлось 9% (на 1% больше, чем в январе), на кофе – 7% (на 1% меньше, чем в январе).

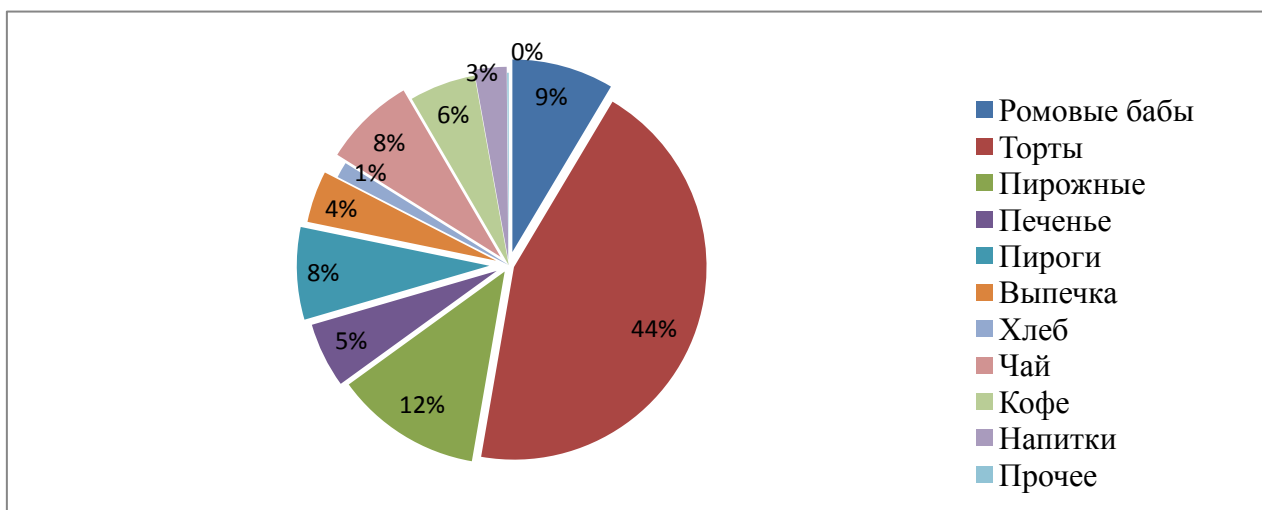


Рисунок 3.3 – Структура товарооборот в марте

В марте удельный вес тортов составил 44%, пирожных – 12%, ромовые бабы – 9%, чай и кофе – 8%. Увеличился удельный вес пирогов до 8%.

В целом, за январь-март, значительных изменений в структуре товарооборота не происходило.

Данные таблицы 3.1, показывают изменения объема продаж. За рассматриваемый период, можно наблюдать положительную тенденцию. Объем продаж за январь-март увеличился в общей сумме на 16, 5%. Сумма полученной выручки от проданных товаров в январе составляла 2475443 рублей. В феврале этот же показатель составил 262382 рублей, что на 10,6 % больше, чем в предыдущем месяце. В марте также наблюдается рост, но уже в меньшем размере. Сумма проданных товаров в марте равна 2899556 рублей, что на 5,91% больше, чем в марте. Рост объема продаж в феврале произошел за счет увеличения продаж тортов, печенья, чая. В марте большим ростом продаж выделились пироги. Их объем продаж увеличился практически в два раза, и темп роста составил 43,42%. Также, больше стали продаваться ромовые бабы и выпечка. Их продажи увеличились на 26%. Наблюдается снижение продаж у кофе, в общей сумме на 18%.

Причинами подобной динамики могут быть разные, как изменение поведения потребителей, так и изменения в работе самого предприятия.

Таблица 3.1 – Анализ товарооборота ООО «ПрофиСервис»

Наименование ассортиментной группы	Январь		Февраль				Март			
	Выручка, руб	Удельный вес, %	Выручка, руб	Удельный вес, %	Темп роста		Выручка, руб	Удельный вес, %	Темп роста	
					руб.	%			руб.	%
Ромовые бабы	246520	10,0	196520	7,2	-50000	79,7	248040	8,6	51520	126,22
Торты	1039290	42,0	1294885	47,3	255595	124,6	1280877	44,2	-14008	98,92
Пирожные	303500	12,3	317925	11,6	14425	104,8	356485	12,3	38560	112,13
Печенье	127815	5,2	146030	5,3	18215	114,3	158315	5,5	12285	108,41
Пироги	165220	6,7	156605	5,7	-8615	94,8	224600	7,7	67995	143,42
Выпечка	101885	4,1	99885	3,6	-2000	98,0	125820	4,3	25935	125,96
Хлеб	30400	1,2	34440	1,3	4040	113,3	38330	1,3	3890	111,30
Чай	198672	8,0	232341	8,5	33669	116,9	223517	7,7	-8824	96,20
Кофе	196294	7,9	188074	6,9	-8220	95,8	161270	5,6	-26804	85,75
Напитки	61482	2,5	66080	2,4	4598	107,5	78567	2,7	12487	118,90
Прочее	4365	0,2	5040	0,2	675	115,5	3735	0,1	-1305	74,11
Итого	2475443	100,0	2737825	100,0	262382	110,6	2899556	100,0	161731	105,91

### 3.2 Анализ рентабельности ассортимента и выполнение плана продаж

Любое предприятие, деятельность которого связана с реализацией товара и услуг, ставит перед собой задачу достижения максимально возможного уровня продаж. Именно высокий уровень продаж служит достижению хороших результатов от деятельности. В условиях современного рынка и большой конкуренции для привлечения и удовлетворения спроса потребителей уже недостаточно предлагать просто качественный товар. Предприятия должны уделять большое внимание актуальности предлагаемого ассортимента. Для построения эффективной системы работы с продаваемым товаром или услугой, необходимо постоянно мониторить и анализировать продажи. Стоит также обратить большое внимание на планирование продаж.

Методами для построения эффективной работы с продукцией является ABC-анализ и анализ выполнения плана по объему продаж.

ABC-анализ является достаточно простым, но при этом мощным инструментом. Проведение подобного анализа необходимо для выявления групп товаров, которым следует уделить дополнительное внимание для их продвижения на рынке сбыта, или наоборот выявить наиболее перспективные виды продукции. С помощью него можно получить всю необходимую информацию, для того чтобы выявить объекты (товары), требующие первостепенного внимания.

ABC-анализ позволяет провести оптимизацию ассортимента в сетях предоставления товара и услуг. Повышение эффективности продукции и увеличение объема продаж зависят от правильной оценки прибыльности каждой позиции. Ассортимент обычно анализируется по двум характеристикам: объем продаж и получаемая прибыль. ABC-анализ разбивает продукцию на группы:

- Группа «А». Сюда будут отнесены товары, доля нарастающего итога которого близка к 0,8 (80%);
- Группа «В». В данной группе товары с долей нарастающего итога приблизительно равной 0,95 (95%);
- Группа «С». Все товары расположенные ниже группы «В», а следовательно являющиеся неликвидными.

Особенностями применения ABC-анализа занимались российские и зарубежные ученые в различных отраслях экономики. Так, Т.В.Титова и А.Ю.Рыманов применили ABC-анализ в производстве сухих строительных смесей. С.В.Мхитарян использовал ABC-анализ в отраслевых сегментах на рынке B2B. Применение методов анализа ассортимента в целях

совершенствования товарной политики компании показали С.В.Ласковец и другие. А.П.Бровин описал управление запасами широкой номенклатуры с использованием ABC-анализа. А.А.Наумов рассмотрел проблемы классических методов анализа. Анализ товарного портфеля сельскохозяйственного предприятия провел А.И.Репичев. Р.И.Баженов занимался разработкой программных систем для проведения различных видов анализа ассортимента.[27]

Проведем ABC-анализ предлагаемого товара в рассматриваемом предприятии за март 2017 года.

На основе отчета по продажам, представленного в приложении Е, была сформирована информационная база для проведения анализа и представлена в формате таблицы (приложение Ж) Таблица показывает количество проданного товара (единиц) и объем продаж (в рублях) за март 2017 года. В таблице произведена сортировка объектов анализа ассортимента продукции в порядке убывания выручки в рублях каждой позиции. Далее вычислена доля дохода от реализации каждой позиции и доля с нарастающим итогом анализа ассортимента. На основании полученных данных, все позиции были распределены по группам А, В,С.

Результат распределения показан в таблице 3.2.

Таблица 3.2 - Итоговые значения распределения по выручке

Группа ABC	Выручка, руб.	Доля, %	Количество наименований	Доля, %
Группа А	2341275	80,75	40	53,33
Группа В	431741	14,39	20	26,67
Группа С	126540	4,86	15	20,00
Итого	2899556	100,00	75	100,00

Проанализировав полученные данные из таблицы 3.2 можно сделать выводы:

- 1) Группа А содержит 40 наименований, что составляет 53% от общего количества продукции исследуемого ряда продукции. Однако, доля выручки на данную группу составляет около 80% в общем объеме продаж.
- 2) Группа В включает в себя 20 наименование продукции, что составляет 27% от общего количества продукции. Доля выручки на данную группу приходится 15% от общего объема продаж.

3) Группа С включает в себя 15 наименований, что составляет 20% от общего количества ассортимента. Доля выручки на данную группу приходится 5% от общего объема продаж.

Далее, объекты анализа ассортимента продукции были аналогично распределены по группам А, В,С в порядке убывания товара, только уже в зависимости от проданного количества каждой позиции. Данные представлены в приложении И.

Результат распределения показан в таблице 3.3.

Таблица 3.3 - Итоговые значения по объему продаж и количеству наименований

Группа ABC	Объем продаж, шт	Доля, %	Количество наименований	Доля, %
Группа А	22815	80,31	43	57,33
Группа В	4260	15,00	19	25,33
Группа С	1333	4,69	13	17,33
Итого	28408	100,00	75	100,00

Проанализировав данные из таблицы 3.3, можно сделать выводы:

1) Группа А содержит 43 наименования, что составляет около 57% от общего количества исследуемых продуктов. Доля выручки на данную группу составляет около 80% в общем объеме продаж.

2) Группа В включает в себя 19 наименований что составляет 25,33% от общего количества единиц номенклатуры. Доля выручки на данную группу приходится 15% от общего объема продаж.

3) Группа С включает в себя 13 наименований что составляет 17,33% от общего количества продукции. Доля выручки на данную группу приходится около 5% от общего объема продаж.

Для сравнения полученных результатов, приведенных в приложениях Ж и И, было произведено сцепление групп ABC-анализа. Результат показан в приложении К.

После сцепления групп мы видим, какие товары являются более успешными (ликвидными) по количеству проданного товара и вырученной прибыли в компании. Первая буква обозначает выручку в рублях, а вторая - количество проданных единиц.

Проведем анализ получившихся результатов. Анализ приведен в таблице 3.4.

Таблица 3.4 является заключительной в данном анализе и дает возможность оценить состояние продаж любой продукции, которая представлена в кондитории.

Таблица 3.4 – Анализ выделения успешных товаров

Группа ABC	Количество наименований	Наименования продукции	Доля от общего количества, %
AA	38	Торт «Черный лес», торт «Киевский», торт «Бананово-клубничный», торт «Классический Наполеон», капучино, торт «Красный бархат»; меренговый рулет, торт «Шоколадный чизкейк», торт «Классический чизкейк», торт «Сицилийский», пирожное Малиновые облака, торт «Шоколадно-кокосовый Наполеон», торт «Дамские пальчики», пирожное Муравейник, торт «Бедный еврей» и др.	50,6
AB	1	Картофельно-мясной пирог.	1,3
AC	1	Торт «Малиновые облака».	1,3
BA	6	Корзинкасливовая, коврижка, морс, детская ромовая баба в клубничном шоколаде, макаронс, пирожное «Картошка».	8
BB	11	Чай «Анти-стресс», чай «Таежный», корзинка лимонная, чай «Сибирский сад», молочный коктейль, слоеная булочка с корицей, круассан классический, детская ромовая баба в темной шоколаде, чай «Каркаде», круассан с вареной сгущенкой, круассан шоколадный.	14,6
BC	3	Чай «После баньки», какао, пряник расписной.	4
CA	0	-	0,0
CB	8	Слойка с курицей и грибами, слойка с сыром и ветчиной, хлеб «Бородинский», чай «Бабушкин сбор», хлеб с вялеными томатами, хлеб «Злаковый», маковая плетенка, багет.	10,6
CC	7	Улитка с яблоком, булочка с вишней, минеральная вода «Байкал», сок, эспрессо, ватрушка с творогом, сироп.	9,3

На основании данных ABC-анализа, можно сделать вывод, абсолютным лидером по ликвидности является торт «Малиновые облака», принадлежащий группе «АС». При низком количестве продаж, в сравнении с другими позициями, данный товар входит в группу товаров, выручка которых составляет большую часть от общей суммы выручки.

Все товары групп «АА» и «АВ» также имеет высокую рентабельность, что значит продажа которой приносит основную прибыль. В целом, процент рентабельной продукции составляет 53,2 % от всей продукции, что является достаточно хорошим показателем. В данном случае, следует только отслеживать колебания спроса на данные позиции. Возможно, есть продукция, предложение которой будет даже целесообразно увеличить.

Продажи групп «ВА», «ВВ» и «ВС» также занимают второе место по ликвидности. Уровень спроса меньше, чем у ранее упомянутых групп, но не критичный. На данные группы приходится 26,6%.

Особое внимание стоит обратить на оставшиеся группы – «СВ», «СС». Доля данных групп составляет 19,9%. Товар данной группы имеет маленький процент продаж и приносит меньше всего выручки. Возможно, есть продукция, которую имеет смысл заменить или вообще убрать. Для принятия, каких либо решений, нужно рассматривать каждый товар в отдельности и выявлять причины низкой ликвидности.

Рассмотрим, анализ выполнения плана на продукцию собственного производства.

Оценка выполнения плана по ассортименту продукции обычно производится с помощью одноименного коэффициента, который рассчитывается путем деления общей фактической реализацией продукции, зачтенной в выполнение плана по ассортименту, на общий плановый выпуск продукции.

Оценка выполнения плана по номенклатуре основывается на сопоставлении плановой и фактической реализации продукции.

Проведем анализ выполнения плана в ООО «ПрофиСервис» за март 2017 года.

В качестве плановых показателей будут взяты данные о выпуске цехом готовой продукции для кондитории. Как упоминалось ранее, выпуск необходимой продукции происходит после оформления заявки администратором, следовательно, именно от него зависит построение плана продаж за рабочую смену. В связи, с тем, что спрос непостоянен, администратор при оформлении заявки может опираться только на свой опыт прошлых продаж. Например, в выходные больше реализуется продукции, чем в выходные. В праздники спрос повышается на торты. А утром людей интересует выпечка.

Фактическими данными служит количество реализованной продукции. Данные анализа представлены в таблице 3.5 по ассортиментам группам. Использованные данные и полный анализ по каждой позиции приведен в приложении Л.



Таблица 3.5 – Анализ выполнения плана за март 2017 года по группам

Наименование ассортиментной группы	Объем продаж		Выполнение плана, %
	План, шт.	Факт, шт.	
Ромовые бабы	3405	3276	96,2
Торты	9955	9297	93,4
Пирожные	3802	3631	95,5
Печенье	3310	3277	99,0
Пироги	1910	1761	92,2
Выпечка	2171	2107	97,1
Хлеб	837	800	95,6
Итого	25390	24149	95,1

На данном предприятии, с помощью подобного анализа, можно выявить, насколько оформленные заявки оправдываются продажами, и на какую продукцию стоит обратить особое внимание при оформлении следующих заявок в цех.

В целом, итоговые значения, показывают практически полное выполнение плана, 95,1%.

Но если рассматривать каждую позицию в отдельности, то можно обратить внимание, что некоторая продукция особенно отличается процентными отклонениями.

Так, в большей степени, не выполняется план по тортам и пирогам. Процент списаний на торты равен 6,6%, на пироги 7,8%. Такой процент списаний может быть обусловлен небольшим сроком реализации. Как правило, для тортов срок реализации составляет от 18 до 72 часов. Для пирогов срок реализации составляет 24 часа. В отличие от пирогов и тортов, печенье, срок реализации которого может доходить до 30 – 45 суток, реализуется практически на 100%. Также стоит обратить внимание на пирожные и хлеб, процент выполнения плана которых равен 95,5% и 95,6%, соответственно. Решением в такой ситуации, может быть более частое оформление заявок на данную продукцию и в меньшем количестве. Возможно, следует уменьшить предложение, тем самым снизив процент списаний не пользующейся спросом продукции.

Частое использование на практике ABC-анализа, совместно с анализом выполнения плана, может помочь составлять план продаж более ориентированный на спрос покупателей.

### **3.3 Анализ уровня издержек обращения.**

Экономический анализ издержек обращения рассматривается как один из основных элементов анализа результатов деятельности в торговле, в том числе и в сфере общественного питания. Анализ издержек обращения позволяет выявить возможности более эффективного использования материальных, трудовых, денежных ресурсов и тем самым повысить эффективность деятельности для укрепления конкурентоспособности.

Достижение более рационального использования материальных трудовых и финансовых ресурсов в сфере обращения требует правильной постановки учета, контроля и анализа. Этим определяются задачи анализа текущих затрат.

Основными задачами анализа издержек обращения являются:

- анализ использования издержек обращения в отчетном периоде;
- изучение тенденций изменения издержек обращения за анализируемый период;
- изыскание резервов экономии ресурсов предприятия при одновременном улучшении качественных показателей его деятельности;
- выявление нерациональных расходов и потерь, разработка мер, направленных на их ликвидацию.

При анализе расходы могут рассматриваться как в совокупности, так и разделяя их на постоянные и переменные затраты.

Постоянные расходы представляют собой статьи затрат, которые в данный момент не зависят непосредственно от величины и структуры объема продаж, такие как: расходы на аренду помещений, амортизация, ремонт основных средств и др. Для анализа таких издержек необходим более длительный период как для самого исследования, так и для принятия решений по оптимизации.

Анализ переменных затрат, как правило, рассматривается за короткий период и дает возможность принятия решений на ближайшую перспективу. Такие издержки обращения находятся в непосредственной зависимости от объема и структуры продаж, и по необходимости могут легко изменяться. К таким издержкам обращения могут относиться расходы на перевозку товаров, затраты по упаковке и подработке товаров, расходы на рекламу, расходы на оплату труда работников и др.

Для проведения анализа издержек обращения на рассматриваемом предприятии использовались затраты переменного характера. В качестве таких затрат были взяты: затраты

на оплату труда работников кондитории, расходы по упаковке и расходы при потере товара(списания). За анализируемый период возьмем первый квартал 2017 года.

В таблице 3.6 представлены данные об объеме продаж и затрат за период январь-март 2017 года.

Таблица 3.6 – Исходные данные для анализа издержек обращения

Показатели	Январь	Февраль		Март	
	Сумма, руб	Сумма, руб	Темп роста, %	Сумма, руб	Темп роста,%
Объем продаж	2475443	2737825	110,6	2899556	105,9
Расходы по оплате труда	289900	276070	95,2	293508	106,3
Расходы на упаковку	55000	47500	86,4	60000	126,3
Расходы при потере товара	54462	49843	91,5	77742,6	156,0

На основании данных таблицы 3.6, за рассмотренный период происходили изменения по всем статьям.

Объем продаж за январь-март имел положительную тенденцию роста. За период январь-март данный показатель увеличился на 16,5%.

Расходы по оплате труда в феврале, в сравнении с январем, были снижены на 5%. В марте данные расходы были больше на 6%, чем в феврале. Такие же изменения происходили с расходами на упаковку и расходами при потере товара. На упаковку в феврале было потрачено 47500 рублей, что на 13,6% меньше, чем в январе. В марте на упаковку было потрачено на 26,3% больше, чем в феврале, сумма данных затрат составила 60000 рублей. Значительно изменялись расходы при потере товара. В феврале они были снижены на 8,5% (по отношению к данным расходам в январе), а в марте данные расходы увеличились в два раза(56%).

Подобная динамика является положительным моментом для анализа, так как позволяет рассмотреть зависимость объема продаж и изменений уровня издержек обращения.

Рассмотрим уровень общей суммы издержек обращения по отношению к товарообороту за период январь-февраль и февраль-март.

Анализ предоставлен в таблицах 3.7 и 3.8.

Таблица 3.7– Анализ издержек обращения за январь- март 2017 года.

Наименование показателя	Январь	Февраль	Экономия (Перерасход)	Темп роста, %
Объем товарооборота, руб.	2475443	2737825		110,6
Сумма издержек обращения, руб.	399362	373413	-25949	93,5
Уровень издержек обращения, проц. к товарообороту	16,13	13,39	-2,74	83,01
Сумма издержек, скорректированная по прошлому году		441694		
Скорректированный уровень издержек обращения по прошлому году, % к товарообороту		17,3		
Относительная экономия издержек:				
по сумме, руб.		-68281		
по уровню, % к товарообороту		-3,91		

Для расчета относительной экономии издержек обращения находят скорректированную к прошлому году величину затрат. Чтобы определить скорректированную к прошлому году величину затрат, сумму переменных издержек прошлого периода умножают на темп роста товарооборота в процентах (на 110,6%):

$$399362 * 110,6 / 100 = 441694 \text{ руб.}$$

Скорректированное значение издержек показывает, какова величина издержек должна приходиться на данный товароборот. Поэтому превышение скорректированной суммы издержек над фактической означает относительную экономию на сумму разности между ними, а превышение фактической суммы издержек над скорректированной свидетельствует об относительном перерасходе.

Таким образом, относительную экономию (перерасход) издержек обращения определяют как разность между отчетной и скорректированной суммами затрат:

$$373413 - 441694 = - 68281 \text{ руб.}$$

Отрицательный знак свидетельствует об экономии издержек, а положительный - об их перерасходе.

Скорректированный уровень издержек обращения по прошлому году определяется как отношение скорректированной суммы затрат к отчетному товарообороту:

$$441694 * 100 / 2737825 = 17,3.$$

Для определения относительной экономии затрат по уровню из отчетного уровня издержек вычитают их скорректированный уровень:

$$13,39 - 17,3 = - 3,91$$

Таким образом, сумма издержек обращения в феврале, относительно показателям января, должна была быть на 68281 рублей больше, или на 3,91% по уровню. Но фактически предприятием были снижены расходы на продажу на 25949 рублей. В данном случае, объем продаж был увеличен на 10,6%, не смотря на снижение издержек обращения. Можно сделать вывод, что увеличение издержек было бы не целесообразным, а процент уровня издержек и их величина в январе не оправданы.

Рассмотрим состояние этих же показателей, но в период февраль-март.

Таблица 3.8 – Анализ издержек обращения за февраль-март 2017 года.

Наименование показателя	Февраль	Март	Экономия (Перерасход)	Темп роста, %
Объем товарооборота, руб.	2737825	2899556		105,9
Сумма издержек обращения, руб.	373413	431250	57837	115,48
Уровень издержек обращения, проц. к товарообороту	13,39	14,87	-2,74	83,01
Сумма издержек, скорректированная по прошлому году		395444		
Скорректированный уровень издержек обращения по прошлому году, % к товарообороту		13,6		

Продолжение таблицы 3.8

Относительная экономия издержек:				
----------------------------------	--	--	--	--

по сумме, руб.		35806		
по уровню, % к товарообороту		1,27		

Все расчеты в таблице 3.7 произведены аналогично расчетам таблицы 3.6.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что в марте был перерасход издержек обращения. При росте объема продаж в марте на 5,9%, в отношении к январю, оптимальный объем издержек был бы равен 395444 рублям, что на 35806 рублей больше, чем за предыдущий месяц. Но фактически объем издержек был увеличен на 57837 рублей, а уровень издержек увеличен до 14,87%.

Учитывая, результаты проведенного анализа, лучшие показатели по использованию издержек обращения приходились на февраль. Следовательно, уровень издержек обращения (13,39%) в этом месяце можно взять как оптимальный показатель.

Так, в январе на объем продаж - 2475443 рублей, могло приходиться 336660 рублей издержек обращения. В марте на объем продаж в размере 2899556 рублей – 394339 рублей.

Рассмотрим уровень издержек обращения по статьям по отношению к товарообороту (таблица 3.9)

Таблица 3.9 – Уровень издержек обращения по статьям, %

Статья затрат	Январь	Февраль	Март
Расходы по оплате труда	11,7	10,1	10,1
Расходы на упаковку	2,2	1,7	2,1
Расходы при потере товара	2,2	1,8	2,6

На основании проведенного анализа, уровни издержек обращения по статьям в феврале, приведенных в таблице 3.9, можно использовать как оптимальные величины. С помощью этих показателей можно рассчитывать сколько на планируемый объем продаж будет приходиться затрат на оплату труда и на упаковку, а также какое количество списаний может быть допустимым.

Таким образом, на более высокий темп роста объема продаж в феврале уровень издержек обращения приходился меньше, чем в остальные месяца. Это дает возможность предположить, что ресурсы, используются неэффективно.

Возможно, на предприятии стоит пересмотреть график рабочих и уменьшить необходимое количество человеко-часов в месяц, тем самым и уменьшив затраты на оплату труда, которые, как оказалось, не всегда оправдываются.

Такие же и изменения происходили, касаясь расходов на упаковку. Здесь, следует вести более четкий контроль по использованию упаковки персоналом.

Под расходами при потере товара, в первую очередь понимаются списания при не реализации продукции. Данная проблема требует более детального изучения и необходимости выявления причин списаний. Решением в такой ситуации могут служить анализы, которые ранее проводились в данной работе: анализ выполнения плана и анализ рентабельности ассортимента.

При использовании предприятием анализа уровня издержек обращения на практике в следующих периодах, можно будет находить более оптимальное соотношение издержек обращения и объема продаж.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современных условиях, сфера общественного питания является одной из самых развивающихся отраслей на рынке товаров и услуг. Сейчас это одно из самых перспективных и быстроразвивающихся направлений пищевой отрасли, которая на примере своего развития демонстрирует уровень социально-экономического состояния страны.

Кризис 2015 года сильно отразился на данной отрасли. Повышение цен на продукты, переход на отечественные товары, рост издержек компаний и другое, являлось сильным ударом по данному бизнесу. Но в тоже время послужило причиной для поднятия данной отрасли на новый уровень. Так, в этот период, в России активно начал развиваться франчайзинг, который позволял открывать новые предприятия под известными уже логотипами. Количество сетевых компаний на Российском рынке услуг увеличилось в разы. Все больше стало уделяться внимания бюджетным сегментам общественного питания, что сделало услуги общественного питания более доступными.

Теперь индустрия питания представлена широким многообразием предприятий, с разным уровнем обслуживания и большим выбором товаров и услуг в разных ценовых категориях.

В условиях высокой конкуренции, предприятия общественного питания вынуждены постоянно стремиться увеличивать эффективность своей деятельности. Уделяется большое внимание качеству предлагаемой продукции и обслуживания. Работа с людьми, обязывает предприятия соблюдать все принятые правила и нормы в данной деятельности, что делает данную отрасль достаточно сложной и специфичной.

Нормативно-правовое регулирование данной сферы представлено широкой базой законов для осуществления данной деятельности и методологическими рекомендациями.

Но, как правило, предприятия общественного питания относятся к субъектам малого предпринимательства, что дает им послабления при ведении бухгалтерского и налогового учета.

В соответствии с законодательством, малые предприятия могут использовать упрощенную систему бухгалтерского учета, сокращенные формы отчетности и план счетов. В сфере налогообложения данным предприятиям дается выбор системы налогообложения, в целях выбрать более удобный вариант ведения налогового учета и уменьшить налоговое бремя своей деятельности.

Рассматриваемое в данной работе предприятие ООО «ПрофиСервис», относится к субъектам малого предпринимательства. В данной организации используются вышеперечисленные допущения: отчетность сдается в упрощенном варианте, используется



группировка счетов, а также деятельность осуществляется на двух системах налогообложения – ЕНВД и УСН. Но данные методы ведения учета внутри предприятия документально не утверждены, так как отсутствует учетная политика, как для ведения бухгалтерского учета, так и для налогового. В связи с этим, в работе был представлен проект по разработке учетной политики для ООО «ПрофиСервис», с учетом всех особенностей ведения учета на данном предприятии.

В работе рассматривается существующая практика ведения бухгалтерского учета продаж в ООО «ПрофиСервис». Данное предприятие занимается производством и реализацией кондитерских изделий и выпечки. Предприятие состоит из двух подразделений: кондитерский цех и кондитория «РомБаба». ООО «ПрофиСервис» имеет несколько точек сбыта, но основной является кондитория.

В кондитории осуществляется розничная торговля продукции собственного производства: торты, булочки, пироги и т.п. А также реализуются товары, приобретенные со стороны: чай, кофе, сок и т.п.

Бухгалтерский учет продаж на данном предприятии достаточно прост. Все реализуемые виды товаров учитываются на счете 41 «Товары», без использования наценок. Понесенные расходы кондиторией при осуществлении деятельности учитываются на счете 44 «Расходы на продажу». Результат продаж формируется на счете 90 «Продажи».

Важным моментом в учете ООО «ПрофиСервис», учитывая совмещение двух систем налогообложения, является ведение отдельного учета деятельности кондитории и цеха. Благодаря автоматизации учета, данное требование выполняется в полной мере.

Как и любого коммерческого предприятия, цель ООО «ПрофиСервис» является получение максимальной прибыли от своей деятельности. Повышение объема продаж и снижение издержек обращения - одни из основных задач кондитории, для достижения вышеупомянутой цели.

Для поиска возможных резервов увеличения товарооборота и снижения расходов на продажу в работе были предложены и проведены несколько методов анализа продаж.

На основании анализа товарооборота были исследованы тенденции продаж и их структура. Далее проведен анализ рентабельности предлагаемого ассортимента с помощью ABC-анализа, а также рассмотрено выполнение плана. С помощью, данных полученных на основе анализа, удалось выявить на какую продукцию стоит обратить особое внимание, чтобы в будущем увеличить объем продаж.

В целях, снижения расходов кондитории был проведен анализ уровня издержек обращения. Данный анализ показал, что за период январь-март предприятие нерационально использует ресурсы, так как уровень издержек обращения выше при низких темпах роста

товарооборота. В качестве решения данной проблемы на основании товарооборота в период январь-март, был найден оптимальный уровень издержек обращения для каждой статьи расходов, которые были анализированы.

Таким образом, данные бухгалтерского учета дают возможность проводить на предприятии анализ, который может использоваться для повышения эффективности как продаж, так и деятельности в целом.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Алексеева, Д. А. Состояние и тенденции развития общественного питания в России /Д.А. Алексеева// Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 6. – С. 151–155.
- 2 Ахмадеева, О. А. Тенденции развития рынка общественного питания в России / О.А. Ахмедова, А.И. Идрисова // Молодой ученый. - 2016. - №8. - С. 483-486.
- 3 Баженов, Р.И. Применение классического ABC-анализа для анализа ассортимента блюд кафе/ Р.И. Баженов// Электронный научно-практический журнал «Экономика и менеджмент инновационных технологий» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/11/6312>
- 4 Бездюзрева, Н.В. Нормативные аспекты регулирования функционирования предприятий общественного питания/ Н.В. Бездюзрева //Электронный журнал научных публикаций ЭГО – 2016 - № 56 – С.22-27.
- 5 Власова, М.С. Эффективность использования затрат и ее влияние на экономическую устойчивость предприятия/ М.С. Власова// Научно-аналитический журнал Проблемы современной экономики – 2016. – №3(43) - С. 123-125.
- 6 Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика./ Е.Б. Галицкий // - М.: Юрайт. - 2016. - 257 с.
- 7 ГОСТ Р 50647-2010 Услуги общественного питания. Термины и определения. (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 05.04.1995 N 200) – Москва : Стандартинформ
- 8 Единый налог на вменённый доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД) [Электронный ресурс] – 2017 – Режим доступа: <https://www.nalog.ru/rn24/taxation/taxes/envd/>
- 9 Жабина, С.Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании./ С.Б. Жабина//М.: Академия, - 2016. - 116 с. .
- 10 Кичалюк, О.Н. Правовое регулирование деятельности предприятий общественного питания /О.Н. Кичалюк //Электронный архив научных публикаций – 2017.
- 11 Левицкий, Т.С. Секреты франчайзинга «по-русски»/Т.С. Левицкий//Деловой мир – 2017.
- 12 Макарова, Е.А. Анализ продаж/ Е.А. Макарова//Электронный журнал Новости и общество – 2015.
- 13 Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2 (НК РФ ч.2)[Электронный ресурс]: федер. Закон от 5 августа 2000 года N 117-ФЗ// Справочная правовая система «КонсультантПлюс» - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

14 Некрасова, Н.П. Малые предприятия в 2017 году - какие компании попадают в эту категорию/ Н.П. Некрасова// PPT.RU – 2017

15 Нечипорук, А.В. R-Кеерер - что это такое? Программа R-Кеерер. Система R-Кеерер /А.В. Нечипорук//ФБ.ру – 2014.

16 О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс» - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

17 Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению[Электронный ресурс]:Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс» - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

18 Об утверждении статистического инструментария для организации федерального статистического наблюдения за рыночными услугами, административными правонарушениями в сфере экономики и туризма: Приказ Росстата от 27.07.2012 N 422// Справочная правовая система «КонсультантПлюс» - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

19 Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания [Электронный ресурс]:Постановление Правительства РФ от 15 августа 1997 г. N 1036 "" (с изменениями и дополнениями)// Справочная правовая система «КонсультантПлюс» - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

20 О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.08.2016) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс» - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

21 Регулирование оказания услуг общественного питания в РФ[Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://refleader.ru/rnajgejgeotr.html>

22 Российская ассоциация франчайинга[Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.rusfranch.ru/presscenter/publications/3155/>

23 Российский сетевой рынок общественного питания в 2016 году[Электронный ресурс]/РБК Исследование рынков, Аналитический обзор, 7-е издание – Режим доступа: <http://alfabank.rbc.ru/media/research/file>

24 Рынок общественного питания в России [Электронный ресурс]/Портал о партнерском бизнесе и франчайзинге – 2016 – Режим доступа: <http://www.buybrand.ru/articles/12808/>

25 Учет операций реализации услуг в «1С:Бухгалтерии 8» (ред. 3.0) [Электронный ресурс]/Интернет ресурс БУХ.1С – 2016- Режим доступа: <https://buh.ru/articles/documents/15062/>

26 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] — режим доступа: <http://www.gks.ru/>

27 Цай, А.О. Антикризисные меры в ресторанах/ А.О. Цай // Журнал Эксперт – 2016.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Характеристика типов предприятий в РФ

Предприятие	Характеристика и представители	Доля рынка
<p style="text-align: center;">Ресторанные мультиформатные дома</p>	<p>Холдинговые структуры, развивающие направления общественного питания параллельно: от ресторанов и фастфудов до социального питания и кейтеринга.</p> <p>Операционная и финансовая деятельность таких групп компаний осуществляется управляющими компаниями, разрабатывающими долгосрочную программу стратегического развития и размещения инвестиций. Данные предприятия общественного питания развивают мультибрендовые форматы, франчайзинг, программы экстенсивного развития в регионах РФ, создание производственных и логистических центров ("Группа компаний Хорошие рестораны", "Галерея Алекс", "Росинтер Ресторантс")</p>	<p>2 %</p>
<p style="text-align: center;">Компании, предоставляющие кейтеринговые услуги</p>	<p>Компании выездного обслуживания, имеющие свою производственно - складскую базу, на которой хранится оборудование и осуществляются заготовки.</p> <p>Кейтеринговые услуги:                      cook&amp;serve (приготовление блюд на площадке заказчика);                      cook&amp;hold (приготовление блюд на производстве кейтеринговой компании, с последующей доставкой в изотермическом оборудовании) ("Concord catering", "Novikov Catering", "Pushkin catering")</p>	<p>1%</p>

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ А

<p>Независимые компании общественного питания, образованные в качестве семейного бизнеса</p>	<p>Субъекты малого бизнеса, численность работников - от 3-30. Оборот не превышает 5 млн. руб. Предприятия управляются собственником или членами его семьи (рестораны, кафе, бары, столовые, уличные киоски, шашлычные, пельменные, распивочные, рюмочные, передвижные лотки торговли, кулинарии и др.)</p>	<p>24 %</p>
<p>"Фастфуды" (точки быстрого обслуживания)</p>	<p>Большинство концепций предприятий ориентировано на семейную аудиторию. Меню содержит не более 40-50 наименований. Дизайн интерьера, фирменная одежда персонала, требования к качеству продукции в таких предприятиях общепита стандартизованы. Форма работы с покупателями - самообслуживание, предприятия работают с использованием сервис - баров и продавцов - кассиров ("Subway", "McDonald's", "KFC", "Теремок", "Русский стол", "Крошка Картошка")</p>	<p>8 %</p>
<p>Сетевые компании сферы общественного питания VIP-сегмента</p>	<p>представлены независимыми заведениями, средний чек посещения которых превышает тыс. руб. рестораны ("New York", "Ностальджи"), ресторанные дома ("Concord", "Novikov Group"), рестораны известных шеф-поваров, рестораны при 4-х и пятизвездочных отелях, рестораны на круизных лайнерах, рестораны при казино</p>	<p>1 %</p>
<p>Компании, оказывающие услуги в социальном сегменте</p>	<p>Предприятия социального питания (насчитывается более 185 тыс.) (столовые крупных государственных учреждений, школ, детских садов, больниц, комбинаты питания, фабрики-кухни, пищеблоки в армии)</p>	<p>25 %</p>
<p>Точки, оказывающие услуги в области общественного питания в рамках продуктовых ритейлов</p>	<p>Данные форматы призваны увеличить в доле товарооборота ритейлеров продукцию собственного производства, решить вопрос сбыта продукции со сроками хранения, близкими к истечению. Кулинария значительно повышает привлекательность ритейла (Цеха по производству готовой еды, кулинарные отделы в сетях продуктового ритейла)</p>	<p>5 %</p>

ОКОНЧАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ А

<p>Точки уличного питания ("стритфуды")</p>	<p>Относятся к предприятиям фастфуд и являются моноформатными. Наиболее распространенные продукты питания - блины, гамбургеры, пирожки, хлебобулочная и кондитерская продукция. Вся продукция стритфуда производится на собственных фабриках-кухнях или приобретается у партнеров - контрагентов ("Пирог да слойки", "Рубли", "Бургерстрит", "Подорожник")</p>	<p>23 %</p>
<p>Точки питания на транспорте</p>	<p>Комбинаты бортового питания, кухни на речных и морских транспортных средствах, фабрики - кухни РЖД, независимые предприятия питания в аэровокзалах и на железнодорожных станциях.</p>	<p>1 %</p>
<p>Компании, оказывающие услуги по обслуживанию населения в коммерческих организациях</p>	<p>Предприятия питания принадлежат собственнику основного бизнеса и предназначены для питания своих сотрудников (столовые и пищеблоки крупных заводов, промышленных объединений, складских и торговых комплексов.)</p>	<p>4 %</p>
<p>Точки, обеспечивающие питание в отелях и санаторно-курортных зонах</p>	<p>Около 6 тыс. предприятий санаторно-курортного комплекса, к которым относятся пансионаты, дома отдыха, санатории, парк-отели, спа - комплексы.</p>	<p>1 %</p>
<p>Компании, отвечающие за производство готовой продукции</p>	<p>В России насчитывается около 8 тыс. подобных предприятий (фабрики - кухни, цеха по производству салатов и полуфабрикатов, комбинаты питания, мини-заводы)</p>	<p>5 %</p>



## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Перечень правил, от которых вправе отказаться малые предприятия

<b>От чего можно отказаться</b>	<b>Как это упростит работу</b>
От учета постоянных и временных разниц и соответствующих им налоговых активов и обязательств (п. 2 ПБУ 18/02)	Из рабочего плана счетов малого предприятия можно исключить счета 09 и 77
От полного рабочего плана счетов (приказ Минфина России от 21 декабря 1998 г. № 64н)	План счетов малого предприятия можно сократить так: <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать счет 01 «Основные средства» вместо счетов 01, 03, 04;</li> <li>- на счете 02 «Амортизация основных средств» вести счета 02, 05;</li> <li>- применять счет 10 «Материалы» вместо счетов 07, 11;</li> <li>- использовать счет 20 «Основное производство» вместо счетов 23, 25, 26;</li> <li>- использовать счет 41 «Товары» вместо счетов 40, 41, 42, 43, 45 и т.п.</li> </ul>
От формирования оценочных обязательств (п. 3 ПБУ 8/2010)	Не надо делать отчисления в резервы, а отпускные и затраты на гарантийный ремонт можно списывать сразу
От корректирования учета и отчетности ретроспективно (п. 9 ПБУ 22/2010)	Исправить существенные ошибки можно в том периоде, в котором они обнаружены
От включения расходов по займам в стоимость инвестиционного актива (п. 7 ПБУ 15/2008)	Учитывать все проценты по займам и кредитам можно в составе прочих расходов на счете 91
От составления всех форм бухгалтерской отчетности и приложений к ним, расшифровки и пояснения показателей баланса ( п. 6 и 6.1 приказа Минфина России от 2 июля 2010 г. № 66н)	Можно сдавать только баланс и отчет о финансовых результатах. Кроме того, в бухгалтерской отчетности необязательно детализировать отдельные группы статей. Показатели достаточно привести обобщенно, по группам статей

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

Проект по разработке учетной политики для ООО «ПрофиСервис»

*ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ*

**«ПрофиСервис»**

*РОССИЯ, КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ,*

*660135, Г. КРАСНОЯРСК, УЛ. ОКТЯБРЬСКАЯ, д.7А*

*ТЕЛЕФОН: (391)204 10 04*

*ИНН 2464252467 КПП 246501001*

*ОГРН 1132468024897*

### УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА

**для целей бухгалтерского учета и налогового учета  
на 2017 год**

г. Красноярск

«31» декабря 2016 г.

#### Общие вопросы организации учета

1. Бухгалтерский учет ведет главный бухгалтер лично путем двойной записи на счетах бухгалтерского учета согласно рабочему плану счетов, приведенному в приложении к данной учетной политике. Бухгалтерский учет имущества, обязательств и хозяйственных операций ведется в рублях. Документирование имущества, обязательств и хозяйственных операций, ведение отчетности осуществляется на русском языке.

2. Бухгалтерский учет ведется с применением автоматизированной формы ведения бухгалтерского учета с помощью бухгалтерской программы «1С Предприятие: Бухгалтерия».

#### Учет основных средств

3. Объекты основных средств, приобретенные для предоставления организацией за плату во временное пользование (временное владение и пользование) с целью получения

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В

дохода, указанные объекты рассматриваются в качестве доходных вложений в материальные ценности. В целях обеспечения сохранности этих объектов должен быть организован надлежащий контроль за их движением.

4. Срок полезного использования объекта основных средств определяется организацией при принятии объекта к бухгалтерскому учету. Для определения срока полезного использования объекта основных средств применяется Постановление Правительства РФ от 01.01.2002 №1 «О классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы» (для основных средств введенных в эксплуатацию после 01.01.2002).

В случаях улучшения (повышения) первоначально принятых нормативных показателей функционирования объекта основных средств в результате проведенной реконструкции или модернизации срок полезного использования по этому объекту пересматривается.

5. Переоценка основных средств не производится, кроме случаев обязательной переоценки установленной законодательством (либо проводится в добровольном порядке раз в год (либо методом индексации, либо методом прямого пересчета по документально подтвержденным рыночным ценам)).

6. Первоначальной стоимостью основных средств, полученных по договорам, предусматривающим исполнение обязательств (оплату) неденежными средствами, признается стоимость ценностей, переданных или подлежащих передаче организацией. Стоимость ценностей, переданных или подлежащих передаче организацией, устанавливается исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах обычно организация определяет стоимость аналогичных ценностей.

При невозможности установить стоимость ценностей, переданных или подлежащих передаче организацией, стоимость основных средств, полученных организацией по договорам, предусматривающим исполнение обязательств (оплату) неденежными средствами, определяется исходя из стоимости, по которой в сравнимых обстоятельствах приобретаются аналогичные объекты основных средств.

7. Затраты на ремонт основных средств учитываются путем списания данных расходов в полном объеме (единовременно) на затраты в периоде их осуществления.

8. Затраты на модернизацию и реконструкцию объекта основных средств после их окончания увеличивают первоначальную стоимость такого объекта, если в результате модернизации и реконструкции улучшаются (повышаются) первоначально принятые

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В

нормативные показатели функционирования (срок полезного использования, мощность, качество применения и т.п.) объекта основных средств.

### **Учет нематериальных активов**

9. Определение срока полезного использования нематериальных активов производится исходя из ожидаемого срока использования этого объекта, в течение которого организация может получать экономические выгоды (доход).

10. Первоначальная стоимость нематериальных активов, полученных по договорам, предусматривающим исполнение обязательств (оплату) неденежными средствами, определяется исходя из стоимости товаров (ценностей), переданных или подлежащих передаче организацией. Стоимость товаров (ценностей), переданных или подлежащих передаче организацией, устанавливается исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах обычно организация определяет стоимость аналогичных товаров (ценностей).

При невозможности установить стоимость товаров (ценностей), переданных или подлежащих передаче организацией по таким договорам, величина стоимости нематериальных активов, полученных организацией, устанавливается исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах приобретаются аналогичные нематериальные активы.

### **Учет материально-производственных запасов**

11. Единицей материально-производственных запасов принимается однородная группа материалов и т.п. Необходимо обеспечить формирование полной и достоверной информации об этих запасах, а также надлежащий контроль за их наличием и движением.

12. Приобретаемые материально-производственные запасы отражаются в учете по фактической себестоимости на счете 10, 41

13. За учетную цену принимается цена поставщика.

14. Фактической себестоимостью материально-производственных запасов, полученных по договорам, предусматривающим исполнение обязательств (оплату) неденежными средствами, признается стоимость активов, переданных или подлежащих передаче организацией. Стоимость активов, переданных или подлежащих передаче организацией, устанавливается исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах обычно организация определяет стоимость аналогичных активов.

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В

При невозможности установить стоимость активов, переданных или подлежащих передаче организацией, стоимость материально - производственных запасов, полученных организацией по договорам, предусматривающим исполнение обязательств (оплату) неденежными средствами, определяется исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах приобретаются аналогичные материально - производственные запасы.

15. Отпущенные в производство материальные ресурсы списываются по себестоимости первых по времени приобретения МПЗ (ФИФО).

16. Готовая продукция учитывается по фактической производственной себестоимости.

17. Учет отгруженных товаров (сданных работ, оказанных услуг) ведется по продажным ценам.

### **Учет затрат на производство**

18. Общехозяйственные расходы распределяются между объектами калькулирования пропорционально прямым затратам и списываются на счет 90 «Продажи».

19. Расходы на продажу продукции (товаров, работ, услуг) списываются полностью в отчетном периоде их признания в учете.

20. Списание расходов будущих периодов производится равномерно в течение срока использования.

### **Резервы предстоящих расходов**

21. Резервы предстоящих расходов не создаются.

22. Резервы по сомнительным долгам не создаются.

### **Учет финансовых вложений**

23. Единицей бухгалтерского учета финансовых вложений является однородная совокупность финансовых вложений. Необходимо обеспечить формирование полной и достоверной информации об этих вложениях, а также надлежащий контроль за их наличием и движением.

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В

24. Несущественные величины затрат (кроме сумм, уплачиваемых в соответствии с договором продавцу) на приобретение таких финансовых вложений, как ценные бумаги, признаются прочими операционными расходами организации в том отчетном периоде, в котором были приняты к бухгалтерскому учету указанные ценные бумаги. Несущественными признаются расходы в размере не более 10% суммы, уплачиваемой в соответствии с договором продавцу.

25. Первоначальной стоимостью финансовых вложений, приобретенных по договорам, предусматривающим исполнение обязательств (оплату) неденежными средствами, признается стоимость активов, переданных или подлежащих передаче организацией. Стоимость активов, переданных или подлежащих передаче организацией, устанавливается исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах обычно организация определяет стоимость аналогичных активов.

При невозможности установить стоимость активов, переданных или подлежащих передаче организацией, стоимость финансовых вложений, полученных организацией по договорам, предусматривающим исполнение обязательств (оплату) неденежными средствами, определяется исходя из стоимости, по которой в сравнимых обстоятельствах приобретаются аналогичные финансовые вложения.

26. При выбытии актива, принятого к бухгалтерскому учету в качестве финансовых вложений, по которому не определяется текущая рыночная стоимость, его стоимость определяется исходя из оценки, определяемой по первоначальной стоимости каждой единицы бухгалтерского учета финансовых вложений.

27. Долговые ценные бумаги (не имеющие рыночной стоимости) учитывать по первоначальной стоимости до выбытия.

#### **Учет полученных займов и кредитов**

28. Проценты, причитающиеся к оплате заимодавцу (кредитору), включаются в состав прочих расходов исходя из условий предоставления займа (кредита) в том случае, когда такое включение существенно не отличается от равномерного включения.

29. Списание дополнительных затрат по займам на операционные расходы производится в полной сумме в период, когда были произведены .

30. Причитающиеся к уплате проценты (дисконт) по векселю (облигации) относятся на финансовые результаты в момент возникновения .

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В

31. Учет разницы между суммой фактических затрат на приобретение долговых ценных бумаг и их номинальной стоимостью на счете 91 производится в момент погашения .

32. Долгосрочная задолженность переводится в состав краткосрочной после того как до срока возврата основной суммы долга остается 365 дней.

### **Учет расчетов с подотчетными лицами**

33. Получение денежных средств под отчет осуществляется согласно перечню должностных лиц, которым разрешено получать денежные средства под отчет, утвержденному приказом руководителя предприятия.

Срок сдачи авансовых отчетов – календарный месяц (при этом в части командировочных в пределах РФ – 3 дня со дня окончания командировки, и в части командировочных за пределами РФ – 10 дней со дня окончания командировки).

Срок внесения работником подотчетных сумм в кассу предприятия устанавливается в размере 10 календарных дней.

### **Бухгалтерская отчетность**

34. При составлении бухгалтерской отчетности применяются упрощенные формы утвержденные Приказом Минфина РФ №66н от 02.07.2010г. «О формах бухгалтерской отчетности организаций».

### **Определение финансового результата**

35. Определение финансового результата при выполнении договоров долгосрочного характера ведется по объекту в целом.

### **Инвентаризации и документооборот**

36. Инвентаризация проводится перед составлением годовой бухгалтерской отчетности, кроме имущества, инвентаризация которого проводится не ранее 1 октября отчетного года. Инвентаризация основных средств проводится один раз в три года.

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В

**ЕНВД**

37. Общество является плательщиком ЕНВД по виду предпринимательской деятельности – оказание услуг общественного питания через объекты организации общественного питания, имеющие залы обслуживания посетителей.

### **Упрощенная система налогообложения**

38. Наряду с ЕНВД Общество применяет упрощенную систему налогообложения с объектом налогообложения – доходы минус расходы. При определении объекта налогообложения по упрощенной системе налогообложения Общество учитывает доходы в виде премии (скидок, бонусов) от поставщиков.

### **Раздельный учет**

39. Общество ведет раздельный учет имущества, обязательств и хозяйственных операций в отношении предпринимательской деятельности, подлежащей налогообложению ЕНВД, и предпринимательской деятельности, находящейся на УСН

Директор  
ООО «ПрофиСервис»

Труханова И.Г.

ОКОНЧАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В

Приложение к учетной политике



Рабочий план счетов

Раздел	Наименование Счета	Номер счета
1	2	3
Внеоборотные активы	Основные средства	01
	Амортизация основных средств	02
	Нематериальные активы	04
	Амортизация нематериальных активов	05
	Вложения во внеоборотные активы	08
Производственные запасы	Материалы	10
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	19
Затраты на производство	Основное производство	20
Готовая продукция и товары	Товары	41
Денежные средства	Касса	50
	Расчетные счета	51
	Финансовые вложения	58
Расчеты	Расчеты с поставщиками и подрядчиками	60
	Расчеты с покупателями и заказчиками	62
	Расчеты по кредитам и займам	66
	Расчеты по налогам и сборам	68
	Расчеты по социальному страхованию и обеспечению	69
	Расчеты с персоналом по оплате труда	70
	Расчеты с разными дебиторами и кредиторами	76
Капитал	Уставный капитал	80
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	84
Финансовые результаты	Прибыли и убытки	99

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Отчет по продажам за январь 2017 года

### Отчет по продажам с 01.01.2017 по 31.01.2017

ООО "ПрофиСервис" РомБаба

ГруппаНоменклатуры		Количество	Цена	Сумма
Номенклатура	Ед.			
Ромовые бабы		3257		246520
Ромовая баба в белом шоколаде	шт	760	80	60800
Ромовая баба в темном шоколаде	шт	650	80	52000
Ромовая баба в клубничном шоколаде	шт	475	80	38000
Ромовая баба в сливочно-сырном шоколаде	шт	670	80	53600
Детская ромовая баба в клубничном шоколаде	шт	397	60	23820
Детская ромовая баба в темном шоколаде	шт	305	60	18300
Торты		7391		1039290
Торт «Прага»	шт	355	129	45795
Торт «Медовый»	шт	273	139	37947
Торт «Графские развалины»	шт	310	99	30690
Торт «Киевский»	шт	570	175	99750
Торт «Черный лес»	шт	635	179	113665
Торт «Сицилийский»	шт	490	110	53900
Торт «Классический чизкейк»	шт	482	119	57358
Торт «Шоколадный чизкейк»	шт	361	129	46569
Торт «Птичье молоко»	шт	462	89	41118
Торт «Бананово-клубничный»	шт	490	159	77910

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Торт «Малиновые облака»	шт	44	790	34760
Торт «Классический Наполеон»	шт	535	109	58315
Торт «Шоколадно-кокосовый Наполеон»	шт	423	129	54567
Торт «Шоколадно-кофейный Наполеон»	шт	385	129	49665
Торт «Наполеон от папы»	шт	417	89	37113
Торт «Бедный еврей»	шт	344	169	58136
Торт «Дамские пальчики»	шт	417	129	53793
Торт «Меренговый»	шт	47	690	32430
Торт «Красный бархат»	шт	351	159	55809
<b>Пирожные</b>	шт	<b>3147</b>		<b>303500</b>
Коврижка	шт	279	80	22320
Париж	шт	370	100	37000
Малиновые облака	шт	456	115	52440
Меренговый рулет	шт	430	150	64500
Картошка	шт	373	50	18650
Корзинка сливовая с миндальным кремом	шт	289	90	26010
Муравейник	шт	584	85	49640
Корзинка лимонная	шт	366	90	32940
<b>Печенье</b>	шт	<b>2637</b>		<b>127815</b>
Меренга	шт	735	45	33075
Пряник расписной	шт	102	120	12240
Макаронс	шт	360	40	14400
Персик с вареной сгущенкой	шт	660	50	33000
Вафельная трубочка с варенной сгущенкой	шт	780	45	35100
<b>Пироги</b>	шт	<b>1321</b>		<b>165220</b>
Курник с грибами	шт	302	125	37750
Курник со шпинатом	шт	210	160	33600

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Капустник	шт	403	90	36270
Рыбный пирог	шт	220	135	29700
Картофельно-мясной пирог	шт	186	150	27900
<b>Выпечка</b>	<b>шт</b>	<b>1674</b>		<b>101885</b>
Круассан классический	шт	228	65	14820
Круассан шоколадный	шт	177	75	13275
Круассан с вареной сгущенкой	шт	205	75	15375
Слойка с курицей и грибами	шт	231	55	12705
Слойка с сыром и ветчиной	шт	240	55	13200
Слоеная булочка с корицей	шт	233	70	16310
Ватрушка с творогом	шт	65	45	2925
Маковая плетенка	шт	96	45	4320
Улитка с яблоком	шт	105	45	4725
Булочка с вишней	шт	94	45	4230
<b>Хлеб</b>	<b>шт</b>	<b>646</b>		<b>30400</b>
Бородинский	шт	172	50	8600
Злаковый	шт	145	50	7250
Хлеб с вялеными томатами	шт	139	50	6950
Багет	шт	190	40	7600
<b>Чай</b>	<b>шт</b>	<b>1728</b>		<b>198672</b>
Зеленый чай	шт	488	99	48312
Черный чай	шт	430	99	42570
Каркаде	шт	120	99	11880
Бабушкин сбор	шт	100	139	13900
Таежный	шт	145	139	20155
Анти-стресс	шт	182	139	25298

ОКОНЧАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Сибирский сад	шт	156	139	21684
После баньки	шт	107	139	14873
<b>Кофе</b>	<b>шт</b>	<b>1766</b>		<b>196294</b>
Эспрессо	шт	140	69	9660
Американо	шт	578	89	51442
Капучино	шт	657	129	84753
Латте	шт	391	129	50439
<b>Напитки</b>	<b>шт</b>	<b>628</b>		<b>61482</b>
Морс, 220 мл	шт	173	69	11937
Молочный коктейль, 200 мл	шт	106	149	15794
Какао	шт	249	99	24651
Минеральная вода "Байкал"	шт	44	119	5236
Сок, 220 мл	шт	56	69	3864
<b>Прочее</b>	<b>шт</b>	<b>97</b>		<b>4365</b>
Сироп, 10 мл	шт	97	45	4365
<b>Итого</b>	<b>шт</b>	<b>24292</b>		<b>2475443</b>

## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Отчет по продажам за февраль 2017 года

### Отчет по продажам с 01.02.2017 по 28.02.2017

ООО "ПрофиСервис" РомБаба

ГруппаНоменклатуры		Количество	Цена	Сумма
Номенклатура	Ед.			
Ромовые бабы		2610		196520
Ромовая баба в белом шоколаде	шт	510	80	40800
Ромовая баба в темном шоколаде	шт	498	80	39840
Ромовая баба в клубничном шоколаде	шт	437	80	34960
Ромовая баба в сливочно-сырном шоколаде	шт	551	80	44080
Детская ромовая баба в клубничном шоколаде	шт	344	60	20640
Детская ромовая баба в темном шоколаде	шт	270	60	16200
Торты		9278		1294885
Торт «Прага»	шт	427	129	55083
Торт «Медовый»	шт	230	139	31970
Торт «Графские развалины»	шт	364	99	36036
Торт «Киевский»	шт	728	175	127400
Торт «Черный лес»	шт	850	179	152150
Торт «Сицилийский»	шт	511	110	56210
Торт «Классический чизкейк»	шт	705	119	83895
Торт «Шоколадный чизкейк»	шт	518	129	66822
Торт «Птичье молоко»	шт	487	89	43343
Торт «Бананово-клубничный»	шт	517	159	82203

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Д

Торт «Малиновые облака»	шт	44	790	34760
Торт «Классический Наполеон»	шт	920	109	100280
Торт «Шоколадно-кокосовый Наполеон»	шт	561	129	72369
Торт «Шоколадно-кофейный Наполеон»	шт	512	129	66048
Торт «Наполеон от папы»	шт	523	89	46547
Торт «Бедный еврей»	шт	387	169	65403
Торт «Дамские пальчики»	шт	518	129	66822
Торт «Меренговый»	шт	60	690	41400
Торт «Красный бархат»	шт	416	159	66144
<b>Пирожные</b>	<b>шт</b>	<b>3238</b>		<b>317925</b>
Коврижка	шт	225	80	18000
Париж	шт	344	100	34400
Малиновые облака	шт	575	115	66125
Меренговый рулет	шт	465	150	69750
Картошка	шт	345	50	17250
Корзинка сливовая с миндальным кремом	шт	300	90	27000
Муравейник	шт	632	85	53720
Корзинка лимонная	шт	352	90	31680
<b>Печенье</b>	<b>шт</b>	<b>3051</b>		<b>146030</b>
Меренга	шт	625	45	28125
Пряник расписной	шт	94	120	11280
Макаронс	шт	485	40	19400
Персик с вареной сгущенкой	шт	822	50	41100
Вафельная трубочка с вареной сгущенкой	шт	1025	45	46125
<b>Пироги</b>	<b>шт</b>	<b>1248</b>		<b>156605</b>
Курник с грибами	шт	280	125	35000

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Д

Курник со шпинатом	шт	195	160	31200
Капустник	шт	380	90	34200
Рыбный пирог	шт	183	135	24705
Картофельно-мясной пирог	шт	210	150	31500
<b>Выпечка</b>	<b>шт</b>	<b>1665</b>		<b>99885</b>
Круассан классический	шт	240	65	15600
Круассан шоколадный	шт	198	75	14850
Круассан с вареной сгущенкой	шт	184	75	13800
Слойка с курицей и грибами	шт	207	55	11385
Слойка с сыром и ветчиной	шт	203	55	11165
Слоеная булочка с корицей	шт	184	70	12880
Ватрушка с творогом	шт	105	45	4725
Маковая плетенка	шт	116	45	5220
Улитка с яблоком	шт	122	45	5490
Булочка с вишней	шт	106	45	4770
<b>Хлеб</b>	<b>шт</b>	<b>731</b>		<b>34440</b>
Бородинский	шт	213	50	10650
Злаковый	шт	152	50	7600
Хлеб с вялеными томатами	шт	155	50	7750
Багет	шт	211	40	8440
<b>Чай</b>	<b>шт</b>	<b>1999</b>		<b>232341</b>
Зеленый чай	шт	523	99	51777
Черный чай	шт	470	99	46530
Каркаде	шт	145	99	14355
Бабушкин сбор	шт	105	139	14595
Таежный	шт	180	139	25020
Анти-стресс	шт	270	139	37530



ОКОНЧАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Д

Сибирский сад	шт	209	139	29051
После баньки	шт	97	139	13483
Кофе	шт	1626		188074
Эспрессо	шт	120	69	8280
Американо	шт	362	89	32218
Капучино	шт	734	129	94686
Латте	шт	410	129	52890
Напитки	шт	680		66080
Морс, 220 мл	шт	215	69	14835
Молочный коктейль, 200 мл	шт	130	149	19370
Какао	шт	217	99	21483
Минеральная вода "Байкал"	шт	45	119	5355
Сок, 220 мл	шт	73	69	5037
Прочее	шт	112		5040
Сироп, 10 мл	шт	112	45	5040
Итого	шт	26238		2737825

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Отчет по продажам за март 2017 года

### Отчет по продажам с 01.03.2017 по 31.03.2017

ООО "ПрофиСервис" РомБаба

ГруппаНоменклатуры		Количество	Цена	Сумма
Номенклатура	Ед.			
Ромовые бабы		3276		248040
Ромовая баба в белом шоколаде	шт	655	80	52400
Ромовая баба в темном шоколаде	шт	630	80	50400
Ромовая баба в клубничном шоколаде	шт	637	80	50960
Ромовая баба в сливочно-сырном шоколаде	шт	652	80	52160
Детская ромовая баба в клубничном шоколаде	шт	392	60	23520
Детская ромовая баба в темном шоколаде	шт	310	60	18600
Торты		9297		1280877
Торт «Прага»	шт	382	129	49278
Торт «Медовый»	шт	320	139	44480
Торт «Графские развалины»	шт	436	99	43164
Торт «Киевский»	шт	623	175	109025
Торт «Черный лес»	шт	677	179	121183
Торт «Сицилийский»	шт	672	110	73920
Торт «Классический чизкейк»	шт	649	119	77231
Торт «Шоколадный чизкейк»	шт	602	129	77658
Торт «Птичье молоко»	шт	460	89	40940
Торт «Бананово-клубничный»	шт	675	159	107325

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Е

Торт «Малиновые облака»	шт	52	790	41080
Торт «Классический Наполеон»	шт	870	109	94830
Торт «Шоколадно-кокосовый Наполеон»	шт	530	129	68370
Торт «Шоколадно-кофейный Наполеон»	шт	472	129	60888
Торт «Наполеон от папы»	шт	552	89	49128
Торт «Бедный еврей»	шт	314	169	53066
Торт «Дамские пальчики»	шт	458	129	59082
Торт «Меренговый»	шт	42	690	28980
Торт «Красный бархат»	шт	511	159	81249
<b>Пирожные</b>	<b>шт</b>	<b>3631</b>		<b>356485</b>
Коврижка	шт	330	80	26400
Париж	шт	479	100	47900
Малиновые облака	шт	620	115	71300
Меренговый рулет	шт	531	150	79650
Картошка	шт	392	50	19600
Корзинка сливовая с миндальным кремом	шт	310	90	27900
Муравейник	шт	695	85	59075
Корзинка лимонная	шт	274	90	24660
<b>Печенье</b>	<b>шт</b>	<b>3277</b>		<b>158315</b>
Меренга	шт	881	45	39645
Пряник расписной	шт	131	120	15720
Макаронс	шт	570	40	22800
Персик с вареной сгущенкой	шт	775	50	38750
Вафельная трубочка с вареной сгущенкой	шт	920	45	41400
<b>Пироги</b>	<b>шт</b>	<b>1761</b>		<b>224600</b>
Курник с грибами	шт	375	125	46875
Курник со шпинатом	шт	320	160	51200

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Е

Капустник	шт	478	90	43020
Рыбный пирог	шт	313	135	42255
Картофельно-мясной пирог	шт	275	150	41250
<b>Выпечка</b>	<b>шт</b>	<b>2107</b>		<b>125820</b>
Круассан классический	шт	289	65	18785
Круассан шоколадный	шт	201	75	15075
Круассан с вареной сгущенкой	шт	234	75	17550
Слойка с курицей и грибами	шт	252	55	13860
Слойка с сыром и ветчиной	шт	248	55	13640
Слоеная булочка с корицей	шт	287	70	20090
Ватрушка с творогом	шт	124	45	5580
Маковая плетенка	шт	170	45	7650
Улитка с яблоком	шт	155	45	6975
Булочка с вишней	шт	147	45	6615
<b>Хлеб</b>	<b>шт</b>	<b>800</b>		<b>38330</b>
Бородинский	шт	240	50	12000
Злаковый	шт	181	50	9050
Хлеб с вялеными томатами	шт	212	50	10600
Багет	шт	167	40	6680
<b>Чай</b>	<b>шт</b>	<b>1943</b>		<b>223517</b>
Зеленый чай	шт	498	99	49302
Черный чай	шт	480	99	47520
Каркаде	шт	186	99	18414
Бабушкин сбор	шт	81	139	11259
Таежный	шт	199	139	27661
Анти-стресс	шт	201	139	27939
Сибирский сад	шт	173	139	24047

ОКОНЧАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Д

После баньки	шт	125	139	17375
Кофе	шт	1390		161270
Эспрессо	шт	86	69	5934
Американо	шт	322	89	28658
Капучино	шт	612	129	78948
Латте	шт	370	129	47730
Напитки	шт	843		78567
Морс, 220 мл	шт	375	69	25875
Молочный коктейль, 200 мл	шт	161	149	23989
Какао	шт	159	99	15741
Минеральная вода "Байкал"	шт	55	119	6545
Сок, 220 мл	шт	93	69	6417
Прочее	шт	83		3735
Сироп, 10 мл	шт	83	45	3735
Итого	шт	28408		2899556

## ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

АВС-анализ. Распределение позиций по группам (по выручке)

Наименование продукции	Выручка, руб	Доля выручки, %	Доля выручки нарастающим итогом, %	Группа АВС
Торт «Черный лес»	121183	4,179	4,179	А
Торт «Киевский»	109025	3,760	7,939	А
Торт «Бананово-клубничный»	107325	3,701	11,641	А
Торт «Классический Наполеон»	94830	3,271	14,911	А
Торт «Красный бархат»	81249	2,802	17,713	А
Меренговый рулет	79650	2,747	20,460	А
Капучино	78948	2,723	23,183	А
Торт «Шоколадный чизкейк»	77658	2,678	25,861	А
Торт «Классический чизкейк»	77231	2,664	28,525	А
Торт «Сицилийский»	73920	2,549	31,074	А
Малиновые облака	71300	2,459	33,533	А
Торт «Шоколадно-кокосовый Наполеон»	68370	2,358	35,891	А
Торт «Шоколадно-кофейный Наполеон»	60888	2,100	37,991	А
Торт «Дамские пальчики»	59082	2,038	40,029	А
Муравейник	59075	2,037	42,066	А
Торт «Бедный еврей»	53066	1,830	43,896	А
Ромовая баба в белом шоколаде	52400	1,807	45,704	А
Ромовая баба в сливочно-сырном шоколаде	52160	1,799	47,502	А
Курник со шпинатом	51200	1,766	49,268	А
Ромовая баба в клубничном шоколаде	50960	1,758	51,026	А
Ромовая баба в темном шоколаде	50400	1,738	52,764	А
Зеленый чай	49302	1,700	54,464	А
Торт «Прага»	49278	1,700	56,164	А
Торт «Наполеон от папы»	49128	1,694	57,858	А
Париж	47900	1,652	59,510	А
Латте	47730	1,646	61,156	А
Черный чай	47520	1,639	62,795	А
Курник с грибами	46875	1,617	64,412	А
Торт «Медовый»	44480	1,534	65,946	А
Торт «Графские развалины»	43164	1,489	67,434	А
Капустник	43020	1,484	68,918	А
Рыбный пирог	42255	1,457	70,375	А
Вафельная трубочка с вареной сгущенкой	41400	1,428	71,803	А
Картофельно-мясной пирог	41250	1,423	73,226	А

## ОКОНЧАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Ж

Торт «Малиновые облака»	41080	1,417	74,643	A
Торт «Птичье молоко»	40940	1,412	76,054	A
Меренга	39645	1,367	77,422	A
Персик с вареной сгущенкой	38750	1,336	78,758	A
Торт «Меренговый»	28980	0,999	79,758	A
Американо	28658	0,988	80,746	A
Анти-стресс	27939	0,964	81,710	B
Корзинка сливовая	27900	0,962	82,672	B
Таежный	27661	0,954	83,626	B
Коврижка	26400	0,910	84,536	B
Морс, 220 мл	25875	0,892	85,429	B
Корзинка лимонная	24660	0,850	86,279	B
Сибирский сад	24047	0,829	87,108	B
Молочный коктейль, 200 мл	23989	0,827	87,936	B
Детская ромовая баба в клуб.шок	23520	0,811	88,747	B
Макаронс	22800	0,786	89,533	B
Слоеная булочка с корицей	20090	0,693	90,226	B
Картошка	19600	0,676	90,902	B
Круассан классический	18785	0,648	91,550	B
Детская ромовая баба в тем.шок	18600	0,641	92,191	B
Каркаде	18414	0,635	92,826	B
Круассан с вареной сгущенкой	17550	0,605	93,432	B
После баньки	17375	0,599	94,031	B
Какао	15741	0,543	94,574	B
Пряник расписной	15720	0,542	95,116	B
Круассан шоколадный	15075	0,520	95,636	B
Слойка с курицей и грибами	13860	0,478	96,114	C
Слойка с сыром и ветчиной	13640	0,470	96,584	C
Бородинский	12000	0,414	96,998	C
Бабушкин сбор	11259	0,388	97,386	C
Хлеб с вялеными томатами	10600	0,366	97,752	C
Злаковый	9050	0,312	98,064	C
Маковая плетенка	7650	0,264	98,328	C
Улитка с яблоком	6975	0,241	98,569	C
Багет	6680	0,230	98,799	C
Булочка с вишней	6615	0,228	99,027	C
Минеральная вода "Байкал"	6545	0,226	99,253	C
Сок, 220 мл	6417	0,221	99,474	C
Эспрессо	5934	0,205	99,679	C
Ватрушка с творогом	5580	0,192	99,871	C
Сироп, 10 мл	3735	0,129	100,000	C
Итого	2899556	100,000		

## ПРИЛОЖЕНИЕ И

ABC-анализ. Распределение позиций по группам (по количеству)

Наименование продукции	Количество, шт	Доля от общего количества, %	Доля нарастающим итогом, %	Группа ABC
Вафельная трубочка с вареной сгущенкой	920	3,24	3,24	A
Меренга	881	3,10	6,34	A
Торт «Классический Наполеон»	870	3,06	9,40	A
Персик с вареной сгущенкой	775	2,73	12,13	A
Муравейник	695	2,45	14,58	A
Торт «Черный лес»	677	2,38	16,96	A
Торт «Бананово-клубничный»	675	2,38	19,34	A
Торт «Сицилийский»	672	2,37	21,70	A
Ромовая баба в белом шоколаде	655	2,31	24,01	A
Ромовая баба в сливочно-сырном шоколаде	652	2,30	26,30	A
Торт «Классический чизкейк»	649	2,28	28,59	A
Ромовая баба в клубничном шоколаде	637	2,24	30,83	A
Ромовая баба в темном шоколаде	630	2,22	33,05	A
Торт «Киевский»	623	2,19	35,24	A
Малиновые облака	620	2,18	37,42	A
Капуччино	612	2,15	39,58	A
Торт «Шоколадный чизкейк»	602	2,12	41,70	A
Макаронс	570	2,01	43,70	A
Торт «Наполеон от папы»	552	1,94	45,65	A
Меренговый рулет	531	1,87	47,51	A
Торт «Шоколадно-кокосовый Наполеон»	530	1,87	49,38	A
Торт «Красный бархат»	511	1,80	51,18	A
Зеленый чай	498	1,75	52,93	A
Черный чай	480	1,69	54,62	A
Париж	479	1,69	56,31	A
Капустник	478	1,68	57,99	A
Торт «Шоколадно-кофейный Наполеон»	472	1,66	59,65	A
Торт «Птичье молоко»	460	1,62	61,27	A
Торт «Дамские пальчики»	458	1,61	62,88	A
Торт «Графские развалины»	436	1,53	64,42	A
Детская ромовая баба в клубничном шоколаде	392	1,38	65,80	A
Картошка	392	1,38	67,18	A



## ОКОНЧАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ И

Торт «Прага»	382	1,34	68,52	A
Морс, 220 мл	375	1,32	69,84	A
Курник с грибами	375	1,32	71,16	A
Латте	370	1,30	72,47	A
Коврижка	330	1,16	73,63	A
Американо	322	1,13	74,76	A
Торт «Медовый»	320	1,13	75,89	A
Курник со шпинатом	320	1,13	77,01	A
Торт «Бедный еврей»	314	1,11	78,12	A
Рыбный пирог	313	1,10	79,22	A
Корзинка сливовая с миндальным кремом	310	1,09	80,31	A
Детская ромовая баба в темном шоколаде	310	1,09	81,40	B
Круассан классический	289	1,02	82,42	B
Слоеная булочка с корицей	287	1,01	83,43	B
Картофельно-мясной пирог	275	0,97	84,40	B
Корзинка лимонная	274	0,96	85,36	B
Слойка с курицей и грибами	252	0,89	86,25	B
Слойка с сыром и ветчиной	248	0,87	87,12	B
Бородинский	240	0,84	87,97	B
Круассан с вареной сгущенкой	234	0,82	88,79	B
Хлеб с вялеными томатами	212	0,75	89,54	B
Круассан шоколадный	201	0,71	90,25	B
Анти-стресс	201	0,71	90,95	B
Таежный	199	0,70	91,65	B
Каркаде	186	0,65	92,31	B
Злаковый	181	0,64	92,95	B
Сибирский сад	173	0,61	93,55	B
Маковая плетенка	170	0,60	94,15	B
Багет	167	0,59	94,74	B
Молочный коктейль, 200 мл	161	0,57	95,31	B
Какао	159	0,56	95,87	B
Улитка с яблоком	155	0,55	96,41	C
Булочка с вишней	147	0,52	96,93	C
Пряник расписной	131	0,46	97,39	C
После баньки	125	0,44	97,83	C
Ватрушка с творогом	124	0,44	98,27	C
Сок, 220 мл	93	0,33	98,60	C
Эспрессо	86	0,30	98,90	C
Сироп, 10 мл	83	0,29	99,19	C
Бабушкин сбор	81	0,29	99,48	C
Минеральная вода "Байкал"	55	0,19	99,67	C
Торт «Малиновые облака»	52	0,18	99,85	C
Торт «Меренговый»	42	0,15	100,00	C
Итого	28408	100		

## ПРИЛОЖЕНИЕ К

### ABC-анализ. Сцепление групп

Наименование продукции	Группа ABC по выручке	Группа ABC по количеству	Сцепление групп
Торт «Черный лес»	А	А	АА
Торт «Киевский»	А	А	АА
Торт «Бананово-клубничный»	А	А	АА
Торт «Классический Наполеон»	А	А	АА
Торт «Красный бархат»	А	А	АА
Меренговый рулет	А	А	АА
Капучино	А	А	АА
Торт «Шоколадный чизкейк»	А	А	АА
Торт «Классический чизкейк»	А	А	АА
Торт «Сицилийский»	А	А	АА
Малиновые облака	А	А	АА
Торт «Шоколадно-кокосовый Наполеон»	А	А	АА
Торт «Шоколадно-кофейный Наполеон»	А	А	АА
Торт «Дамские пальчики»	А	А	АА
Муравейник	А	А	АА
Торт «Бедный еврей»	А	А	АА
Ромовая баба в белом шоколаде	А	А	АА
Ромовая баба в сливочно-сырном шоколаде	А	А	АА
Курник со шпинатом	А	А	АА
Ромовая баба в клубничном шоколаде	А	А	АА
Ромовая баба в темном шоколаде	А	А	АА
Зеленый чай	А	А	АА
Торт «Прага»	А	А	АА
Торт «Наполеон от папы»	А	А	АА
Париж	А	А	АА
Латте	А	А	АА
Черный чай	А	А	АА
Курник с грибами	А	А	АА
Торт «Медовый»	А	А	АА
Торт «Графские развалины»	А	А	АА
Капустник	А	А	АА
Рыбный пирог	А	А	АА
Вафельная трубочка с вареной сгущенкой	А	А	АА
Картофельно-мясной пирог	А	В	АВ
Торт «Малиновые облака»	А	С	АС

ОКОНЧАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ К

Торт «Птичье молоко»	A	A	AA
Меренга	A	A	AA
Персик с вареной сгущенкой	A	A	AA
Торт «Меренговый»	A	A	AA
Американо	A	A	AA
Анти-стресс	B	B	BB
Корзинка сливовая с миндальным кремом	B	A	BA
Таежный	B	B	BB
Коврижка	B	A	BA
Морс, 220 мл	B	A	BA
Корзинка лимонная	B	B	BB
Сибирский сад	B	B	BB
Молочный коктейль, 200 мл	B	B	BB
Детская ромовая баба в клубничном шоколаде	B	A	BA
Макаронс	B	A	BA
Слоеная булочка с корицей	B	B	BB
Картошка	B	A	BA
Круассан классический	B	B	BB
Детская ромовая баба в темном шоколаде	B	B	BB
Каркаде	B	B	BB
Круассан с вареной сгущенкой	B	B	BB
После баньки	B	C	BC
Какао	B	C	BC
Пряник расписной	B	C	BC
Круассан шоколадный	B	B	BB
Слойка с курицей и грибами	C	B	CB
Слойка с сыром и ветчиной	C	B	CB
Бородинский	C	B	CB
Бабушкин сбор	C	B	CB
Хлеб с вялеными томатами	C	B	CB
Злаковый	C	B	CB
Маковая плетенка	C	B	CB
Улитка с яблоком	C	C	CC
Багет	C	B	CB
Булочка с вишней	C	C	CC
Минеральная вода "Байкал"	C	C	CC
Сок, 220 мл	C	C	CC
Эспрессо	C	C	CC
Ватрушка с творогом	C	C	CC
Сироп, 10 мл	C	C	CC

## ПРИЛОЖЕНИЕ Л

Анализ выполнения плана за март 2017 года

Наименование продукции	Реализация		Выполнение плана, %
	План, шт	Факт, шт	
Ромовые бабы	3405	3276	96,2
Ромовая баба в белом шоколаде	670	655	97,8
Ромовая баба в темном шоколаде	685	630	92,0
Ромовая баба в клубничном шоколаде	645	637	98,8
Ромовая баба в сливочно-сырном шоколаде	655	652	99,5
Детская ромовая баба в клубничном шоколаде	400	392	98,0
Детская ромовая баба в темном шоколаде	350	310	88,6
Торты	9955	9297	93,4
Торт «Прага»	420	382	91,0
Торт «Медовый»	390	320	82,1
Торт «Графские развалины»	500	436	87,2
Торт «Киевский»	700	623	89,0
Торт «Черный лес»	730	677	92,7
Торт «Сицилийский»	700	672	96,0
Торт «Классический чизкейк»	660	649	98,3
Торт «Шоколадный чизкейк»	630	602	95,6
Торт «Птичье молоко»	500	460	92,0
Торт «Бананово-клубничный»	740	675	91,2
Торт «Малиновые облака»	58	52	89,7
Торт «Классический Напалеон»	880	870	98,9
Торт «Шоколадно-кокосовый Напалеон»	540	530	98,1
Торт «Шоколадно-кофейный Напалеон»	500	472	94,4
Торт «Напалеон от папы»	560	552	98,6
Торт «Бедный еврей»	380	314	82,6
Торт «Дамские пальчики»	470	458	97,4
Торт «Меренговый»	47	42	89,4
Торт «Красный бархат»	550	511	92,9
Пирожные	3802	3631	95,5
Коврижка	330	330	100,0
Париж	535	479	89,5
Малиновые облака	640	620	96,9
Меренговый рулет	550	531	96,5
Картошка	400	392	98,0
Корзинка сливовая с миндальным кремом	312	310	99,4
Муравейник	695	695	100,0
Корзинка лимонная	340	274	80,6

## ОКОНЧАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Л

Печенье	3310	3277	99,0
Меренга	881	881	100,0
Пряник расписной	134	131	97,8
Макаронс	600	570	95,0
Персик с вареной сгущенкой	775	775	100,0
Вафельная трубочка с варенной сгущенкой	920	920	100,0
Пироги	1910	1761	92,2
Курник с грибами	400	375	93,8
Курник со шпинатом	360	320	88,9
Капустник	500	478	95,6
Рыбный пирог	330	313	94,8
Картофельно-мясной пирог	320	275	85,9
Выпечка	2171	2107	97,1
Круассан классический	300	289	96,3
Круассан шоколадный	210	201	95,7
Круассан с варенной сгущенкой	235	234	99,6
Слойка с курицей и грибами	270	252	93,3
Слойка с сыром и ветчиной	250	248	99,2
Слоенная булочка с корицей	290	287	99,0
Ватрушка с творогом	130	124	95,4
Маковая плетенка	170	170	100,0
Улитка с яблоком	166	155	93,4
Булочка с вишней	150	147	98,0
Хлеб	837	800	95,6
Бородинский	252	240	95,2
Злаковый	185	181	97,8
Хлеб с вялеными томатами	230	212	92,2
Багет	170	167	98,2
Итого	25390	24149	95,1