

Содержание

Введение ………………………………………………………………………………4
1. Теоретические основы экономической эффективности производства и сбыта хлебобулочных изделий………………………………………………………………6
1.1. Современное состояние хлебопекарной отрасли………………………………6
1.2. Проблемы и пути повышения экономической эффективности производства и сбыта хлебобулочных изделий………………………………………………………12
2 Организационно-экономическая характеристика ООО «Богородский хлеб» и современное состояние экономической эффективности производства и сбыта хлебобулочных изделий………………………………………………………………20
2.1 Местоположение и специализация предприятия………………………………20
2.2 Ресурсный потенциал и эффективность его использования…………………25
2.3 Оценка финансового состояния предприятия………………………………29
2.4 Особенности технологических процессов в производстве хлебобулочных изделий, динамика объемов производства и ассортимент………………………33
2.5 Финансовые результаты от реализации продукции……………………………43

3 Пути повышения экономической эффективности производства и сбыта хлебобулочных изделий в ООО «Богородский хлеб»……………………………48

3.1. Прогнозирование объемов производства и сбыта хлебобулочных изделий, определение путей повышения эффективности производства и сбыта………..…48
3.2.Проект по совершенствование структуры сбытахлебобулочных изделий..…51
3.3 Экономическая эффективность предлагаемых мероприятий…………………57

Выводы и предложения……………………………………………………………..60

Список литературы……………………………………………………………….…62

Приложения………………………………………………………………………….66

**Введение**

Организационно-экономическая характеристика предприятия позволяет провести оценку деятельности предприятия и увидеть слабые и сильные стороны. Успешное предприятие демонстрирует устойчивые темпы производительности по следующим позициям: рост, развитие, прибыльность, рентабельность, платежеспособность, финансовая независимость.

Экономическая оценка деятельности предприятия включает оценку размера деятельности, характеристику специализации, и организационной структуры, ресурсного потенциала, сбытовой, производственной деятельности и факторов внешней среды.

Центральная функция оценки – поиск решения повышения эффективности производства на основе изучения передового опыта и достижения науки и практики. Другая функция оценки – оценка результатов деятельности предприятия по выполнению плана, достигнутому уровню развития экономики, имеющихся возможностей, и разработка мероприятий по использованию выявленных резервов в процессе хозяйственной деятельности.

Экономической оценкой состояния предприятия, занимается руководители и соответствующие службы, а так же учредители, с целью изучения эффективного использования ресурсов, банки для предоставления кредита и определении степени риска, поставщики для своевременного поступления платежей, и т.д.

Целью написания выпускной квалификационной работыявляется экономическая эффективность производства и сбыта хлебобулочных изделий в ООО «Богородский хлеб», Богородского района, Кировской области.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

-Изучить теоретические основы экономической эффективности производства и сбыта хлебобулочных изделий;

-Рассмотреть организационно-экономическую характеристику ООО «Богородский хлеб» и современное состояние экономической эффективности производства и сбыта хлебобулочных изделий;

-Найти пути повышения экономической эффективности производства и сбыта хлебобулочных изделий в ООО «Богородский хлеб»;

- Разработать мероприятия по экономической эффективностипредприятия.

Объектом исследования является Общество с ограниченной ответственностью «Богородский хлеб» пгт. Богородское, Кировская область.

Предметом исследования послужила экономическая эффективность производства хлебобулочной продукции на предприятии ООО «Богородский хлеб».

Теоретической и методической основой в написании выпускной квалификационной работы явились труды учёных по исследуемой проблеме.

 Информационной основой послужили Бухгалтерские балансы, Отчеты о финансовых результатах за 2014-2016 г.г., статистическая отчётность, а также другие документы предприятия.

При написании работы были использованы методы исследования монографический, экономико-статистический, логический, расчётно-конструктивный.

1. **Теоретические основы экономической эффективности производства и сбыта хлебобулочных изделий**
	1. **Современное состояние хлебопекарной отрасли**

Хлеб и хлебобулочные изделия – основные продукты питания людей, они содержат почти все, что нужное человеку для питания и нормальной жизнедеятельности. Потребляя хлеб и хлебобулочные изделия, человек удовлетворяет свои энергетические потребности на40 – 50%, потребности в белке на 30-40%, в витаминах группы В на 50 – 60% и витамина Е до 80%. По оценкам Госкомстата России около 70 млн. людей свои потребности в пище удовлетворяют на 80% хлебом. [1]

 Хлебопекарная промышленность России относится к ведущим пищевым отраслям АПК. В настоящее время в России насчитывается более 10 тысяч хлебозаводов (в том числе 1,5 тысячи крупных) и пекарен, вырабатывающих ежесуточно около 70 тысяч тонн хлеба в ассортименте (более 700 наименований). Потребление хлебобулочных изделий в России, от которого зависят объемы производства, снижалось в течении ряда лет и достигло минимума в 2002 году, когда по официальным данным, было произведено и осуществлено всего 57 кг. Хлебобулочных изделий в пересчете на одного человека в год ( в 1995 году – около 77 кг.) Норма потребления этого продукта составляет свыше 100 кг в год на одного человека. [2]

Уровень среднедушевогоупотребления хлебобулочных изделий в России долгие годы составлял 120–125 кг в год (325–345 г в сутки), в том числе для городского населения 98–100 кг в год (245–278 г в сутки), для сельского 195–205 кг в год (490–540 г в сутки). Эти нормы зависят от возраста, пола, степени физической и умственной нагрузки, климатических особенностей мест проживания.[3]

Для Кировской области, размещенной на северо-востоке европейской части России хлебопекарное производство является одной из важнейших отраслей. В Кировской области производство хлебобулочной продукции занимает третье место, после производства комбикормов и производства молока. Благодаря различным сортам муки, рецептуре теста, способу и форме выпекания, способу реализации хлебной продукции потребители получают огромный ассортимент хлебобулочной продукции. В Кировской области потребление хлеба на душу населения достаточно высокое, в среднем за весь период на 9 кг в год больше, чем по России. На рынке хлеба и хлебопродуктов имеет место сезонность. В холодное время года спрос на данную продукцию увеличивается, а вот в летнее время сокращается (она заменяется более легкими продуктами питания - свежими овощами и фруктами). Несмотря на колебаниях в спросе на хлебную продукцию, основным видом данного продукта являются сорта пшеничного, ржаного, ржано-пшеничного хлеба. Рынок хлебобулочной продукции Кировской области достаточно развит.[4]

Для Кировской области, расположенной на северо-востоке европейской части России хлебопекарное производство является одним из основных (рисунок 1) [5]



Рисунок 1- Производство пищевых продуктов, включая напитки в Кировской области, тонн.

По данному рисунку можно проследить, что большое потребление пищевых продуктов в Кировской области составляют: хлебобулочные изделия 42983 т., комбикорма 78246,2 т., и молочная продукция 49650,3 т.

Показатели производства и уровень потребления этого важного продукта питания в нашей стране и в Кировской области в частности, представлены в таблице 1 [6].

Таблица 1 Производство и потребление хлеба и хлебопродуктов в России и Кировской области (2005-2016гг)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Произведено хлеба и хлебопродуктов: |
| Россия, тыс.тонн | 800 | 800 | 500 | 200 | 287 | 144 | 049 | 961 | 829 | 815 | 867 |
| Кировская область, тыс.тонн | 18 | 18 | 18 | 18 | 15 | 15 | 14 | 13 | 11 | 11 | 12,17 |
| Потребление хлеба и хлебопродуктов: |
| Россия, кг на душу населения в год | 21 | 21 | 20 | 19 | 18 | 20 | 19 | 19 | 18 | 18 | 18 |
| Кировская область, кг на душу населения в год | 33 | 30 | 29 | 27 | 26 | 28 | 29 | 28 | 27 | 27 | 27 |

Объем производства хлеба и хлебобулочных изделий в России за 2016 год оценивается в 6,8 млн. тонн. В последние 10 лет в России наблюдается тенденция к снижению объемов производства хлеба. В Кировской области объем производства хлеба и хлебобулочных изделий в 2016 году составил 112,7 тыс. тонн. С 2009 в Кировской области наблюдалась тенденция к снижению производства хлеба до 2016 года.

В целом можно отметить, что рынок хлебобулочной продукции Кировской области достаточно развит. Данная отрасль продукции в регионе является одним из основных рынков для потребителей. Большую долю занимают производители города Кирова и Кировской области, продукция которых пользуется спросом не только на территории области, но и за ее пределами.[7]Современный хлебозавод  является высокомеханизированным предприятием. В настоящее время практически решены проблемы механизации производственных процессов, начиная от приемки сырья и кончая погрузкой хлеба в автомашины.На многих хлебозаводах смонтированы установки для бестарного приема и хранения муки, жира, дрожжевого молока, соли, сахарного сиропа, молочной сыворотки, внедрены новые способы транспортирования сыпучих видов сырья на основе гибких элементов. Последующее внедрение прогрессивных способов транспортирования и хранения главного и вспомогательного сырья на хлебозаводах является актуальной задачей.Большое значение имеет внедрение более улучшенных способов приготовления теста. Особенностью таких способов является снижение продолжительности брожения теста, что позволяет снизить затраты сухих веществ муки, сжать потребность в емкостях для брожении, сократить энергоемкость оборудования. Интенсификация процесса брожения теста получается за счет роста дозировки прессованных дрожжей, использования инстантных дрожжей, увеличение интенсивности механической обработки теста при замесе, использование различных улучшителей, форсирующих созревание теста.[8]

Широко применяются традиционные способы приготовления пшеничного и ржаного теста, на значительно больших густых опарах и заквасках, на жидких опарах и заквасках, обеспечивающие высокое качество исходных изделий, в том числе вкус и аромат, высоко ценимые как в России, так и за ее пределами.

Употреблениеинтенсивной механической обработкой при замесе позволяет снизитьпродолжительность брожения теста, приготовленного данными способами. Имеетсоответствующее аппаратурное оформление этих технологий, обеспечивающих комплексную механизацию производства, абсолютную механизацию трудоемкого процесса приготовления теста.[9]

В данное время в России примерно 60% всех хлебобулочных изделий базируется на комплексно-механизированных линиях. Такие линии для производства формового хлеба, круглого хлеба, батонов, а также булочных и сдобных изделий. Главную роль в механизации процессов на поточных линиях играют манипуляторы: делительно-посадочные автоматы, ленточные и другие посадочные конструкции. Одну комплексно-механизированную линию может обслуживать один человек. На передовых предприятиях один человек обслуживает 2–3 линии. В главном производстве уровень механизации труда составляет примерно 80%, производительность труда 65,5 т на человека.[10]

Однако в большинстве на хлебопекарных предприятиях до сих порприменяют ручной труд при разделке теста, при посадке тестовых заготовок в шкаф исходной расстойки, пересадке расстоявшихся заготовок на под печи, укладке хлебобулочных изделийв лотки и транспортировании вагонеток и контейнеров. Благодаря этомуважнейшей задачей является техническое перевооружение таких предприятий.

Для отечественной хлебопекарной промышленности характерна значительная концентрация производства, при которой возникают трудности сохранения свежести хлебобулочных изделий и оперативной доставке их в торговую сеть. В последние годы обстоятельства работы хлебопекарной отрасли изменились, и прежде всего, организационно.

Большинство хлебозаводов и пекарен стали приватизированными акционерными предприятиями. На хлебозаводах формируются рыночные отношения, начинают действовать законы конкуренции. В новых условиях работы хлебопекарной промышленности требуются новые подходы к разработке ассортимента изделий.

Если раньше ассортимент определялся, главным образом, условиями производства и диктатом механизированных линий, то в настоящий момент условия производства и состав оборудования определяются ассортиментом и спросом. При этом важно больше, чем ранее, учитывать спрос и потребности разных групп населения.Задача увеличения объемов потребления хлеба требует особого внимания и изучения вопросов роста его качества.[11]

В новых экономических условиях наблюдаются предпосылки для внедрения пекарен, вырабатывающих широкий ассортимент хлебобулочных и мучных кондитерских изделий. В настоящее время основан выпуск отечественного оборудования для пекаренного дела, производительностью 0,2–5,0 т в сутки. Эти предприятия позволяют вырабатывать широкий ассортимент хлебобулочных изделий и продавать их в свежем виде непосредственно в магазинах при этихпекарнях. Для снабжения этого производства оборудованием разработаны новые машины, которые вошли в комплекты оборудования для пекаренмалой мощности.

Одни из важнейших направлений повышения эффективности производства и улучшения качества продукции хлебопекарной промышленности является создание рациональной структуры предприятий отрасли, механизация и автоматизация производственных процессов на базе новейших технологий.

Решение основных задач научно-технического прогресса в хлебопекарной отрасли тесно связано с разработкой современных технологий хранения хлебобулочных изделий и создание автоматизированных приборов для контроля свойств сырья, полуфабрикатов хлебопекарного производства и качества готовых изделий. Согласно современным тенденциям науки о питании ассортиментхлебопекарной продукции должен быть увеличен выпуском изделий повышенного качества и пищевой ценности, диетических хлебобулочных изделий и изделий пониженной влажности.

Объем выработки диетических изделий на данный момент незначителен, потребность в них удовлетворяется лишь на 10–20%, не смотря на то, что спрос на них постоянно увеличивается.Невелик уровень производства изделий профилактического назначения для населения в зонах экологического неблагополучия, хлебадлительного хранения (от 3 до 30 суток) для людей, проживающих в труднодоступных и отдаленных районах в условиях техногенных катастроф, аварийных ситуаций, спецконтингентов и др.

 Для производства данных изделий применяют специальные композитные мучные смеси с отрубями, зародышевой мукой, дробленным и плющенным зерном, витаминно-минеральными компонентами, биологически активными добавками.

В новых условиях большое значение и развитие приобретает упаковывание хлебобулочных изделий, которое предохраняет их от преждевременного высыхания, сохраняет потребительскую свежесть, повышает санитарно-гигиенические условия их хранения и увеличивает сроки реализации.[12]

Одной из основополагающих задач отрасли является техническое обновление, поскольку износ оборудования в хлебопекарной промышленности, включая пекарни, достигает уровня 80%.

Характерной особенностью современного периода является острый подход к технологии производства теста непрерывным способом и восстановления во многих случаях классической технологии, что позволяет улучшить вкусовые качества хлеба, усилить его аромат и способность более длительное время сохранять свежесть.Важную роль в снабжении населения хлебобулочными изделиями играют пекарнималой мощности. Они изготовляют в год примерно 20 – 25% от всего объема хлебобулочных изделий, производимых в России. Одним из приоритетных направлений в развитии технологических процессов на малых предприятиях является выпечка продукции из замороженных тестовых заготовок.[13]

* 1. **Проблемы и пути повышения экономической эффективности производства и сбыта хлебобулочных изделий**

Особенностью хлебопекарной отрасли является концентрация производственных мощностей на больших предприятиях и присутствие большого количества небольших предприятий различных форм собственности. В хлебопекарной отрасли на 990 предприятийсконцентрировано до 90% мощностей по производству продукции. В то же время функционирует 1,1 тыс. мелких пекарен [14].

По данным Комитета сельского хозяйства и продовольствия в Кирове и области работают 12 крупных предприятий, 74 предприятия в системе облпотребсоюза и более 250 мини-пекарен, которые в настоящее время составляют видимою конкуренцию крупным предприятиям [15].

У предпринимателей, которые давно и активно работают на рынке пищевых продуктов, в определенный момент возникает вопрос об изменениях в организации производства. Зачастую это обусловлено ростом конкуренции, намерением расширить производство, освоить современные технологии, новый ассортимент, а также связано с увеличением затрат на приобретение сырья и транспортные расходы по его доставке.

Основным становится вопрос: сколько это будет стоить и где взять денежные средства, ведь далеко не все предприятия и частные предприниматели располагают достаточным количеством свободных денежных средств для покупки необходимого оборудования. Кроме того, речь идет о крупном единовременном вложении денег и отдача от него произойдет не сразу.

Предприниматели стремятся вложить в переоснащение небольшую сумму денежных средств и начать получать прибыль как можно стремительно. Существует несколько источников привлечения финансовых средств. Это собственные средства предприятия, которые зачастую все находятся «в деле» и очень неохотно «вынимаются» из бизнеса; получение кредита в банке - обычно очень сложный процесс, причем его условия диктуются кредитором; расширение состава учредителей или акционеров - обычно деньги возвращаются дивидендами или акциями. Оптимальным выходом в данной ситуации может стать приобретение оборудования «в рассрочку» - лизинг. Это финансовая схема, позволяющая вкладывать не сразу всю сумму денег, а примерно 30%, остальную часть - отдавать каждый месяц или квартал, уже начав получать прибыль [16].

Предприятия несут огромные потери от отсутствия платежей бюджетных организаций. Не содействует поддержанию хлебопечения таможенная и кредитно-финансовая политика государства [17].

Важнейшие проблемы прослеживаются в сферах налогообложения, кредитно-финансовых взаимоотношениях, инвестирования, практики акционирования предприятия.

В рыночных условиях на первый план в ведении экономики предприятия выходят вопросы обеспечения финансовой стабильности, что в какой-то мере может быть обеспечено оптимизацией налогообложения. Налоги снижают прибыль, находящуюся в распоряжении предприятия. В настоящее время все налоги, выплачиваемые большинством хлебопекарных предприятий, поглощают до 90% получаемой прибыли, а зачастую общая сумма уплачиваемых налогов превышает размер прибыли предприятия. Следствием этого является снижения материальных стимулов у предприятия по обеспечению роста прибыли. Максимальная ставка налога должна быть не более 45-50% прибыли предприятия, чтобы у предприятия остались материальные стимулы к росту производства и увеличению прибыли

В связи снехваткой собственных финансовых ресурсов хлебопекарные предприятия все чаще вынуждены обращаться за поддержкой к инвесторам и финансовым организациям. В качестве денежной поддержки следует рассматривать реальные инвестиции - вложения в создание новых проектов, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий.

Но здесь возникает другая проблема, которая встает перед отдельными хлебопекарными предприятиями - это невозможность возврата значительных кредитных средств [18].

В ГосНИИ хлебопекарной промышленности в 1999-2000 гг. были исследованы проблемы, связанные с вступлением России в ВТО. Выработанные оценки и предложения были направлены в Министерство экономики и торговли Российской Федерации и Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. Сущность их сводится к следующему.Вступление России в ВТО не окажет на хлебопекарную промышленность видимого влияния. Технологии и ассортимент хлебобулочных изделий в России вне конкуренции, а короткие сроки реализации снимают все вопросы.

Действующая в России нормативно-техническая документация на хлебобулочные изделия практически в полной мере соответствует нормативам Евросоюза и обеспечивает надлежащее качество и безопасность продукции.Однако переход России на техническое регулирование потребует серьезного ее пересмотра и упорядочения, что необходимо осуществлять независимо от требований ВТО. При этом необходимо проводить сопоставление требований с европейскими стандартами и нормативами ВТО, в том числе с Кодексом Алиментариус (свод пищевых международных стандартов, принятых Международной комиссией).

Данный вопрос до настоящего времени редко рассматривается с финансовой стороны.В связи с вступлением России в ВТО главной задачей государственной политики является необходимость выделить социально значимые отрасли, а так же оказать ей срочную государственную поддержку.

Одним из первоочередных мер государственной поддержки следует рассмотреть отмену ограничений рентабельности производства, делающих инвестиции непривлекательными и отнимающиху предприятия средства для обновления основных фондов.На данный момент одним из самых важных является вопрос упорядочения системы финансирования научного сопровождения отрасли, состоящей из множества небольших предприятий. Ее отсутствие обусловливает факт, что разработки общеотраслевого характера в необходимых масштабах не проводятся. Исследования рынков зарубежных стран, а так же их нормативной документации показывают, что совершенствование отечественных нормативных документов практически не финансируется [19].

Нестабильность рыночной экономики России, передача государственного имущества без должного законодательного обоснования в частное владение, нарушения в сфере кредитно-финансовых операций, неэквивалентное соотношение доходов руководителей предприятий и основного персонала, концентрацию основной массы прибыли в торговле и банковских структурах и другие факторы привели к тому, что риски, потери и связанные с ними операционные издержки стали увеличиваться в геометрической прогрессии.Эти условия на многих видах предприятий пищевой промышленности усугубили взаимоотношения между представителями управляющей и управляемой среды. На предприятиях зачастую складывается неблагоприятная обстановка, приводящая к усложнению отношений между высшим руководящим составом и прочим персоналом [20].

В хлебопекарной отрасли, как и в любой другой отрасли, существуют всевозможные риски.Риск выпуска некачественной продукции значительно увеличивается, а производительность труда снижается, если высшее руководство предприятий не вырабатывает новых методов повышения эффективности труда работников. В данных условиях возникаетснижение объемов выработки продукции от простоя оборудования, связанного с его некачественным ремонтом, снижение качества продукции из-за нарушения правил организации и ведения технологического процесса и другие риски.

Риски от внутренних потерь на предприятиях хлебопродуктов могут быть объединены в несколько групп. Риск на этапе принятия зерна от поставщиков возникает из-за низкой квалификации работников, нарушения правил взятия проб зерна, отсутствия надлежащего контроля со стороны менеджеров за действиям рабочих. Это может так же проявиться в виде снижения качества зерна, потерь времени впериод взятия проб и определения предварительного качества зерна.

Во время разгрузки и взвешивания машин с зерном имеет место риск смешивания различных сортов зерна, снижение массы зерна, простоя автотранспорта под разгрузкой. Во время отпуска зерна, муки и других хлебопродуктов предприятие или потребители могут нести риск от снижения массы, качества, порчи тары, смешивания продукции различного качества и др. Эти риски выходят за рамки предприятия, и в большей степени потери переходят к поставщикам сырья и потребителям продукции [21].

 Одним из существенных факторов влияющих на экономическую эффективность производства является более целесообразное использование производственной мощности.

Под производственной мощностью предприятия понимается максимально возможный выпуск продукции, при полном использовании производственного оборудования и площадей, с учетом прогрессивной технологии, передовой организации труда и производства.[22]

Для увеличения экономической эффективности производства продукции необходимо интенсивнее применять созданный производственный потенциал, добиваться ритмичности производства, максимальной загрузки оборудования, существенно повышать сменность его работы и на этой основе увеличивать объем продукции с каждой единицы оборудования, с каждого квадратного метра производственной площади.[23]

Организация реализации продукции проводится, как правило, на основании работы отделов сбыта. В сферу планирования сбыта входят следующие вопросы: Сколько продукции намеревается продать предприятие? Кому, и каким образом? Что следует предпринять для продвижения этой продукции на рынки?

Распределение показателей сбыта по группам покупателей позволяет определить наиболее перспективные сегменты рынка и приспособить их в целях увеличения сбыта - потребительские характеристики продукции к запросам покупателей.[24]

Сегментация рынка позволяет в максимальной степени удовлетворить потребности покупателей в многообразной продукции, обеспечивает экономию затрат предприятия на производство и реализацию продукции, повышение конкурентоспособности предприятия, позволяет снизить или уклониться от конкурентной борьбы путем перехода на неосвоенный сегмент рынка.[25]

Потенциал сегмента рынка характеризуется его емкостью, которая показывает, какое количество продукции может быть на нем продано. Выявленный сегмент должен быть достаточно емким, чтобы покрыть издержки, связанные с внедрением и работой на нем, а также иметь перспективы роста объема продаж. Потенциал сегмента определяет величину производственных мощностей и сбытовой сети.[26]

Оценка доступности сегмента рынка для предприятия должна ответить на вопрос, есть ли принципиальная возможность начать продажу своей продукции на данном рынке. Для этого необходимо изучить, какие входные и выходные барьеры существуют на рынке, какими конкурентными преимуществами и недостатками обладает продаваемая продукция, какие установились правила торговли, можно ли применять существующие каналы реализации продукции.[27]

Оценка существенности сегмента предполагает выявление, насколько выделенную группу потребителей можно рассматривать как реальный сегмент рынка, насколько она устойчива по основным связывающим признакам.

Анализ возможности освоения рынка включает:

* анализ риска;
* исследование действующих на рынке норм, правил, систем и порядка сертификации продукции, требования которых необходимо соблюдать при работе на рынке;
* прогнозирование возможной реакции конкурентов на появление на рынке продукции данного предприятия. При планировании продаж продукции на конкретном рынке предприятие должно быть уверено в том, что ответные меры конкурентов не смогут заставить уйти его с рынка.[28]

Емкость рынка при планировании продаж рассчитывается в денежном и натуральном выражении. Знание емкости рынка и тенденции ее изменения позволяет оценить перспективность рынка в планируемом периоде.

При определении емкости рынка потребительских товаров анализируются факторы, формирующие спрос потребителей, такие как: численность населения в регионе, уровень доходов и структура потребительских затрат населения, политика в области оплаты труда.[29]

В ходе оценки емкости рынка важно учесть все возможные факторы, определяющие спрос, в том числе и так называемые неконтролируемые факторы, связанные с непредсказуемыми условиями. Емкость рынка - показатель динамичный, складывающийся под воздействием многих факторов. В его основе лежит соотношение между спросом и предложением на планируемую продукцию.

Обобщающий показатель, характеризующий спрос и предложение, принято называть конъюнктурой рынка. Знание конъюнктуры рынка позволяет не только определить его состояние, но и предсказать характер дальнейшего развития.[30]

Прогноз развития рынка состоит в определении условий, при которых обеспечивается наиболее полное удовлетворение спроса потребителей в продукции данного предприятия и создаются предпосылки для эффективного сбыта произведенной продукции.

Конъюнктура рынка характеризуется определенным соотношением спроса и предложения на товары данного вида, а также уровнем и соотношением цен.

В процессе изучения конъюнктуры рынка необходимо установить, в какой мере деятельность производителей влияет на состояние рынка, на его развитие в ближайшем будущем, и какие меры следует принять, чтобы полнее удовлетворить спрос потребителей на продукцию, более рационально использовать производственные мощности предприятия.[31]

Комплексный подход к изучению конъюнктуры рынка предполагает: использование многообразных взаимодополняющих источников информации; применение совокупности разных методов анализа и прогнозирования.

Наиболее часто для сбора информации применяются следующие методы:

* наблюдение;
* опрос;
* эксперимент;
* моделирование.

Каждое предприятие должно иметь эффективную систему информационного обеспечения, включающую общую, коммерческую и специальную информацию. Для обеспечения наблюдения за рынком сбыта предприятия необходимо создавать собственные источники информации в виде магазинов; сети торговых посредников.[32]

Процесс обновления информационной базы данных должен быть систематическим. Оценка каналов реализации необходима для того, чтобы достичь наилучших возможностей распределения продукции.[33]

 Достигнутый уровень развития производства на предприятии еще недостаточно эффективен, поэтому нужно продолжать работу и искать новые пути увеличения экономической эффективности производства и сбыта хлебобулочных изделий.[34]

**2 Организационно-экономическая характеристика ООО «Богородский хлеб» и современное состояние экономической эффективности производства и сбыта хлебобулочных изделий**

**2.1 Местоположение и специализация предприятия**

Организационно – правовая форма: Общество с ограниченной ответственностью

 Адрес: Кировская область, Богородский район, п. Богородское, ул. Учительская, д. 8.

 Webсайт – [http://www.bogorodskoe.vyatka.ru](http://www.bogorodskoe.vyatka.ru/)

 История развития ООО «Богородский хлеб», данное предприятие входит в состав Богородского РАЙПО

 Богородское районное потребительское общество. Начало кооперации в Богородском районе относится еще к дореволюционному периоду. В 1903 году заведующий кирпично-черепичным заводом, Иван Афонасьевич Косминский и заведующий двухклассной школой Михаил Павлович Аменицкий организовал крестьян с. Ухтым на создание кооперативного общества. Председателем был избран И. А. Косминский. Умело руководя им, он в противовес местным купцам вел успешную торговлю потребительскими товарами по более низким ценам.
       Расцвет кооперативного объединения населения произошел в 1918 – 1919гг12 апреля 1918 советское правительство издало декрет о кооперации, которым взяло существующие кооперативные объединения под свой контроль и государственную защиту. В противовес частной торговле купечества и торговцев главным органом в торговле стала кооперация.

 В материалах 4-го пленума Вятского кооперативного съезда, проходившего в ноябре 1919 года, отмечается, что среди вновь образованных 69 новых кооперативов числятся по Богородскому району: Караульский, Лобанский, Бутырский, Ошланской. В списках кооперативных организаций упоминается и Ухтымское потребительское общество, которое обслуживало 1909 хозяйств.

 То, что в списке вновь принятых кооперативов 4-м Вятским пленумом в ноябре 1919 года не упомянуто Богородское кооперативное товарищество, ещё не говорит, что его не было. Оно могло быть принято раньше, или после 1 ноября 1919 года, но Богородская кооперация так же существовала.

 В том же 1919 году Вятпотребсоюз был организован в Губернский союз потребительских обществ. В начале 1935 года создается Кировский крайпотребсоюз, который в конце 1936 года был переименован в облпотребсоюз, в связи с переименованием края в область. На 1 января 1940 года Кировский облпотребсоюз, объединяя 50 райпотребсоюзов, имел 2 тысячи магазинов и лавок, 668 палаток, ларьков, киосков. Богородский райпотребсоюз основан 1 марта 1931 года для торговой деятельности в Богородском районе.

Первоначальное его местонахождение: с. Богородское, ул. Советская, д. 24. Собранием уполномоченных членов-пайщиков 16 июня 1931 года утверждён Устав райпотребсоюза, определяющий его основные задачи и функции.

 Исходя из этого, все последующие годы районное объединение на основе единого плана руководит работой по кооперированию трудящихся, паенакоплению, транзитному завозу товаров непосредственно в торговую сеть, оказывает организационно-хозяйственную помощь развитию рыночной торговли, руководит работой по изучению потребительского спроса и по контролю за качеством товара, по заготовке сельхозпродуктов и сырья и организации общественного питания.

 Органами управления Союза являются районные съезды делегатов потребительской кооперации. В период между районными съездами высшим органом управления является правление Союза. К 1953 году потребкооперация района объединяет 7686 членов-пайщиков, 4 сельских потребительских общества: Богородское, Бутырское, Ошланское, Ухтымское. Такая структура сохраняется до 1960 года.

 К 1953 году потребкооперация района объединяет 7686 членов-пайщиков, 4 сельских потребительских общества: Богородское, Бутырское, Ошланское, Ухтымское. Такая структура сохраняется до 1960 года.

С 1 марта 1976 года Богородский райпотребсоюз реорганизован в Богородское райпо с последующей реорганизацией хозрасчетных предприятия (хлебозавод, объединение общественного питания, заготовительно-производственное объединение).

1965-1988 — годы интенсивного строительства, укрепления материально-технической базы. Среди важнейших объектов — столовая на 80 мест в п. Богородское, склад живсырья, хлебопекарня, 5 магазинов. Силами совхозов строились деревянные магазины в сёлах Верховойское, Рождественское, Спасское. Построен магазин «Колос» в с. Ухтым на 4 рабочих места. А также «Восход» в с. Хороши, продмаг в п. Богородское, магазины в с. Караул и д. Чирки, новый современный хлебозавод, холодильник на 100 тонн, овощехранилище на 120 тонн, магазин в с. Ошлань, универмаг с ныне действующей конторой, общетоварные склады площадью 1200 м2, квартальная котельная на базе, двухэтажная столовая в п.Богородское, тёплая стоянка, колбасный цех.

Торговля в районе развивалась, решая задачи и проблемы, в соответствии с меняющимися условиями жизни. В 1975 году действовали 48 магазинов, в том числе специализированные — по торговле обувью, культтоварами, книгами, хозтоварами, детскими товарами. В 1992 году было 39 магазинов, в 1993 году стало 26. В целях экономии средств на содержание торговых точек и улучшения эффективности их работы промтоварные магазины на селе были совмещены с продовольственными, образуя магазины «Товары повседневного спроса», которые действуют и в настоящее время.

С момента образования райпотребсоюза в каждом крупном сельском округе существовала своя пекарня. В 1973 году с пуском нового хлебозавода мощностью 9 тонн в сутки мелкие пекарни были закрыты.

Выпечка хлеба составляла: в 1965 году – 2040 тонн, в 1980 — 3960 тонн, в 1983 – 4545 тонн. Это был самый пик, хлеб был недорогой, высокая его доля шла на корм скоту. Резкий спад производства произошёл в 1994-1995 годах, когда выпечка составила 700 тонн в год. Во время спада была закрыта пекарня в с. Ухтым. В 2010 году выпечка хлеба составила 347 тонн, или около тонны в день, т.е. использование мощности и оборудования — чуть более 10%.

Кроме того, на хлебозаводе есть цех по производству кондитерских изделий. Выпуск кондитерских изделий составлял в 1990 году - 17 тонн, в 2002 году - 3,3 тонны, в 2010 году – 9 тонн. На объём производимой продукции всегда оказывал воздействие спрос. В восьмидесятые годы ассортимент выпускаемой продукции был многообразен - это печенье, торты, кексы, петушки на палочке и многое другое. Все производилось малыми объёмами. С введением обязательного сертифицирования продукции производство с небольшими объемами стало нерентабельно. В настоящее время выпускаются только пряники и печенье.

На хлебозаводе был цех по выработке безалкогольных напитков, которые пользовались спросом. С 2001 года цех закрыт из-за непригодности воды.

Около двух лет существовал и цех по производству пива.

В 1994 году был открыт цех по производству макаронных изделий, который действует и в настоящее время. Макаронные изделия, основным из которых являются рожки, сбывают в районе. Выработка их составила 29 тонн в 2000 году и 11 тонн в 2010.

В 1988 году около столовой был построен колбасный цех, мощностью 50 тонн продукции в год (варёной колбасы, полукопчёной, сарделек и различных копчёных деликатесов: окороков, грудинки и другое). В 1991 году объём производства колбасных достиг 45,5 тонн в год. В последующие годы произошло сокращение выработки, т.к. реализовывались колбасные изделия, в основном, в районе, не освоены были рынки сбыта за его пределами. Обязательное сертифицирование продукции отразилось на цене. Производство в малых размерах стало нерезультативно, что и привело к закрытию цеха в 2004 году.

Организационная структура и структура управления представлены в приложениях А и В.

Показатели размера предприятия представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели размера предприятия

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели  | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2016 г. в % к 2014 г. |
| Выручка, тыс. руб. | 24725 | 25763 | 25326 | 102,4 |
| Среднесписочная численность работников, чел. | 39 | 42 | 43 | 110,2 |
| Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб. | 2838 | 2656 | 2527,5 | 89,1 |

Таким образом, по данным таблицы видно, что за три года выручка от реализации продукции выросла на 2,4%, численность персонала увеличилась на 10,2%, среднегодовая стоимость основных средств снизилась на 10,9%.

Для установления специализации предприятия рассмотрим состав и структуру выручки от реализации продукции представленной в таблице 3.

Таблица 3 – Состав и структура выручки от реализации продукции

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. |
| тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % |
| Хлебобулочные изделия | 21557 | 87,2 | 23305 | 90,5 | 22384 | 88,4 |
| Услуги по хранению | 2565 | 10,4 | 1983 | 7,7 | 2373 | 9,4 |
| Другие виды деятельности | 603 | 2,4 | 475 | 1,8 | 569 | 2,2 |
| Итого | 24725 | 100 | 25763 | 100 | 25326 | 100 |

Таким образом, можно сделать вывод, что наибольший удельный вес в структуре выручки от продаж продукции занимает хлебобулочные изделия – до 90,5%. При этом удельный вес по услугам и хранению, а так же, по другим видам деятельности снижается.

Как видно, кооперативная промышленность не стояла на месте, осваивались новые виды производств и выжили только востребованные. С 1 марта 2010 года хлебозавод выделился в самостоятельное предприятие ООО «Богородский хлеб», где 100% учредителем является райпо.

По итогам 2006 - 2007 годов Богородское райпо заняло 5 рейтинговое место по финансовой устойчивости в системе Кировского облпотребсоюза. Сегмент рынка, на котором обращена деятельность – это обслуживание физических и юридических лиц.

* 1. **Ресурсный потенциал и эффективность его использования**

 Основные средства - это часть имущества, используемая в качестве средств труда при производстве продукции, выполнении работ или оказании услуг либо для управления организацией в течение периода, превышающего 12 месяцев, или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев.

 Сроком полезного использования является период, в течении которого применения объекта основных средств приносит доход организации. Для отдельных групп основных средств, срок полезного использования определяется исходя из количества продукции (объема работ в натуральном выражении), ожидаемого к получению в результате употребления этого объекта.

Для учёта основных средств, определения их состава и структуры необходима их классификация. Существуют следующие группы основных средств (в том числе согласно ПБУ 6/01):

1. Здания (корпуса цехов, складские помещения, производственные лаборатории и т. п.);
2. Сооружения (инженерно-строительные объекты, создающие условия для осуществления процесса производства: эстакады, автомобильные дороги, туннели);
3. Передаточные устройства (электросети, теплосети, газовые сети);
4. Машины и оборудование, в том числе:
5. Транспортные средства (вагоны, автомобили, кары, тележки);
6. Инструмент (режущий, давящий, приспособления для крепления, монтажа), кроме специального инструмента;
7. Производственный инвентарь и принадлежности (стеллажи, рабочие столы и т. п.);
8. Прочие основные средства (сюда входят библиотечные фонды, музейные ценности).

В управлении основными средствами применяется дифференцированная система стоимостных оценок, которая определяется целевой установкой измерения стоимости основного капитала: для внутрипроизводственной деятельности и оценки результатов, для начисления амортизации и расчета налогов, для продажи и сдачи в аренду, залоговых операций и др. Базовыми видами оценок основных фондов представляют: первоначальная, восстановительная и остаточная стоимость.

Состав и структура основных средств предприятия представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Состав и структура основных фондов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Виды фондов | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. |
| тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % |
| Здания | 508 | 20 | 852 | 31 | 738 | 32 |
| Сооружения | 439 | 17 | 498 | 18 | 360 | 16 |
| Машины и оборудование | 805 | 32 | 910 | 33 | 780 | 34 |
| Транспортные средства | 278 | 11 | 301 | 11 | 245 | 11 |
| Основные фонды других отраслей | 196 | 8 | 202 | 7 | 169 | 7 |
| Всего основных фондов | 2549 | 100 | 2763 | 100 | 2292 | 100 |

Из данных таблицы 4 можно сделать вывод, что стоимость основных фондов за три года снизилась на 257 тыс.руб., что связано со спадомстоимости машин и оборудования, транспортных средств, сооружений и основных фондов других отраслей.

 В структуре основных средств наибольший удельный вес занимают машины и оборудования

 Показатели обеспеченности и эффективности использованных средств представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Показатели обеспеченности и эффективности использования основных средств

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели  | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2016 г. в % к 2014 г. |
| Фондовооруженность, тыс. руб.  | 65,4 | 65,8 | 53,3 | 81,5 |
| Фондоотдача, руб. | 8,7 | 9,7 | 10 | 114,9 |
| Фондоемкость, руб. | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 100 |
| Рентабельность (убыточность) ОПФ, % | 8,3 | 38,9 | 39,3 | +31п.п. |

 Фондовооруженность за отчетный период сократилась на 18,5%, что связано с опережающим темпом роста численности работников по сравнению с темпами роста стоимости основных средств.

 Фондоотдача в свою очередь увеличилась на 14,9%, фондоемкость при этом не изменилась, но и не сократилась, что связано с неизменными темпами роста выручки и стоимости основных средств.

 Рентабельность ОПФ увеличилась на 31 п.п., что связано с опережающими темпами роста прибыли от продаж по сравнению с темпами роста стоимости основных средств.

 Тем самым можем определить, что на предприятии основные средства используются эффективнее, нежели остальные показатели.

 Оборотные средства непременноенеобходимы каждому предприятию для организации бесперебойных процессовпроизводства, снабжения, сбыта и т.д. Финансовых расчетов своевременного перечисления налогов, уплаты коммунальных платежей (за израсходованную предприятием электроэнергию, воду и т.п.), выплату заработной платы своим сотрудникам и т.д.

 Нормальное функционирование предприятия устанавливает достаточное количество оборотных средств: приобретение сырья за наличные средства и оплата счетов поставщиков; обработки сырья и материалов; выплат заработной платы из денежных средств; поступления наличных средств от покупателей за реализованную продукцию.

 Рассмотрим состав и структуру оборотных средств в таблице 6.

Таблица 6 – Состав и структура оборотных средств ООО «Богородский хлеб»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Элементы оборотных средств | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. |
| тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % |
| Производственные запасы | 1907 | 60,6 | 2177 | 42,7 | 2211 | 31,4 |
| Дебиторская задолженность | 1092 | 34,7 | 1973 | 38,7 | 2531 | 36 |
| Финансовые вложения | 100 | 3,2 | 800 | 15,7 | 1500 | 21,3 |
| Денежные средства | 47 | 1,5 | 153 | 3 | 800 | 11,4 |
| Прочие | - | - | - | - | - | - |
| Итого оборотные средства | 3146 | 100 | 5103 | 100 | 7042 | 100 |

 Стоимость оборотных средств за данный период выросла на 3896 тыс.руб., тем самым максимальный удельный вес в элементах оборотных средств данного предприятия занимают запасы.

 Эффективность использования оборотных средств характеризуется показателями, которые представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Экономическая эффективность использования оборотных средств

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2016 г. в % к 2014 г. |
| Коэффициент оборачиваемости | 6,7 | 5,6 | 4,2 | 62,7 |
| Продолжительность одного оборота, дни | 54 | 64,3 | 86 | 159,3 |
| Рентабельность (убыточность) оборотных средств, % | 5,8 | 20 | 14 | +8,2 п.п. |

За предоставленныйпериод коэффициент оборачиваемости сократился на 37,3%. Продолжительность одного оборота выросла на 59,3%, что привело к неэффективному использованию оборотных средств.

Обеспеченность человеческими ресурсами на предприятии ООО «Богородский хлеб» можно обусловить как не полная укомплектованность штата. Высокую часть сотрудников занимающихся непосредственным производством продукции занимают женщины, в возрасте от 25 лет до 45. Стаж работы у всех сотрудников разный, состав обновлялся в связи с уходом на пенсию предыдущих пекарей. Как токового обучения персонала квалифицированными сотрудниками не совершалось, но в любом случае предоставляли наставника. Принимая во внимание выше изложенный факт, изготовление продукции находится на среднем уровне, что не показывает хорошим состояние динамики продаж готовой продукции. В этом случае приняли решение по обучению и повышению квалификации персонала, которое будет проходить раз в 5 лет, что повлечет за собой улучшения качества производства хлебобулочных изделий на заводе. Исходя из этого можно определить, что при улучшенном качестве продукции увеличиться спрос на товар, благодаря чему увеличится выручка от продаж.

Рассмотрим состав и структуру персонала на предприятии в таблице 8.

Таблица 8 – Состав и структура персонала предприятия

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Категории персонала | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. |
| чел. | % | чел. | % | чел. | % |
| Среднесписочная численность работников, всего | 39 | 100 | 42 | 100 | 43 | 100 |
| в том числе: |  |  |  |  |  |  |
| Промышленно-производственный персонал | 34 | 87,2 | 37 | 88,1 | 38 | 88,4 |
| из него: |  |  |  |  |  |  |
| Рабочие  | 8 | 20,5 | 9 | 21,4 | 9 | 20,9 |
| Служащие  | 9 | 23,1 | 10 | 23,8 | 11 | 25,6 |
| Руководители  | 4 | 10,3 | 4 | 9,5 | 4 | 9,3 |
| Специалисты  | 8 | 20,5 | 9 | 21,4 | 9 | 20,9 |
| Непромышленный персонал  | 5 | 12,8 | 5 | 11,9 | 5 | 11,6 |

 Численность работников ежегодно увеличивается за счет роста всех категорий работников. В структуре трудовых ресурсов существенных изменений не произошло.

* 1. **Оценка финансового состояния предприятия**

Финансовое состояние предприятия требует проведение анализа на основе форм финансовой отчетности предприятия. Данные приведенные в таблице помогут это определить. Используются данные отчетности предприятия из формы №2 «Отчет о финансовых результатах»

Финансовые результаты деятельности предприятия представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Финансовые результаты деятельности предприятия, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2016 г. в % к 2014 г. |
| Выручка, тыс. руб. | 24725 | 25763 | 25326 | 102,4 |
| Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб. | 16885 | 17238 | 16056 | 95,1 |
| Прибыль от реализации продукции, тыс. руб. | 295 | 897 | 1097 | 371,9 |
| Рентабельность затрат, % | 1,7 | 5,2 | 6,8 | +5,1 |
| Рентабельность продаж, % | 1,2 | 3,5 | 4,3 | +3,1 |

По данным таблицы 10 можем сказать, что прибыль от реализации продукции увеличиласьболее чем в 2 раза. Полная себестоимость реализованной продукции снизилась на 4,9%, а выручка от реализации продукции выросла на 2,4%. Рентабельность продаж увеличилась на 3,1%, соответственно рентабельность затрат так же увеличилась на 5,1%.

Для изучения финансового состояния предприятия составлен аналитический баланс предприятия представленный в таблице 11.

Таблица 11 – Аналитический баланс

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Виды средств предприятия и их источников | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. |
| Актив1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения | 1047 | 953 | 2300 |
| 2 Дебиторская задолженность и прочие оборотные активы | 1092 | 1973 | 2531 |
| 3 Запасы и затрат | 1907 | 2177 | 2211 |
| Всего текущих активов | 4046 | 5103 | 7042 |
| 4 Иммобилизованные средства | 1092 | 1973 | 2531 |
| Итого активы предприятия | 5138 | 7076 | 9573 |
| Пассив1 Кредиторская задолженность и краткосрочные пассивы | 1355 | 1593 | 2068 |
| 2 Краткосрочные кредиты и займы | - | - | - |
| Всего краткосрочный заемный капитал (краткосрочные обязательства) | 1355 | 1593 | 2068 |
| 3 Долгосрочный заемный капитал (долгосрочные обязательства) | - | - | - |
| 4 Собственный капитал | 5240 | 6273 | 7266 |
| Итого пассивы предприятия | 7950 | 9459 | 11402 |

Далее рассмотрим источники формирования запасов и затрат, которые представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Обеспеченность запасов источниками формирования и тип финансовой устойчивости, тыс.руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. |
| Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств для формирования запасов и затрат | -1355 | -1593 | -2068 |
| Излишек (+), недостаток (-) собственных и долгосрочных источников формирования запасов и затрат | 3333 | 2827 | 4062 |
| Излишек (+), недостаток (-) общей величины нормальных источников формирования запасов и затрат | 4926 | 4182 | 5130 |
| Тип финансовой устойчивости | неустойчивая |

Предприятие имеет неустойчивое финансовое положение за весь отчетный период, так как Nc, <0;Nr>0; No>0

Данное финансовое состояние сопряжено с нарушением платежеспособности. Сохраняется возможность возобновления равновесия за счет краткосрочных кредитов и запасов.

Далее рассмотрим и проанализируем коэффициенты финансовой устойчивости, которые представлены в таблице 13.

Таблицы 13 – Коэффициенты финансовой устойчивости

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Оптимальное значение | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. |
| Коэффициент автономии | 0,5-0,6(0,7-0,8) | 0,4 | 1,3 | 1,1 |
| Коэффициент финансовой зависимости | 0,4-0,5(0,2-0,3) | 12,6 | 12,5 | 12,8 |
| Коэффициент финансового левериджа | <1,0 | 2,6 | 2,5 | 2,9 |
| Коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами | 0,6-0,8 | 14,1 | 16,1 | 0,2 |
| Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами | 1,0 | 6,7 | 6,9 | 7,1 |

 Предприятие на протяжении всего периода в финансовом отношении зависит от заемных источников, об этом говорят коэффициенты финансовой зависимости, обеспеченности запасов собственными оборотными средствами и коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.

 Показатели ликвидности и платежеспособности предприятия представлены в таблице 14.

 Таблицы 14 – Коэффициент ликвидности и платежеспособности

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Оптимальное значение | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,2-0,3 | 0,8 | 0,6 | 1,1 |
| Коэффициент промежуточной ликвидности | 0,8-1,0 | 0,8 | 0,6 | 1,1 |
| Коэффициент текущей ликвидности | 2,0 | 2,9 | 3,2 | 3,4 |

**Коэффициент текущей ликвидности** показывает способность компании погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счёт только оборотных активов. Чем больше значение коэффициента, тем лучше [платежеспособность предприятия](http://1-fin.ru/?id=281&t=119). Этот показатель учитывает, что не все активы можно продать в срочном порядке. По данным показателям можем проследить, что показатель имеет рост и превышает нормативное решение.

**Коэффициент промежуточной ликвидности** - финансовый коэффициент, равный отношению высоколиквидных текущих активов к краткосрочным обязательствам (текущим пассивам). Данными для его расчета служит бухгалтерский баланс компании. В отличии от текущей ликвидности в составе активов не учитываются материально-производственные запасы, так как при их вынужденной реализации убытки могут быть максимальными среди всех оборотных средств. Коэффициент показал, что все значения соответствуют норме.

**Коэффициент абсолютной ликвидности** - финансовый коэффициент, равный отношению денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к краткосрочным обязательствам (текущим пассивам). Данными для его расчета служит бухгалтерский баланс компании. Показал, что за последний период 2016г. коэффициент увеличивается и стал нормативным.

**2.4 Особенности технологических процессов в производстве хлебобулочных изделий, динамика объемов производства и ассортимент**

Технологический процесс приготовления хлеба включает в себя следующие стадии: прием, хранение и подготовка основного и дополнительного сырья к производству; приготовления теста; деления теста на куски определенной массы; формирования и расстойки тестовых заготовок; выпечки; охлаждения, хранения и маркировки готовой продукции; транспортировки хлебобулочных изделий в торговую сеть. Каждый из этих этапов включает ряд технологических операций, обеспечивающих изготовление изделий.

Технологическая схема производства хлебобулочных изделий имеет следующий вид:



Рисунок 2 – Технологическая схема производства хлебобулочных изделий

Контроль качества хлебобулочных изделий

Выпечка

1. Подача готовой продукции на склад 2. Охлаждение 3. Упаковка и маркировка продукции 4. Хранение готовой продукции 5. Погрузка продукции 6. Транспортирование. Охлаждение, хранение, маркировка готовой продукции.
Транспортировка хлебобулочных изделий в торговую сеть. Основные технологические операции по производству хлебобулочных изделий:прием, хранение, подготовка сырья к пуску в производство.Все поступающее сырье на предприятие, вспомогательные, тароупаковочные материалы, а также выпускаемая продукция должны отвечать требованиям действующих стандартов, технических условий, медико-биологических требований, иметь санитарно-эпидемиологические заключения, сертификаты соответствия или качественные удостоверения.

Этапы производства хлебобулочных изделий в ООО «Богородский хлеб»

Этап 1. Приемка и хранения сырья

Приемка и хранение сырья, употребляемого на хлебопекарном заводе (сюда относятся мука, соль, дрожжи, жиры, яйца), производятся по следующей схеме: мука из железнодорожного вагона 1 поступает в мучной склад, где ее складывают в штабели 2. Соль на складе хлебозавода хранится либо в той таре, в которой она доставлена, либо в специальных ларях. Прессованные дрожжи, жиры, яйца и другие скоропортящиеся продукты хранятся в камере, охлаждаемой специальной холодильной установкой. Муку, дрожжи и прочее подсобное сырье анализируют в лаборатории хлебозавода как в отношении соответствия стандартам, так и в отношении их хлебопекарных свойств.

Этап 2. Подготовка сырья

Подготовка муки к пуску в производство сводится к составлению «валки» (смеси) отдельных сортов и партий муки, смешиванию муки в установленных соотношениях, очистке ее от вероятных посторонних предметов и примесей.
При составлении валки учитываются соотношение разных сортов муки, требуемое рецептурой выпекаемого сорта хлеба, и хлебопекарные качества отдельных партий муки.

Этап 3. Приготовление теста

Замес теста осуществляется тестомесильной машиной. Для этого устанавливают на плите тестомесильной машины дежуи в нее отмеривают предусмотренное рецептурой количество муки, воды, соли и дрожжей. Процесс замеса одной дежи теста длится несколько минут (в зависимости от типа тестомесильной машины — 4—8 мин.). Дежу с замешенным тестом закатывают в бродильную камеру. Температура и относительная влажность воздуха в бродильной камере поддерживаются на оптимальном для брожения теста уровне автоматически действующей кондиционирующей воздух установкой. В бродильной камере в тесте происходит процесс брожения, вызываемый дрожжами. Углекислый газ, выделяющийся при брожении теста наряду с этиловым спиртом, разрыхляет тесто и вызывает увеличение его объема в деже (подъем теста).Тесто подвергают однократной или повторной обминке, в результате чего физические свойства его улучшаются; кроме того, это предохраняет тесто от выпадения из дежи при подъеме. Дежу с подошедшим тестом выкатывают из бродильной камеры, подвозят снова к тестомесильной машине, устанавливают на ее плите и тесто подвергают короткому (1—3 мин.) механическому промешиванию («обминке»), причем тесто теряет основную часть скопившегося в нем углекислого газа и возвращается к неходкому объему.После обминки теста дежу опять закатывают в бродильную камеру для дальнейшего брожения.Дежу с готовым, выбродившим тестом выкатывают из бродильной камеры, подкатывают к дежеопрокидывателю и укрепляют на нем; дежеопрокидыватель, приведенный в действие, механически поднимает и переворачивает дежу в положение, при котором тесто вываливается в бункер.

Этап 4. Разделка теста

Под общим названием «разделка теста» в хлебопечении принято объединять операции деления теста на куски требуемого веса, придания этим кускам формы, обусловленной сортом выпекаемого изделия, и провесе расстойки, когда сформованные куски теста оставляют в состоянии покоя на время, в течение которого происходит их разрыхление.В нашем примере разделка теста сводится к делению теста на куски тестоделительной машиной и последующему их округлению с помощью тестоокруглительной машины. Округленные куски теста для некоторой как бы «передышки», предохраняющей их от чрезмерного количества непрерывных механических воздействий, полученных имя в процессе деления на куски и округления, помещают для первой (или промежуточной) расстойки в конвейерный расстойный шкаф (пруфер). Первая расстойка не требует специальных температурных условий и очень кратковременна (обычно 3—7 мин).Несколько «передохнувшие» куски теста после первой (промежуточной) расстойки поступают в закаточную машину, придающую им цилиндрическую форму батона. Для того, чтобы сформованные куски теста подверглись разрыхлению углекислым газом и приобрели надлежащий объем; их помешают для второй (окончательной) расстойки в расстойный шкаф. Вторая расстойка требует значительно большей затраты времени (обычно 20—50 мин.) и соответствующей температуры и влажности воздуха; для поддержания этих условий предусматривается автоматически действующая кондиционирующая воздух установка.

Этап 5. Выпечка

Расстоявшиеся куски теста надрезают с поверхности и сажают в печь для выпечки; в нашем примере их сажают на подики конвейерной люлечно-подиковой печи. Скорость движения конвейера печи регулируется таким образом, чтобы время одного оборота было равно времени, потребному для выпечки. После этого люлька с подиком наклоняется, готовые батоны соскальзывают с него на транспортер, уносящий их из печи, и по наклонному спуску переходят в помещение хлебохранилища.

Этап 6. Охлаждение и хранение

Горячие батоны поступают для охлаждения до температуры хлебохранилища в конвейерный шкаф-охладитель (кулер). Охлажденные батоны с помощью заверточной машины упаковывают в специальную прозрачную бумагу, после чего их укладывают в ящики.Ящики с хлебом по мере надобности вывозят на отгрузочную платформу, где их грузят в специальные автомашины и затем развозят по магазинам.Такова одна из наиболее типичных аппаратурно-технологических схем производства хлеба на современном хлебозаводе.

Основными поставщиками предприятия ООО «Богородский хлеб» являются: Пермский комбинат хлебопродуктов.

Мука на предприятие попадает в таре (мешках). Мешки с мукой размещают в мучном складе отдельно от всех видов сырья. Мука в таре хранится штабелями не более 10-12 рядов в высоту. Штабели укладывают на деревянные настилы (решетки) на расстоянии 15 см от уровня пола, 50 см от стен, в высоту не более 2 м. Относительная влажность воздуха на складе 70-75 %.

Муку перед пуском в производство обязательно просеивают для отделения посторонних примесей. При этом мука аэрируется, что в дальнейшем улучшает качество хлеба.

Для просеивания муки на предприятии применяют просеивающие машины марки «Пионер». Эту операцию проводят в просеивательном отделении.

Для удаления из муки частичек металла и металлической пыли, которые попадают в муку от срабатывающихся рифлей мельничных вальцов, муку пропускают через магнитоуловители. Магниты установлены в выходных каналах просеивающих машин.

До пуска в производство муку отдельных партий смешивают для улучшения ее хлебопекарных качеств. Пропорция, в которой берут муку разных партий, зависит от ее качества. Смешивают муку из 2-3 партий в простых, кратных соотношениях (1:1; 1:2; 1:3). Для этого на предприятии применяют специальные устройства - шнековые пропорциональные смесители-дозаторы. При помощи этих машин можно смешивать одновременно муку двух или трех партий в различных соотношениях.

Вода, применяемая для приготовления теста, должна отвечать требованиям, предъявляемым к питьевой воде. Она подается централизованной системой водоснабжения от городской сети. Вода хранится в емкостях-баках холодной и горячей воды.

Соль поваренную пищевую доставляют на хлебозавод в мешках или пачках. Она хранится на складе для вспомогательного сырья. Соль растворяют в воде. Раствор фильтруют и отстаивают. Далее профильтрованный раствор используют при замесе теста.

Сахар растворяют в бачках с мешалками, раствор процеживают через сито с отверстиями диаметром 3мм. Раствор сахара дозируют с учетом содержания сахара в растворе.

Дрожжи прессованные поступают на хлебозавод расфасованными в пачках. Хранят их в холодильнике (на складе для вспомогательного сырья) при температуре 0-4 °С. При использовании прессованных дрожжей на производстве их предварительно измельчают и разводят в воде (1:3-1:4) с температурой не выше 40 °С. Далее дрожжевая суспензия используется при замесе полуфабрикатов. Дрожжевую суспензию перед пуском в производство пропускают через проволочное сито с размером ячеек не более 2,5 мм. Жиры, яйца и молочные продукты хранятся в холодильной камере при температуре от 0 до + 4 °С.

Молоко коровье пастеризованное хранится при температуре от 0 до +6°С не более 36 часов с момента окончания технологического процесса его производства.Яйца куриные дезинфицируют в растворе хлорной извести и пищевой соды. После этого разбивают по 3-5 шт. в отдельную посуду, проверяя запах, размешивают и процеживают через сито.Молоко процеживают через сито с отверстиями диаметром 0,5мм.Масло сливочное тщательно проверяется после распаковки и зачищается с поверхности. Продолжительность хранения масла до зачистки не более 4 часов.

При поступлении каждой партии сырья на предприятии осуществляется входной и производственный контроль. Проверяют условия транспортировки сырья, документы, подтверждающие качество и безопасность продуктов, проводят первичную экспертизу сырья (визуальный осмотр, органолептика). Один раз в сутки проверяют условия и сроки хранения сырья (температуру, влажность в холодильной камере).

Возникающие технологические затраты и потери при производстве хлеба указывают на недостатки в организации и ведении производственного процесса, устранение которых приводит к более экономному расходованию сырья. Промышленность располагает рядом готовых решений и мероприятий, позволяющих более экономно расходовать сырье на производстве.

Технологические потери муки до стадии замеса полуфабрикатов обусловлены распылом муки в складе и мукопросеивательном отделении, сходом с просеивательных машин и выбоем из мешков. Эти потери при хранении муки в таре составляют до 0,25 % от массы, поступившей на склад муки.

Для снижения потерь муки необходимо предохранять мешки с мукой от намокания, следить за исправностью тары, обеспечивать исправность транспорта для перемещения муки, следить за герметичностью мукопросеивательных линий, аккуратно совершать засыпку муки в приемную воронку, не допуская переполнения ее. На нашем предприятии потери на распыл муки могут быть также снижены установкой аспирационных устройств в мучных складах. В последние годы широкое распространение получили самовстряхивающинся фильтры с электроприводом. Такие установки могут снизить потерю муки на 0,1-0,15 % к массе перерабатываемой муки.

Динамика производства и реализации хлебобулочных изделий в стоимостном выражении представлена в таблице 15.

Таблица 15 –Динамика производства и реализации хлебобулочных изделий

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | Объем | Темпы роста % | Объем | Темпы роста % |
|  | Производства продукции, тыс.руб. | базисные | цепные | Реализации продукции, тыс.руб. базисные | базисные | цепные |
| 2014 | 8424 | 100 | 100 | 8424 | 100 | 100 |
| 2015 | 7320 | 88,8 | 88,8 | 7320 | 88,8 | 88,8 |
| 2016 | 9126 | 108,3 | 124,7 | 9126 | 108,3 | 124,7 |

За данный период, представленный в таблице объем производства увеличился на 24,7%, объем реализации продукции так же вырос на 24,7%.

Для более удобного понимания динамики производства хлебобулочных изделий рассмотрим на примере диаграммы.

Рисунок 3 – Динамика производства и реализации хлебобулочных изделий

Среднегодовой темп роста (прироста) выпуска и реализации продукции можно рассчитать по среднегеометрической взвешенной:

Твп = 1,052=105,2%

Таким образом, среднегодовой темп роста выпуска и реализации продукции составил 105,2%, темп прироста составил 5,2%

Основной ассортимент выпускаемой продукции на предприятии ООО «Богородский хлеб»:

- Хлеб пшеничный;

- Хлеб дарницкий;

- Хлеб сельский;

- Батон нарезной;

- Плетенка с маком;

- Хлеб ароматный;

- Батончик с отрубями;

- Хлеб ароматный с картофелем;

Рассмотрим структуру производства хлебобулочных изделий по ассортименту на примере таблицы 16.

Таблица 16 – Структура производства хлебобулочных изделий по ассортименту

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Виды | 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| тонн | % | тонн | % | тонн | % |
| Хлеб пшеничный | 560 | 26,7 | 560 | 26,5 | 580 | 27 |
| Хлеб дарницкий | 489 | 23,3 | 490 | 23,2 | 500 | 23,3 |
| Хлеб сельский | 352 | 16,8 | 350 | 16,6 | 350 | 16,3 |
| Батон нарезной | 360 | 17,1 | 360 | 17,1 | 378 | 17,6 |
| Плетенка с маком | 125 | 6 | 125 | 6 | 125 | 6 |
| Хлеб ароматный | 190 | 9 | 195 | 9,2 | 195 | 9 |
| Батончик с отрубями | 20 | 1 | 25 | 1,2 | 25 | 1,2 |
| Хлеб ароматный с картофелем | 5 | 0,2 | 5 | 0,2 | 6 | 0,3 |
| Итого | 2101 | 100 | 2110 | 100 | 2149 | 100 |

Доля пшеничного хлеба выросла на 0,3%, батончика с отрубями на 0,2% и батона нарезного на 0,5%, что показывает рост объема производства и спроса на данный ассортимент хлебобулочных изделий.

Наиболее наглядно ассортимент спроса и производства хлебобулочных изделий можно рассмотреть на примере диаграммы.

 Рисунок 4 – Структура производства хлебобулочных изделий, %

 ООО «Богородский хлеб» не имеет посредников в системе реализации продукции. В связи с данными продажи не растут в геометрической прогрессии .

 Основными причинами являются:

 - продажи продукции только в Богородском районе и пгт.Вожгалы;

 - пгт. Вожгалы являются прямым конкурентом ООО «Богородский хлеб», так как там имеется свое хлебобулочное предприятие;

 - сезонность

 - малоизвестность продукта ООО «Богородский хлеб»

 Рассмотрим коэффициент загрузки производственных мощностей на предприятии представленный в таблице 18.

 Таблица 18 – Загрузка производственных мощностей

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| Потенциальная производственная мощность по производству хлебобулочных изделий, тонн | 3000 | 3000 | 3000 |
| Фактический объем производства хлебобулочных изделий, тонн | 2101 | 2110 | 2149 |
| Коэффициент загрузки мощностей, % | 70 | 70 | 71,6 |

За отчетный период просматривается увеличение объемов производства хлебобулочных изделий, тем самым произошел рост коэффициента загрузки мощностей с 70% до 71,6%, что определяет положительное влияние на развитие предприятия.

* 1. **Финансовые результаты от реализации продукции**

Финансовый результат - главный критерий оценки деятельности для большинства предприятия. Однако так же, как множественные цели и задачи предприятия, существуют и различные методики определения финансовых результатов. B связи с этим, анализ финансовых результатов представляет собой едва ли не ключевую проблему анализа финансово-хозяйственной деятельности.

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Основную часть прибыли предприятия приобретают от осуществления продукции и услуг. В процессе анализа изучаются динамика, выполнение плана прибыли от реализации продукции и определяют факторы изменения ее суммы. Прибыль от реализации продукции в целом по предприятию зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности: объема реализации продукции; ее структуры, себестоимости и уровня среднереализационных цен.

Финансовые результаты деятельности предприятия оцениваются с помощью абсолютных и относительных показателей. К абсолютным относятся прибыль (убыток от прочей реализации, доходы и расходы от внереализационных операций, балансовая (валовая) прибыль, чистая прибыль.

К числу относительных показателей принадлежат различные соотношения прибыли и затрат (или вложенного капитала - собственного, заемного и т.д.). Значительное место среди них занимают показатели рентабельности. Их экономический смысл заключается в том, что они характеризуют прибыль, получаемую с каждого рубля капитала (собственного или заемного), вложенного в предприятие.

Рассмотрим состав и структуру затрат на производство 1 тонны хлебобулочных изделий (таблица 19)

Таблица 19 –Состав и структура себестоимости 1 тонны хлебобулочных изделий

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Элементы затрат | 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| Руб. | % | Руб. | % | Руб. | % |
| Материальные затраты | 120156 | 65,3 | 145600 | 67,4 | 178900 | 63,7 |
| Затраты на оплату труда | 39540 | 21,5 | 41736 | 19,3 | 65800 | 23,4 |
| Страховые взносы | 12700 | 7 | 15945 | 7,4 | 21348 | 7,6 |
| Амортизация | 6478 | 3,5 | 6980 | 3,2 | 7123 | 2,5 |
| Прочие затраты | 5012 | 2,7 | 5578 | 2,6 | 7523 | 2,7 |
| Итого | 183886 | 100 | 215893 | 100 | 280694 | 100 |

 За отчетный период произошел рост себестоимости на 1 тонну хлебобулочных изделий на 96808 руб. или на 52,6% это объясняет следующими показателями: затраты на оплату труда увеличились на 1,9% , соответственно рост страховых взносов на 0,6%, так же снижением амортизации.

Структура себестоимости на 1 тонну хлебобулочных изделий можно увидеть более наглядно на рисунке 5.

Рисунок 5 – Структура себестоимости 1 тонны хлебобулочных изделий

Рассмотрим также один из основных показателей себестоимости продукции – затраты на 1 рубль произведенного хлебобулочного изделия, проследим в таблице 20.

Таблица 20 – Затраты на 1 рубль произведенного хлебобулочного изделия

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014г. | 2015г. | 2016г. | 2016г. в % к 2014г. |
| Полная себестоимость реализованных хлебобулочных изделий, тыс.руб. | 12560 | 16100 | 21560 | 171,7 |
| Выручка от реализации хлебобулочных изделий, тыс.руб. | 8424 | 7320 | 9126 | 108,3 |
| Затраты на 1 руб. продукции, руб. | 1,5 | 2,2 | 2,4 | 160 |

За последних три года затраты на 1 рубль продукции хлебобулочных изделий вырос на 60%. Следствие чего является увеличение себестоимости реализованных хлебобулочных изделий на 71,7%. Над темпами роста выручки.

Динамика показателей затрат на 1 руб. произведенной продукции на рисунке 6.

Рисунок 6 – Динамика затрат на 1 руб. произведенной продукции

Сбыт продукции представляет собой конечный результат экономической деятельности предприятия. Поэтому для правильного, корректного и своевременного учета реализации продукции в организации должен быть надлежащим образом налажен учетный процесс. Экономическая сущность операций, связанных с реализацией продукции, отражает содержание одного из важнейших показателей деятельности предприятия. В свою очередь, это позволяет судить о динамики развития предприятия. Характер учетной деятельности в этом плане важен и с позиций внутреннего учета связанных показателей, расходов, формирующих себестоимость, а также формирования финансового результата и оценки рентабельности хозяйственной деятельности предприятия.

Таким образом, важным моментом является ценовое выражение объемов реализации, что устанавливает финальный результат экономической деятельности организации.

Рассмотрим финансовые результаты от реализации хлебобулочных изделий в таблице 21.

Таблица 21 – финансовые результаты от реализации хлебобулочных изделий

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2016 г. в % к 2014 г. |
| Выручка, тыс. руб. | 24725 | 25763 | 25326 | 102,4 |
| Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб. | 16885 | 17238 | 16056 | 95,1 |
| Прибыль от реализации продукции, тыс. руб. | 295 | 897 | 1097 | 371,9 |
| Рентабельность затрат, % | 1,7 | 5,2 | 6,8 | +5,1 |
| Рентабельность продаж, % | 1,2 | 3,5 | 4,3 | +3,1 |

За три года выручка от реализованной продукции выросла на 2,4%, так же прибыль от реализованных хлебобулочных изделий значительно увеличилась, что повлекло за собой снижение себестоимости реализованного продукта на 4,9%.

Себестоимость продукции служит основой для исчисления продажных (отпускных) цен и формирования финансовых результатов. Поэтому систематическое снижение себестоимости продукции - необходимое условие повышения экономической эффективности производства. От уровня себестоимости зависят финансовые результаты работы предприятия, темпы расширенного воспроизводства, финансовое состояние хозяйствующих субъектов.

Важно подчеркнуть, что снижение себестоимости продукции является постоянно действующим фактором роста эффективности производства.

**3 Пути повышения экономической эффективности производства и сбыта хлебобулочных изделий в ООО «Богородский хлеб»**

**3.1 Прогнозирование объемов производства и сбыта хлебобулочных изделий, определение путей повышения эффективности производства и сбыта**

Основной целью для ООО «Богородский хлеб», является увеличение объемов производства и сбыта хлебобулочных изделий за счет максимального использования производственных мощностей, ассортимента продукции, объемов закупки и себестоимости. Ассортимента хлебобулочных изделий достаточно для реализации. Необходимо рассмотреть объемы производства продукции.

Планируя изменения объемов продаж можно использовать следующие методы:

- Расчет на основе среднегодового темпа роста

Среднегодовой темп роста = 

Прогнозирование показателя объемов производства продукции на 2017г.= 0,92 \*1456=1179 тонн

- Расчет на основе среднего абсолютного прироста

Средний абсолютный прирост = ((1890-1580)+(1456-1890))/3= -41,3

Прогнозное значение объема производства продукции на 2017 год

= (-41,3)\*2+1456=1373,4 кг

Возьмем данные за 2016 год, где рассмотрим прогноз объема производства продукции на примере таблицы 22.

Таблица 22 –Прогноз объема производства продукции, тонн

|  |  |
| --- | --- |
| Метод прогноза | Объем продаж, тонн |
| Производственная мощность | 1890 |
| По среднегодовому темпу роста | 1179 |
| По среднему абсолютному приросту | 1373,4 |
| Объем в 2016г. | 1456 |

Прогнозируемые значения объемов производства ниже, чем фактические за 2016г.

Вследствие этогонужен поиск путей повышения объемов производства хлебобулочных изделий, необходимо рассмотреть каналы реализации продукта, в процессе сбыта окончательно определяется результат работы предприятия, направленный на расширение объемов. Для того чтобы осуществлять дополнительную продукцию, полученную за счет увеличения использования производственной мощности, необходимо искать и дополнительные рынки сбыта.

В настоящее время предприятие реализует продукцию преимущественно через магазины Богородского района и через собственную торговую сеть.

Выбор каналов сбытавлияет на расходы и прибыль. Предприятие, берущее на себя все функции, должно их и оплачивать, соответственно оно и получает все доходы.

Расчетные данные реализации хлебобулочных изделий ООО «Богородский хлеб» представлены в таблице 23.

Таблица 23 – Рынки сбыта хлебобулочных изделий

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Исходные и расчетные данные | МагазиныБогородского р-н | Собственная торговая сеть |
| Производственная себестоимость1 т, руб. | 9656 | 9656 |
| Затраты на перевозку 1 т, руб. | 89 | 159 |
| Арендная плата 1 т, руб. | 64 | 64 |
| Заработная плата продавцам 1 т,руб. | - | 500 |
| Цена реализации 1 т, руб. | 10800 | 10800 |
| Коммерческая себестоимость 1 т,руб. | 8900 | 9980 |
| Прибыль 1 т, руб. | +1034 | +470 |

Как видно из приведенных данных таблицы 23 наиболее прибыльным и рентабельным вариантом является тот, по которому хлебобулочные изделия реализуются через все магазины района, нежели через собственную торговую сеть.

В данное время большинство производителей действуют через посредников, которые поставляют готовую продукцию на рынок и формируют канал распределения товаров (который также называют торговым каналом или маркетинговым каналом).

Канал распределения — это совокупность взаимозависимых организа­ций, которые осуществляют производство товара или услуг доступной для использования или потребления.

Производители, прибегающие к услугам посредников, получают определенные выгоды. Обращение к посредникам объясняется их непревзойденной эффективностью в доведении товара до целевых рынков. Благодаря своим контактам, опыту, спе­циализации и размаху деятельности посредники обычно предлагают производите­лям высокую прибыль, чем они способны получить самостоятельно.

Важная роль канала сбыта заключается в передвижении товаров от произво­дителей к потребителям. Благодаря каналу устраняются разрывы во времени, месте и праве собственности, отделяющие товары и услуги от тех, кто хотел бы ими воспользоваться.

Участники канала распределения осуществляют несколько очень важных функций.

- Информационную: сбор и распространение информации, полученной в ходе марке­тинговых исследований, об имеющихся и потенциальных покупателях, конкурентах и других субъектах и факторах маркетинговой среды.

- Продвижения: разработка и распространение обращений к покупателям.

- Ведения переговоров: достижение согласия по ценовым и другим вопросам для обеспечения передачи прав владения и распоряжения товаром.

- Заказа: заключение соглашений с другими участниками каналана предмет приоб­ретения товаров у производителя.

- Финансирования: изыскание и распределение средств, необходимых для покрытия издержек, возникающих на различных уровнях канала.

- Принятия риска: принятие на себя ответственности за функционирование канала.

- Владения товаром: последовательное хранение и перемещение продуктов, от склада производителя до конечных потребителей.

- Оплаты: перевод денег покупателя по счетам продавца через банки и другие финан­совые учреждения.

- Передача титула собственности: передача прав владения и распоряжения това­ром от одного физического или юридического лица к другому.

Организации, выпускающему всего лишь один продукт, обычно необходимы три канала: торговый, транспортный (канал доставки) и сервисный. Эти функции могут осуществляться несколькими компаниями. Каждый из трех каналов совершенствуется с развитием технологии.

Важный вопрос состоит не в том, должны ли каналы распределения осуществлять различные функции (безусловно должны), а в том, кто будет их выполнять. Всем этим функциям присущи три общих свойства: используемые ресурсы ограничены; эффективность реализацииусиливается благодаря специа­лизации, они осуществляются различными членами канала.

Производитель продукции берущий на себя определенное количество функций, непосредственно увеличивает свои издержки а следовательно, воз­растают и цены на товары. При передаче некоторых функций посредникам затра­ты и цены производителя снижаются, даже с учетом того, что посредник берет за свои услуги определенную плату. Следовательно, если посредники способны действовать более эффективно, чем производитель, конечная цена товара для потребителя снижается.

**3.2 Проект по совершенствование структуры сбытахлебобулочных изделий**

ПредприятиеООО «Богородский хлеб» существует на рынке более сорока лет. За все время данное производство является изготовителем натуральной продукции без добавления усилителей вкуса и химикатов, основываясь на лучших традициях российского хлебопекарного ремесла.

Решение проблемы сбыта также тесно связано с тем, как потребитель воспринимает продукцию предприятия, т.е. отвечает ли данная продукция его вкусовым, качественным требованиям. В данном случае необходимо решить проблемы связанные с известностью и распространенностью продукции предприятия.

В настоящее время предприятие имеет несколько торговых точек и небольших магазинов по Богородскому району. Но это не идет в сравнение с охватом области, а именно с Кировскими и другими предприятиями по производству хлебобулочных изделий.

Все это объединено с известностью и узнаваемостью предприятия и что самое главное, доверие покупателя, т.е. его выбором на рынке. Постоянное напоминание о себе через средства массовой информации, рекламные каналы или просто стабильно мелькающей упаковкой товара, попробовать тот или ионной вид продукции путем дегустации – все эти методы ведут к формированию у потенциальных покупателей интерес, в нашем случае это необходимо для удержания позиций на рынке.Стоимость мероприятий по стимулированию сбыта представлена в таблице 24.

Таблица 24 – Стоимость мероприятий по стимулированию сбыта.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Количество | Стоимость, руб. | Сумма, руб. |
| Буклеты | 1400 | 10 | 14000 |
| Рекламные листовки | 7000 | 3 | 21000 |
| Плакаты формата А2 | 400 | 17 | 6800 |
| Щиты 3\*6 | 5 | 12000 | 60000 |
| Разработка дизайн проекта | 1 | 5000 | 5000 |
| Оплата распространителям | - | - | 35000 |
| Итого | - | - | 141800 |

Стоимость того или иного рекламного инструмента взята в усредненном варианте, из прайсов нескольких рекламных компаний, таких как: «Торнадо», «Формат - Сити», «Аэроплан» и др.

Для расширения ассортимента продукции на предприятии предлагается производить «Хлеб с пряными травами».Планируемый объем производства данного хлеба составит 26699 кг, этот объем равен дополнительному объему производства, запланированному на 2018 год.

Новый продукт предлагается производить с применением хлебной смеси, предлагаемой компанией «Пудов».

Хлебная смесь «Хлеб с пряными травами» - это удачное сочетание нескольких видов муки грубого помола, которое делают хлеб очень полезным для здоровья.

Вкусовые характеристики: необычный пшенично-ржаной хлеб с пикантным вкусом на основе муки грубого помола с добавлением большого количества пряных трав и семян.

Преимущества: ускоренная технология производства хлеба и хлебобулочных изделий; готовая пшенично-ржаная смесь для ресторанов, кафе, хлебопекарен и кондитерских; готовый рецепт выпечки овощного пшенично-ржаного хлеба с пряностями; красивый внешний вид.

Состав: мука пшеничная хлебопекарная первого сорта, мука пшеничная обойная (мука грубого помола), мука ржаная обдирная (мука грубого помола), молоко сухое цельное, сахар-песок, пищевая поваренная морская соль, семена кумина, зелень петрушки, зелень укропа.

Данная хлебная смесь не содержит ГМО, консервантов, эмульгаторов, искусственных ароматизаторов и красителей.

Согласно рецептуре и технологии производства данного хлеба рассчитаем затраты на сырье и материалы по новому хлебу (таблица 25).

Таблица 25 – Затраты на сырье и материалы в расчете на 100 кг хлеба

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование сырья | Норма расхода на 100 кг изделий, кг | Цена за единицу сырья, руб. | Сумма затрат на 100 кг, руб. |
| хлебная смесь | 66,7 | 70 | 4669 |
| дрожжи прессованные | 0,67 | 46,6 | 31,2 |
| вода | 31 | 1  | 31 |
| Итого:  | x | x | 4731,2 |

Таким образом, затраты сырья в расчете на 1 кг хлеба составят 47,31 руб.

Далее рассчитаем полную себестоимость 1 т нового вида хлеба (таблица 26).

Таблица 26 – Полная себестоимость 1 кг нового вида хлеба на 2018 год

|  |  |
| --- | --- |
| Статьи затрат | 2018 год |
| Руб. | % |
| Сырье и материалы | 47,31 | 65,2 |
| Топливо и энергия | 4,38 | 6 |
| Заработная плата со страховыми взносами | 13,86 | 19,1 |
| Расходы на содержание оборудования | 3,05 | 4,2 |
| Прочие расходы | 0,87 | 1,2 |
| Общезаводские расходы | 1,55 | 2,1 |
| Производственная себестоимость | 71,02 | 97,9 |
| Внепроизводственные расходы | 1,53 | 2,1 |
| Полная себестоимость | 72,55 | 100 |

В таблице 27 представим расчет финансовых результатов от реализации «Хлеб с пряными травами». Хлеб планируется выпускать буханками по 300 г.

Таблица 27 - Финансовые результаты от реализации хлеба «с пряными травами»

|  |  |
| --- | --- |
| Показатели | 2018 год |
| Объем реализации: кг буханок | 2669988997 |
| Удельный вес хлеба в общем объеме производства, % | 4,4 |
| Полная себестоимость, руб.: 1 кг хлеба 1 буханки | 72,5521,76 |
| Цена реализации, руб.: 1 кг хлеба 1 буханки | 87,0626,12 |
| Выручка от реализации хлеба, тыс. руб. | 2324,4 |
| Полная себестоимость реализованного хлеба, тыс. руб. | 1937 |
| Прибыль от реализации хлеба, тыс. руб. | 387,4 |

Таким образом, предприятие получит от реализации нового вида хлеба 387,4 тыс. руб. дополнительной прибыли.

В настоящее время предприятие реализует продукцию преимущественно через магазины Богородского района и через собственную торговую сеть.

Выбор каналов сбыта влияет на расходы и прибыль. Предприятие, берущее на себя все функции, должно их и оплачивать, соответственно оно и получает все доходы.

По мимо вышеизложенного предлагаем усовершенствовать сбыт хлебобулочных изделий благодаря вовлечения в канал сбыта посредников, для этого рассмотрим на сколько рентабельно будет данное предложение сравнивая с затратами на реализацию через магазины Богородского района и собственную торговую сеть (таблица 28)

 Таблица 28 – Рентабельность рынков сбыта хлебобулочных изделий

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Исходные и расчетные данные | МагазиныБогородского р-н | Собственная торговая сеть | Посредники |
| Производственная себестоимость1 т, руб. | 9656 | 9656 | 9656 |
| Затраты на перевозку 1 т, руб. | 89 | 159 | - |
| Арендная плата 1 т, руб. | 64 | 64 | 64 |
| Заработная плата продавцам 1 т,руб. | - | 500 | - |
| Цена реализации 1 т, руб. | 10800 | 10800 | 10800 |
| Коммерческая себестоимость 1 т,руб. | 8900 | 9980 | 9840 |
| Прибыль 1 т, руб. | +1034 | +470 | +113 |
| Рентабельность 1 т, % | 10,7 | 4,5 | 11,7 |

 По данным таблицы видно, что рентабельность реализации производимого продукта выросла при использовании услуг посредников на 1%, что влечет за собой увеличение прибыли предприятия и расширению производственных мощностей.

 Для более наглядного видения можно рассмотреть на диаграмме

 Рисунок 7 – Рентабельность рынков сбыта хлебобулочных изделий, в %.

 На данной диаграмме хорошо просматривается рентабельность реализации производства хлебобулочных изделий посредниками.

 Рассмотрим на сколько прибыльны каналы сбыта ООО «Богородский хлеб», на основании показателей таблицы 29.

Таблица 29 - Состав и структура выручки от реализации хлебобулочных изделий в ООО «Богородский хлеб» по каналам сбыта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид канала | 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| Тыс.руб. | % | Тыс.руб. | % | Тыс.руб. | % |
| Магазины Богородского района | 148426 | 45,9 | 148500 | 45,9 | 150200 | 46 |
| Собственная торговая сеть | 23165 | 7,2 | 23452 | 7,2 | 24100 | 7,4 |
| Посредники | 132600 | 40,9 | 132600 | 40,9 | 152300 | 46,6 |
| Итого | 323191 | 100 | 323552 | 100 | 326600 | 100 |

 Наибольший удельный вес в структуре выручки занимает сбыт продукции через посредников, при этом стоит отметить, что доля магазинов Богородского района и собственной торговой сети не снижается, что связано с постоянным расширением реализации готовой продукции предприятия.

**3.3 Экономическая эффективность предлагаемых мероприятий**

 Одним из путей повышения экономической эффективности является снижение себестоимости производимой продукции за счет структуры реализации хлебобулочных изделий посредникам.

Данное предложение позволит увеличить прибыль предприятия, за счет снижение себестоимости производимой продукции. Экономическая эффективность планируемых мероприятий представлена в таблице 30.

Таблица 30 – Финансовые результаты реализации хлебобулочной продукции (в ценах 2016года)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2016 г. | 2018 г. | 2018 г. в % к 2016 г. |
| Выручка от реализации продукции, тыс. руб. | 25326 | 35490 | 140,1 |
| Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб. | 16056 | 18520 | 115,3 |
| Прибыль от реализации продукции, тыс. руб. | 1097 | 2140 | 195,1 |
| Рентабельность затрат, % | 6,8 | 11,5 | +4,7 |
| Рентабельность продаж, % | 4,3 | 5,6 | +1,3 |

Учитывая предложенные мероприятия, выручка от продаж увеличится на 40,1%, себестоимость реализованной продукции вырастает меньшими темпами в связи со снижением себестоимости 1 тонны продукции, таким образом прибыль увеличится на 95,1%. Тем самым позволит снизить себестоимость готовой продукции, увеличить объемы производства. Благодаря низким ценам и посредникам, сможем выйти на новые рынки за пределы Богородского района.

Рентабельность продаж и рентабельность затрат увеличатся на 3,2 и 1,3%.

Можем проследить графически результаты реализации хлебобулочных изделии.

Рисунок 8 - Финансовые результаты реализации хлебобулочной продукции

Таблица 31 – Финансовые результаты деятельности предприятия с учетом предложенных мероприятий по выпуску нового продукта (в ценах 2016 года)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2016г.факт | 2018г.проект | 2018 г. в % к 2016 г. |
| Выручка, всего, тыс. руб. | 29344 | 32691,4 | 111,4 |
| в т.ч. хлеб «Хлеб с пряными травами» | - | 2324,4 | - |
| Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб. | 26146 | 28938 | 110,7 |
| в т.ч. хлеб «Хлеб с пряными травами» | - | 1937 | - |
| Прибыль от продаж, тыс. руб. | 3198 | 3753,4 | 117,4 |
| в т.ч. хлеб «Хлеб с пряными травами» | - | 387,4 | - |
| Рентабельность продаж, % | 10,9 | 11,4 | +0,5 п.п. |
| в т.ч. хлеб «Хлеб с пряными травами» | - | 16,7 | - |
| Рентабельность затрат, % | 12,2 | 13 | +0,8 п.п. |
| в т.ч. хлеб «Хлеб с пряными травами» | - | 20 | - |

В результате предложенных мероприятий выручка предприятия вырастет на 11,4%, себестоимость продаж при этом увеличится на 10,7%, в результате чего показатели рентабельности продаж и затрат вырастут на 0,5 и 0,8 п.п. соответственно.

Таким образом, можно сделать вывод, что предложенные направления развития предприятия улучшат финансовые результаты деятельности предприятия и принесут дополнительную прибыль от продаж.

Также предприятию необходимо проведение мероприятий по снижению риска при продаже хлебобулочных изделий в летний период времени, а именно:

- увеличение доли продажи хлебобулочных изделий в кафе;

- снижение цены продажи хлебобулочных изделий в случае изменения погодных условий

- увеличения доли производства в зимний период времени, наиболее требуемого у населения.

В целом для повышения экономической эффективности сбыта хлебобулочных изделий необходимо постоянно проводить следующие мероприятия:

 -мониторинг, позволяющий, проводить своевременный анализ экономического сбыта производимой продукции;

 - анализ новых разработок и расширение ассортимента продукции;

 - ситуационный анализ положения предприятия на рынках сбыта;

 - своевременное изъятие экономически неэффективного товара из сбытовой программы предприятия ;

 - проникновение на новые рынки как со старым, так и с новыми товарами;

 - модификация выпускаемых товаров в соответствии с новыми вкусами и потребностями покупателей.

**Выводы и предложения**

 Основной вид деятельности предприятия ООО «Богородский хлеб» – производство хлебобулочных изделий. Пункты реализации продукции находятся на территории Богородского района, Кировская область.

В состав предприятия входят три цеха: хлебобулочный, макаронный и кондитерский.

Говоря о размерах производства можно заметить, что площадь предприятия составляет 1200 м2 . Среднегодовая численность работников за анализируемый период изменилась незначительно. В 1,4 раза увеличилась стоимость валовой и товарной продукции, что связано не только с ростом цен, но и с ростом производства продукции. Стоимость основных средств снизилась на 10,9%. Наибольший удельный вес в структуре товарной продукции занимают хлебобулочные изделия, который составляет до 90,5%.

Анализ современного состояния производства хлебобулочных изделий показывает: объем производства увеличился на 24,7%. Использование производственной мощности в связи с этим возросло на 1,6% и составило в 2016 году 71,6%. На 52,6% произошел рост производственной себестоимости одной тонны, что связано в основном со снижением амортизации.

Выручка от реализации растет более быстрыми темпами, чем полная себестоимость, в связи с этим предприятие от реализации хлебобулочных изделий постоянно получает прибыль, которая за анализируемый период возросла и составила в 2016 году 25326 тыс. рублей. На 3,1% увеличился уровень рентабельности с 1,2% в 2014 году до 4,3% в 2016 году.

В настоящее время хлебопекарные предприятия сталкиваются с серьезными проблемами, замедляющими их развитие. Это и удорожание сырьевых ресурсов, и невозможность обновления оборудования в связи с их высокой стоимостью, а также рост цен на электроэнергию и воду, значительный уровень налогообложения.

Все эти факторы ведут к увеличению себестоимости выпускаемой продукции, и хлебопекарные предприятия вынуждены повышать цены на хлебобулочные изделия. Страдает также и качество продукции, так как многие предприятия для роста своей прибыли или применяют более дешевое сырье и низкого качества, или нарушают правила технологического процесса производства хлеба – что негативно сказывается на качестве готовой продукции.

Правильная организация производства хлебобулочных изделий и экономное расходование ресурсов в хлебопечении являются приоритетными задачами отрасли, от решения которых зависит и качество продукции, и снижение ее себестоимости, таким образом, рост прибыли хлебопекарных предприятий, их конкурентоспособность, возможность внедрения в производство нового прогрессивного оборудования и способность выхода на новые потребительские рынки.

Вследствиезапланированных мероприятий предполагает на перспективу довести объем производства хлебобулочных изделий или увеличить его к 2018 году, за счет ростаиспользования производственной мощности на 20,4%.

Реализовывать дополнительно выработанную продукцию предлагается через посредников. За счет роста производства и цены реализации выручка от реализации увеличится на 40,1%, на 95,1% возрастет прибыль предприятия, и уровень рентабельности составит 3,1%, что позволит нам снизить цену себестоимости и расширить объем производственных мощностей.

Финансовые результаты деятельности предприятия с учетом предложенных мероприятий по выпуску нового продукта предприятия вырастет на 11,4%.

Список литературы

1. Андреев В.И. Саморазвитие менеджера / В.И. Андреев. - М.: Дело, 2014. – 275 с
2. Басовский Л.Е. Менеджмент: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по экон. и упр. спец. / Л.Е.Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 214 с.
3. Александрова А.В., Курашова С.А. Стратегический менеджмент: учебник / А.В. Александрова, С.А. Курашова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 c
4. Бюллетень «Основные показатели сельского хозяйства в России в 2006 году» / Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\_1140096652250.
5. Бюллетень «Основные показатели сельского хозяйства в России в 2009 году» / Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\_1140096652250.
6. Бюллетень «Основные показатели сельского хозяйства в России в 2012 году» / Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\_1140096652250.2017. № 2. Advanced science Социально-экономические науки
7. Бюллетень «Основные показатели сельского хозяйства в России в 2015 году» / Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\_1140096652250.
8. Кировская область в 2007 году // Киров: cтат. ежегодник: в 3 ч. Ч. 2: Экономика. Киров, 2008. С. 96.
9. Кировская область в 2012 году // Киров: cтат. ежегодник: в 3 ч. Ч. 2: Экономика. Киров, 2013. С. 96.
10. Кировская область в 2015 году // Киров: cтат. ежегодник: в 3 ч. Ч. 2. Киров, 2016. С. 189.
11. Кировская область в 2008 году // Киров: cтат. ежегодник: в 3 ч. Ч. 2: Экономика. Киров, 2009.
12. Министерство сельского хозяйства и продовольствия Кировской области: официальный сайт. URL: http://www.dsx-kirov.ru/.
13. Хлебопекарная промышленность // Большая советская энциклопедия. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/147438/%D0%A5%D0%BB%D0%B5%D0%B1%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F14>.
14. Теория управления: учебное пособие по специальности "Государственное и муниципальное управление" / В. Г. Игнатов, Л. Н. Албастова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 478 с.
15. Андрейчиков, А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике : основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направлению "Прикладные математика и физика" или по направлениям и спец. в обл. естеств. наук, техники и технологии, систем. анализа и упр. / А.В.Андрейчиков, О.Н.Андрейчикова. - 2-е изд. - М.: Либроком, 2012. - 242с.
16. Немов Р.С. Психология: учебное пособие для учащихся пед. уч-щ, студентов пед. ин-тов и работников системы подготовки, повышения квалификации и переподготовки пед. кадров. — М.:Просвещение, 2008. — 301 с.
17. Пугачев В.П. Руководство персоналом организации: учебник. - М.: Аспект Пресс, 2008. – 200 с.
18. Семенов А. К., Набоков В. И. Основы менеджмента: учебник. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2008. — 556 с.
19. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф.  Основы менеджмента/Пер. с англ. – М.: Дело, 2009. – 719с.
20. Фридман, Л.М., Кулагина, И.Ю. Психологический справочник учителя. — М.: Просвещение, 2008. — 288 с.
21. Робер М. - А.Ф., Тильман. Психология индивида и группы: Пер. с фр./ Предисл А.В. Толстых. — М.: Прогресс, 2010. — 256 с.
22. Воеводина, Н.А. Социология и психология управления / Н.А. Воеводина. - М.: Омега-Л, 2011. - 199 с.
23. Чередниченк,. И.П. Психология управления / И.П. Чередниченко, Н.В. Тельных. - Ростов н/Д.: Феникс, 2008. - 608 с.
24. Соколов В.А., Жидков С.А. Состояние рынка зерна и хлебопродуктов в Тамбовской области в 1999-2000 г. // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2011. - №5. – с. 55-58.
25. Соколова Т.В. Маркетинговое исследование сбытовой сети хлебобулочных изделий. // Маркетинг в России и за рубеж9ом. – 2009. - №4. – с. 27-34.
26. Афанасьева Г.А. Адаптация хлебопекарной промышленности РФ к условиям рынка: Автореф. дис. канд. техн. наук / Моск. гос. акад. пищ. пр-в. – М., 2010. – 24 с.
27. Буробин Д.Е. Сырьевая база хлебопекарной промыщленности .// Хранение и переработка сельхозсырья. – 2014. - №1. – с. 15-16. 28.
28. Корячкина С.Я., Кузнецова Е.А. Совершенствование технологии и повышение пищевой ценности хлеба из целого зерна. // Хранение и переработка сельхозсырья. – 2013. - №1. – с. 42-45. 29.
29. Косован А.П. Проблемы планирования хлебопекарного производства в условиях рынка. М. - : Изд. Комплекс МГУПП, 2001. – 290 с. 30.
30. Костюков Д.Б. Методические основы стратегического управления формированием ресурсного потенциала хлебопекарных предприятий. // Хранение и переработка сельхозсырья. – 2012. - №11. – с. 12-16.31.
31. Магомедов М.Д., Мячин М.В. Современный механизм максимизации прибыли для кондитерских предприятий. // Хранение и переработка сельхозсырья. – 2014. - №1. – с. 13-14. 32.
32. Маргулин Е.И. Методы управления закупочной ценой хлебопродуктов. // Хранение и переработка сельхозсырья. 2012. - №11. – с. 10-12. 33.
33. Минаева Е.В. Научно-теоретические принципы развития предприятий хлебопродуктового комплекса. // Хранение и переработка сельхозсырья. – 2013. - №9. – с. 7-11. 34.
34. Косован А.П. Проблемы планирования хлебопекарного производства в условиях рынка. М. - : Изд. Комплекс МГУПП, 2010. - 290 с

ПРИЛОЖЕНИЯ



Экономическая эффективность производства - результативность производственной деятельности, соотношение между результатами производственной деятельности и затратами живого и овеществленного труда, ресурсами, выражающими достигнутый уровень производительных сил и степень их использования.

В данной выпускной квалификационной работе рассмотренаэкономическая эффективность производства мороженого в ОАО «Кировский хладокомбинат».

За три года выручка на предприятии возросла на 20,4%, численность персонала увеличилась на 15,9%, стоимость основных средств повысилась на 17%. – таблица 1.

ОАО «Кировский хладокомбинат» выпускает различные виды мороженого. Ассортимент выпускаемой продукции достаточно разнообразен.

За три года произошло сокращение объемов производства мороженого на 230 тонн или на 10,2%. – рисунок 1.

Мы заметили, что вы давно не обновляли свое резюме [Менеджер-экономист](https://nn.hh.ru/resume/5c533731ff03d492cd0039ed1f766a54723776?&utm_medium=email&utm_source=email&utm_campaign=davno_ne_obnovlyal&utm_content=2017_09_26&loginkey=IvRbO5NpF2LXzB3ukG3IUsRZQp!nUFSJayRIWVe3jRts5zSaTQ--) на сайте nn.hh.ru. А знаете ли вы, что при поиске кандидатов работодателю выводится список, в котором самыми первыми идут только что созданные или отредактированные резюме?
Если вы сейчас зайдете на страницу со [своим резюме](https://nn.hh.ru/resume/5c533731ff03d492cd0039ed1f766a54723776?&utm_medium=email&utm_source=email&utm_campaign=davno_ne_obnovlyal&utm_content=2017_09_26&loginkey=IvRbO5NpF2LXzB3ukG3IUsRZQp!nUFSJayRIWVe3jRts5zSaTQ--) и пересохраните его, то на какое-то время оно будет первым в списке выдачи похожих резюме. Повторяйте эту процедуру чаще, и вы увидите, что количество просмотров вашего резюме заметно увеличится.
Вы можете сделать так, что ваше резюме будет обновляться без вашего участия в течение двух недель. Для этого закажите услугу [«Автообновление»](https://nn.hh.ru/applicant/resume_service/renewresume?from=norefreshresume2&loginkey=IvRbO5NpF2LXzB3ukG3IUsRZQp!nUFSJayRIWVe3jRts5zSaTQ--), и ваше резюме будет автоматически выводиться в топ.

ООО «Богородский хлеб»

ООО «Богородский хлеб»

Инженерно техническая служба

Отдел сбыта готовой продукции

Отдел кадров

Отдел бухгалтерии

Экономический отдел

Лаборатория

Ремонтно-механическая мастерская

Отдел маркетинга

Автогараж

Рисунок А1 –

Склад

Производственно-технический отдел

Цех по выпуску готовой продукции

Кондитерский цех

Хлебобулочный цех

Цех заготовки

Рисунок А1 - Организационная структура управления ООО «Богородский хлеб»

Генеральный директор

Ревизионная комиссия

Общее собрание учредителей

Начальник отдела сбыта готовой продукции

Начальник отдела кадров

Главный инженер

Главный бухгалтер

Главный экономист

Заведующей лабораторией

Главный механик

Главный маркетолог

Автогараж

Рисунок А1 –

Завхоз

Начальник Производственно-технического отдела

Начальник цеха по выпуску готовой продукции

Начальник хлебобулочного цеха

Начальник кондитерского цеха

Начальник цеха заготовки

Рисунок В2 - Структура управления ООО «Богородский хлеб»