

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический  
университет»  
Институт гуманитарного и социально-экономического образования  
Кафедра экономики

К защите допускаю:  
Заведующий кафедрой экономики  
\_\_\_\_\_ А.Г. Мокроносов  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016г.

## **АНАЛИЗ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Выпускная квалификационная работа**  
**по направлению подготовки 38.03.01 Экономика**  
**профиля подготовки «Экономика предприятий и организаций»**  
**специализации «Агропромышленный комплекс»**

Идентификационный код ВКР 374

Исполнитель:

студент группы АПК-411 \_\_\_\_\_ А.А. Подкорытова

Руководитель:

(д.э.н., профессор) \_\_\_\_\_ И.П. Чупина

Нормоконтролер:

(старший преподаватель) \_\_\_\_\_ А.А. Вершинин

Екатеринбург  
2016

## Оглавление

Введение.....	7
1. Теоретические аспекты анализа эффективности деятельности предприятия	
1.1 Сущность эффективности предприятия торговли и необходимость ее исследования.....	11
1.2 Резервы повышения экономической эффективности производства	17
1.3 Анализ показателей рентабельности предприятия.....	24
2. Основные характеристики деятельности предприятия.....	34
2.1.Описание хозяйственной деятельности ОАО «Смак».....	34
2.2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия .....	39
2.3. Факторный анализ прибыли от продаж и выявление резервов увеличения прибыли.....	53
3. Проект мероприятий, улучшающих эффективность деятельности ООО «Смак».....	57
Заключение .....	64
Список использованных источников .....	68
Приложения.....	72

## Введение

С переходом к конкурентным отношениям предприниматели получили независимость в осуществлении коммерческой деятельности, право всецело распоряжаться экономическими ресурсами и итогами трудовой активности и несут ответственность за свои управленческие решения. В этих условиях благополучие и коммерческий успех предприятия торговли целиком и полностью зависят от того, насколько эффективна его деятельность.

Исследование итогов торгово-хозяйственной деятельности предприятия, раскрытие причинно-следственных связей между употребленными ресурсами и полученными итогами создают основание для обоснованного предвидения его состояния в будущем при планировании и прогнозировании.

Важнейшим направлением аналитической работы предприятия является исследование эффективности его деятельности. На его основе предоставляется оценка конечных итогов предпринимательской деятельности, формируется стратегия предприятия в области рационального использования ресурсов, вырабатываются меры по ее реализации.

Повышение эффективности создает необходимые условия для расширения и обогащения материальной базы благосостояния посредством повышения производительности труда, увеличения фондоотдачи, экономии финансовых средств и улучшения качества продукции.

Таким образом, повышение эффективности деятельности в настоящее время является решающим материальным фактором реализации высшей и конечной цели общественного производства.

Эффективность предприятия торговли включает в себя качественную и количественную стороны, которые в своей совокупности определяют меру данного вида эффективности.

Выбранная тема исследования достаточно очевидна, поскольку одной из значимых характеристик деятельности субъекта хозяйствования является обследование пути повышения эффективности деятельности предприятия.

Эффективность - важнейшая характеристика финансово-хозяйственной деятельности при оценке компании со стороны внешней среды. Показатели экономической эффективности деятельности всецело определяют конкурентоспособность и потенциал организации при осуществлении делового сотрудничества. Они предоставляют возможность оценить гарантированность интересов предприятия и его контрагентов в экономическом отношении при реализации предпринимательской деятельности. При всем том, только лишь умения действительно давать оценку уровня эффективности очевидно недостаточно для благополучного функционирования субъекта предпринимательской деятельности и достижения им установленных стратегических целей. Эффективность предпринимательской деятельности и конкурентоспособность можно осуществить только при условии действенного управления существующими ресурсами.

Основной задачей анализа является определение состояния предприятия, приемлемых параметров деятельности и их поддержание на сформировавшемся уровне, нахождение отрицательных тенденций в деятельности предприятия, которые требуют немедленного вмешательства.

Проблема повышения эффективности деятельности особенно актуальна для предпринимателей, поскольку в условиях развивающейся экономики эффективность является финансовым ресурсом, на основе которого организации могут выстраивать долгосрочную стратегическую политику.

Практическая значимость исследования состоит в том, что обследование показателей экономической эффективности предприятия торговли может употребляться как составляющая обоснования тактических и стратегических экономических решений, целесообразности реализации инвестиций; как оценка мастерства и эффективности управления; как технология прогнозирования и планирования перспективных результатов.

Цель выпускной квалификационной работы состоит в исследовании эффективности деятельности предприятия и путей её повышения.

Для реализации сформулированной цели необходимо решить задачи:

- рассмотреть теоретические основы эффективности деятельности предприятия;
- провести анализ эффективности деятельности ОАО «Смак»;
- определить пути повышения эффективности деятельности ОАО «Смак».

Предметом исследования являются пути повышения эффективности деятельности предприятия.

Объект исследования - торгово-производственное предприятие «Смак».

Теоретическую и методологическую основу исследования составили публикации отечественных и зарубежных экономистов, законодательные и нормативные документы, материалы периодической печати по тематике выпускной квалификационной работы.

Информационной базой исследования послужили данные бухгалтерского учета и статистической отчетности торгово-производственного предприятия «Смак».

В процессе подготовки и написания выпускной квалификационной работы были использованы методы: аналитический метод, графический метод, дедуктивный метод, индуктивный метод, сравнительный метод, табличный метод и графический метод.

Практическое использование итогов исследования и активное внедрение предложенных мероприятий принесет значительный положительный эффект, существенно повысит эффективность деятельности торгово-производственного предприятия «Смак»

## **1. Теоретические аспекты анализа эффективности деятельности предприятия**

## **1.1 Сущность эффективности предприятия торговли и необходимость ее исследования**

В современных условиях ограниченности экономических ресурсов встает проблема анализа и определения мероприятий по существенному увеличению эффективности предприятий розничной торговли.

Характеристика эффективности производится по конечным результатам функционирования предприятия или структурных подразделений и всецело воспроизводит уровень организационно-управленческой деятельности.

Используемые при анализе хозяйственной деятельности современных розничных организаций торговли аналитические показатели можно свести в ключевые категории: экономическая эффективность, экономический эффект и экономический результат.

Невзирая на тот факт, что в отечественной и зарубежной экономической литературе время от времени приравнивают между собой категории «эффект» и «результат», целесообразно делать отличия между этими понятиями.

Экономический результат воспроизводит абсолютную характеристику (не всегда в стоимостном выражении) статистического показателя, отражающего степень и интенсивность предпринимательской активности в определенной отрасли или сфере предпринимательской деятельности.

Подобными аналитическими показателями для розничной организации торговли могут выступать, например, розничный товароборот, численность покупателей, посетивших магазин за установленный временной отрезок, прирост величины торговой площади, масштаб покупок.

В общем виде под экономическим эффектом понимают различие между итогами предпринимательской деятельности и затратами,

произведенными с целью их получения. В торговой сфере эффект может выражаться посредством таких показателей, как валовой доход и прибыль.

В целях характеристики эффективности используют обе разновидности аналитических показателей (результат и эффект).

Экономическая эффективность нередко обуславливается соотношением обретенного результата в стоимостном выражении с затратами различных ресурсов (информационных, материальных, трудовых, финансовых) по его непосредственному достижению. Таким образом, в данном случае речь идет об уровне эффективности использования ресурсов.

Относительно экономической эффективности в современной научной литературе существует множество теорий, суждений и точек зрения.

Эффективность некоторые современные исследователи рассматривают как результативность деятельности, программ и мероприятий. Она оценивается количественным соотношением обретенного результата к затратам экономических ресурсов и факторов производства, обусловившим получение настоящего результата и достижение максимального масштаба деятельности с применением ресурсов установленной стоимости [1, С.154].

Другие исследователи под экономической эффективностью деятельности подразумевают способность достижения запланированных целей по важным направлениям с непременным соблюдением установленных количественных критериев и показателей эффективности. Это могут быть максимизация полезного эффекта или минимизация затрат на достижение [2, С.78].

При обследовании результативности деятельности целесообразно уделить внимание превалирующим факторам и признакам, характеризующим степень и интенсивность использования предпринимательского потенциала (средств труда, предметов труда и труда), поскольку от величины и динамики признака целиком и полностью зависят результаты производственного процесса.[3, С.211]

Ресурсный подход к определению результативности работы компаний направлен на реализацию режима бережливости, достижение максимальных результатов при минимальных затратах

К центральному показателю экономической эффективности деятельности торговли относится розничный оборот, под которым в экономическом аспекте подразумевают передачу товаров непосредственно конечным потребителям домашним хозяйствам в целях удовлетворения личных нужд и потребностей. Процесс обращения товара или услуги на этом этапе завершается. Продукция определяется в сферу конечного потребления и перестает быть товаром.

Экономическая сущность показателя розничного товарооборота, таким образом, обнаруживается в коммерческих взаимоотношениях, обусловленных обменом располагаемых денежных доходов домохозяйств на товары.

В качестве ключевого экономического признака розничный оборот отражает стоимостную величину товарной массы, которая переходит в область потребления в обмен на располагаемые денежные доходы домохозяйств. Он характеризует, с одной стороны, денежную выручку сферы торговли, с другой - денежную сумму расходов населения на покупку потребительских товаров.

Структура товарооборота розничной торговли воспроизводит пропорции между сферами производства и потребления, потребность компаний в разнообразных ресурсах, определяет развитие торговой отрасли. Нормативно-правовым актами под розничным оборотом соответственно понимается объем продажи товаров и оказания услуг домашним хозяйствам для личных, семейных и домашних.

Помимо этого, в розничный товарооборот включается продажа товаров общественным организациям (санаториям и домам отдыха, больницам, детским садам и яслям, домам престарелых), посредством



которых осуществляется совместное потребление товаров. Подобная реализация может производиться в равной степени за наличный и безналичный расчет.

Розничный товароборот как статистический признак содержит уровень продажи потребительских товаров домашним хозяйствам через все имеющиеся каналы реализации продукции: на официально учтенных предприятиях, на вещевых, смешанных и продуктовых рынках.

Масштаб розничного товароборота во многом характеризует состояние дел в национальной экономике, целиком и полностью отражая положение дел в промышленности и сельском хозяйстве, инфляционные процессы, динамику благосостояния домашних хозяйств.

Следует отметить тот факт, что аналитический показатель розничного товароборота имеет количественную и качественную характеристики.

Количественная характеристика оборота отображает масштаб реализации в стоимостном выражении, качественная - связана со структурой оборота. Структура (ассортиментный состав) оборота представляет собой удельный вес отдельных товарных групп в совокупном объеме реализации.

Структура розничного оборота в настоящее время классифицируется по отдельным разновидностям продаж:

- реализация продовольственных товаров в магазинах, палатках, с использованием автоматов, в развозной и разносной торговле;
- реализация предприятий внедомашнего питания, состоящий из оборота по продаже продукции собственного производства и покупных товаров, включая наценку;
- реализация медицинских препаратов в аптеках;
- реализация книг, газет, журналов, в том числе и непосредственно по периодической подписке.

Важно отчетливо распознавать такие категории, как структура и величина товароборота. Структура складывается из многообразных

разновидностей продаж, а величина - из сумм торговой выручки, сданной компанией в банк или кассу, масштаба мелкооптовых продаж (по безналичному расчету), расходов, произведенных за счет кассовой выручки (по документам компании) [13, С. 99].

К ключевым признакам, отражающим товарооборот розничной торговой компании, в настоящий момент времени принадлежат:

- масштаб товарооборота в стоимостном выражении в текущих ценах;
- масштаб розничного товарооборота в стоимостном выражении в сопоставимых рыночных ценах;
- ассортиментная структура товарооборота по отдельным товарам и товарным группам;
- однодневный объем товарооборота компании;
- уровень товарооборота в расчете на одного работника, в том числе работника торговой группы;
- уровень товарооборота на один квадратный метр совокупной площади
- уровень товарооборота на один квадратный метр торговой площади;
- время обращения товаров (в днях оборота);
- скорость товарооборота (число оборотов).

К задачам исследования розничного товарооборота относят:

- характеристика динамики показателей товарооборота;
- обследование товарной структуры и внутригруппового ассортимента;
- характеристика оборота компании по отдельным организационным формам и методам торговли;
- обнаружение и обследование факторов, воздействующих на объем и структуру товарооборота;
- характеристика сезонности товарооборота;
- характеристика товарооборачиваемости.

К методам исследования показателя розничного товарооборота относят:

- построение и анализ временных рядов;
- применение относительных и средних статистических показателей;
- сравнение показателей;
- индексный метод исследования;
- построение и анализ трендовых и регрессионных моделей динамики;
- цепная подстановка данных;
- балансовая увязка исследуемых показателей;
- графический и табличный методы.

В зависимости от уровня оценки, объема учитываемых результатов и затрат, а также назначения оценки различают несколько видов эффективности.

Полная экономическая эффективность отражает отношение полного эффекта хозяйственной деятельности ко всем затратам, вызвавшим эффект. Приростная экономическая эффективность характеризуется отношением прироста эффекта за расчетный период к приросту вызвавших его затрат. Сравнительная экономическая эффективность деятельности представляет собой частный случай приростной эффективности, когда базой для расчета эффекта и затрат являются не показатели прошлой деятельности, а один из сравниваемых вариантов [8, С.48].

В качестве эффекта здесь чаще всего выступает повышение прибыли за счет снижения себестоимости при реализации одного варианта по сравнению с другим, а в качестве затрат - капитальные дополнительные вложения, обеспечивающие снижение себестоимости по лучшему варианту.

Проанализировав данные мнения можно сделать вывод, что сущность эффективности деятельности предприятия торговли сводится к соизмерению экономических эффектов с затратами, их обусловившими.

Основной задачей оценки эффективности реализации продукции является выявление внутри хозяйственных резервов повышения

эффективности и достижение максимальных конечных результатов деятельности предприятия, существенному повышению прибыли.

Эффективность финансово-хозяйственной деятельности представляет собой эффективность производства и торговли, характеризуются системой показателей. Система показателей включает частные показатели эффективности формирования и использования отдельных видов ресурсов. Систему дополняют совокупные показатели эффективности использования нескольких видов ресурсов.

Показатели экономической эффективности деятельности розничного предприятия торговли рассчитываются на основе сопоставления эффекта (результата) деятельности с авансированными ресурсами или текущими затратами, связанными с получением этого эффекта.

Для оценки эффективности коммерческой (хозяйственной) деятельности предприятия торговли чаще всего используют систему показателей. Обоснование необходимости их активного применения дано в теории множественности целей, основу которой составляет системный подход к описанию предприятия, что предполагает существование в системе иерархии целей и, соответственно, критериев их достижения [5, С.79].

## **1.2 Резервы повышения экономической эффективности производства**

В последнее время выход на рынок крупных предприятий по выпуску продовольственных полуфабрикатов, развивающиеся сети гипермаркетов и крупных торговых центров, сфера общественного питания и гостиничного хозяйства (HoReCa) привели к расширению конкуренции на рынке продукции промышленного хлебопроизводства. Развитие хлебопродуктовой промышленности носит регрессивный характер; не обеспечивается необходимая для расширенного воспроизводства рентабельность хлебопродуктовой отрасли России, составляя всего 11,8 %. Износ

производственных мощностей составляет 60-70 %; коэффициент обновления не превышает 1,6 % в год при норме 8-10 %. Низкий коэффициент использования производственных мощностей негативно сказывается на ценовой конкуренции отечественной хлебопродукции, в связи с увеличением доли условно-постоянных расходов (амортизация основных фондов, износ технической базы предприятий, заработная плата управленческого персонала, расходы по содержанию зданий и оборудования, ремонт и т.д.) в себестоимости единицы хлебопродукции, соответственно, растут цены на хлеб и хлебопродукты.

В результате низкого уровня использования имеющихся производственных мощностей предприятия хлебопродуктовой отрасли не получают прибыль, достаточную для нормального инвестиционного процесса и модернизации производства. По данным ГосНИИ хлебопекарной промышленности, в России средний возраст оборудования составляет 20,3 года, а сменяемость оборудования на хлебозаводах - 1,6 % в год, в то время как в Германии оборудование ежегодно обновляется на 18,7 %, в США - на 25 %. Из 437 наименований машин и оборудования, необходимых для хлебопекарной промышленности, в РФ выпускается 138, что составляет 31,6 %.

Основными факторами, снижающими производство хлебопродуктов, являются: инфляция, депопуляция населения, снижение платежеспособности покупателей, устойчивое снижение среднедушевого потребления хлебопродуктов, рост домашнего хлебопечения в сельской местности и др.

Необходимо создание хлебопродуктового кластера, в рамках которого будет осуществляться обеспечение ресурсами, сырьем, заготовительным производством, торговая и закупочная деятельность.

В формировании совокупного объема деятельности, устойчивом положении хлебопродуктовой отрасли на отечественном продовольственном рынке роль кластеров неопределима.

Как наиболее перспективная форма организации для системы производства и реализации хлебопродуктов кластер способен укрепить экономическое положение хлебопродуктовой отрасли на российском рынке и усилить конкурентные преимущества. Результаты SWOT- анализа состояния хлебопродуктовой отрасли приведены в приложении 1.

Наиболее острой в хлебопроизводстве является кадровая проблема. По данным информационного издательского центра “Статистика России”, для отрасли характерно снижение фактической численности работников хлебопекарных предприятий более чем в 3 раза. Наблюдается сокращение численности, повышение среднего возраста специалистов, что приводит к нарушению преемственности поколений, утрате традиций, знаний, опыта. По данным Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 50 % персонала мини-пекарен не имеют соответствующей квалификации и работают непрофессионально. В связи с этим определяющими становятся инновации внедрение их в хлебопроизводство. Инновационность особенно актуальна ввиду того, что на продовольственном рынке проблемой, требующей срочного решения и обостряющейся в условиях присоединения России к ВТО, является качество и ценность хлебопродуктов, зависящие от их стоимости и полезности для потребителя. Немаловажен размер доходов производителей хлебопродуктов.

Анализ структуры себестоимости хлебопродукции выявил, что ключевая доля затрат приходится на сырье, основные и вспомогательные материалы, а также общепроизводственные и общехозяйственные расходы. Увеличение затрат на производство хлебопродуктов, с одной стороны, и сдерживание цен на хлеб и хлебобулочные изделия как социально значимые продукты питания - с другой, не обеспечивают эффективной производственной деятельности хлебопекарных предприятий. Тем не менее, их производственная деятельность является одной из немногих, приносящих прибыль, причем размер прибыли и уровень рентабельности увеличиваются.

Объединение производственных предприятий в кластеры с едиными логистическими схемами для организации обеспечения сырьем и сбыта хлебопродукции, интеграция кооперативного производства с системой заготовительной и торговой деятельности приведут к устойчивому росту объемов производства хлебопродуктов, совершенствованию их ассортимента, ценности и качества, повышению конкурентоспособности, созданию экономической основы для улучшения качества жизни и усилят конкурентные преимущества хлебопродуктового комплекса России. Только кластеры способны накопить экономический и инновационный потенциал для увеличения доли рынка, повышения степени охвата доходов населения, роста числа хлебопекарных предприятий, создания рабочих мест, поскольку у хлебопродуктовых кластеров имеются внутренние резервы для повышения эффективности деятельности и достижения высокой конкурентоспособности.

Реализация вышеперечисленных целей, рост производства хлебопродуктов в условиях ВТО во многом определяется наличием государственного протекционизма в области инвестиционно-инновационной политики, реализацией государственных программ и приоритетных национальных проектов, одним из которых является «Развитие АПК».

Актуальность данной политики обусловлена тем, что в настоящее время создающиеся хлебопродуктовые предприятия работают исключительно на импортируемом сырье, что приводит к значительному повышению себестоимости хлебопродуктов. Это положение тормозит продвижение качественного и дорогого хлеба на российском потребительском рынке, так как до 70 % населения относится к малообеспеченной категории.

Производство хлебопродуктов без участия зарубежного капитала возможно при создании технологии производства хлеба, ориентированной на использование местного сырья. Создание технологии производства хлеба с высокими потребительскими свойствами позволит увеличить долю

использования отечественного сырья в производстве, снизить себестоимость, умножить ценность, расширить ассортимент хлебопродукции, повысить доходы ее производителей на всех стадиях технологического процесса, а также качество хлеба.

Известно также, что закваски рисовой муки обладают высокими качественными показателями (приложение 2).

Качественные показатели пшеничной и рисовой заквасок представлены в приложении 3.

Определение реологических свойств полуфабрикатов на стадии замеса на приборе “Farinograph” (фирма “Brabender” - Германия); продолжительности замеса теста, состояния белково-протеинозного комплекса на приборе “Миксолаба” позволило охарактеризовать муку по основным критериям качества, в том числе по индексу клейковины; клейстеризации крахмала.

Оценка качества готовых хлебопродуктов, которые выпекали в лабораторной печи “Vive -condo” (фирма “Mive” - Германия), по органолептическим и физико-химическим показателям свидетельствует о влиянии различных подкисляющих добавок на определение кинетики кислотонакопления в пшенично-рисовых полуфабрикатах; установление оптимальных рецептур теста и параметров выпечки хлебопродуктов было исследовано при разработке ассортимента пшенично-рисовых хлебопродуктов. Анализ показал, что рисовая мука оказывает влияние на качество пшенично-рисовых хлебопродуктов, их пищевую и энергическую ценность. Применение рисовой закваски с дозировкой 30 % к массе муки в тесте в производстве хлебопродуктов приводило к увеличению удельного объема до 10 % и пористости мякиша на 9 % по сравнению с контрольным образцом.

Исследование позволило сделать вывод, что изменение показателей качества хлебопродуктов находится в зависимости от количества различных



подкисляющих добавок. Так, тесто, включающее пшеничную и рисовую муку при соотношении 1:1, обладает повышенной скоростью кислото-накопления, что позволяло сократить процесс брожения с 2,5 до 1,5 ч, привело к уменьшению затрат, связанных с процессом брожения, на 60 %.

Кроме того, в пшенично-рисовом полуфабрикате с добавлением рисовой закваски создаются наиболее благоприятные условия для развития микроорганизмов. Использование в рецептуре хлебопродуктов в 30 % рисовой закваски позволяет получить хлеб с самыми высокими органолептическими и физико-химическими показателями. Удельный объем хлебопродуктов с добавлением 30 % рисовой закваски увеличивается на 56-57 %, пористость возрастает на 33-34 %, показатель общей деформации сжатия мякиша увеличивается на 180 % по сравнению с контрольным образцом.

Помимо этого, применение рисовой закваски в количестве 30 % к массе муки обеспечивает максимальное значение показателя удельного объема (2,24 см/г), качества и полезности пшенично-рисовых хлебопродуктов.

Использование смеси подкисляющих добавок в виде пшеничной, рисовой заквасок приводит к более глубокому расщеплению крахмала и повышению содержания редуцирующих сахаров в готовых хлебопродуктах, что позволяет увеличить содержание общего азота на 0,3 мг/100 г продукта. В результате повышается ценность/качество хлебопродуктов, снижается их себестоимость (за счет сокращения срока производства), что создает возможность повышения оплаты труда и прибыли производителю.

Продукцией высокого качества, полезности и ценности для потребителя, близкой к европейским брендам, являются замороженные полуфабрикаты.

В европейских странах замороженный хлеб сегодня занимает порядка 80-90 % всего хлебного рынка, в России - 10-15 %. Доля российской

продукции в натуральном выражении составляет примерно 70 % рынка замороженных хлебопродуктов.

Развитие рынка замороженного хлеба позволяет сократить транспортные расходы при доставке готовой продукции и увеличить доходы производителей.

Хорошее и гарантированно стабильное качество хлебопродуктов европейских производителей стимулирует многие российские компании работать с дорогой импортируемой продукцией. Однако из-за высокой стоимости продукции она предлагается клиентам в премиальном сегменте.

Для российских производителей хлебопродуктов экономически целесообразна организация специализированного производства наиболее качественной пшеницы и выработки из нее муки высоких хлебопекарных качеств в таких регионах, как Красноярский край, где возможно производство зерна с устойчивым содержанием клейковины (24-28 %). В этом районе требуется образование сети специализированных кластеров с наиболее благоприятными почвенно-климатическими условиями, в которых структура пашни и комплекс агротехнических и организационно-экономических мер были бы направлены на производство сырья для хлебопродуктов, способного выдержать конкуренцию на зернопродуктовых рынках. На посевах зерновых, расположенных по хорошим предшественникам (чистый пар, зернобобовые, оборот пласта многолетних трав), можно производить 1150-1250 тыс. т яровой пшеницы и обеспечить потребности мукомольной промышленности в высококачественном зерне. Выращивание сильных сортов пшеницы позволяет при тех же валовых сборах зерна на 7-8 % увеличить сбор клейковины, а значит, повысить выручку за счет реализации более качественного зерна.

В связи с низким качеством поступающей муки 55 % хлебопекарных предприятий применяют улучшители хлебопекарных свойств. При этом используют в основном комплексные улучшители (45 %), на отдельных

предприятиях - улучшители окислительного (4,5 %) и восстановительного (5,6 %) действия.

Таким образом, современный рынок хлебопродуктов диктует жесткие требования производителю по ассортименту, себестоимости, качеству, ценности и полезности продукции, учету специфики и привычек потребителей. Несомненно, что решение данных вопросов наиболее целесообразно в хлебопродуктовых кластерах.

В настоящее время выделяют две модели проведения кластерной политики:

- либеральная модель, когда инициатива кластеризации исходит от бизнес-сообщества (США, Великобритания, Канада, Австралия);
- дирижистская модель, когда инициатива исходит от органов государственной власти (Сингапур, Япония, Южная Корея, Швеция, Финляндия, Франция).

При использовании дирижистской модели органы государственной власти в большей степени вовлечены в процесс создания инфраструктуры для кластеров и регулирования их развития.

Принимая во внимание вышесказанное, мы считаем, что для России наиболее оптимальной является та кластерная политика, которая основывается на применении смешанной модели развития кластеров, сочетая в себе положительные моменты как либеральной, так и дирижистской моделей.

### **1.3 Анализ показателей рентабельности предприятия**

Рентабельность является одним из важнейшим показателей эффективности производства, используемых для оценки деятельности организации. Организация работает рентабельно в том случае, если доходы,

полученные в результате производственно-хозяйственной деятельности, превышают расходы на производство работ.

Показатель абсолютной суммы прибыли при анализе результатов деятельности организации не может полностью охарактеризовать. Одной из классификаций показателей рентабельности является подразделение на:

- показатели рентабельности хозяйственной деятельности;
- показатели финансовой рентабельности;
- показатели рентабельности продукции.

Рентабельность хозяйственной деятельности (R) характеризует норму возмещения (вознаграждения) на всю совокупность источников, используемых предприятием, т.е. является отношением суммы доходов вкладчиков и кредиторов (П) к сумме инвестированного ими капитала (ИК):

$$R = \frac{\Pi}{ИК} \quad (1)$$

R- рентабельность хозяйственной деятельности, характеризует норму возмещения (вознаграждения) на всю совокупность источников;

П- отношение суммы доходов вкладчиков и кредиторов;

ИК- сумма инвестированного ими капитала.

В качестве инвестированного капитала при оценке эффективности хозяйственной деятельности необходимо использовать сумму всех активов, так как их общая величина учитывает все долги предприятия, в том числе и по эксплуатации. Ефимов О.В. предлагает из общей величины активов исключать бездействующие и избыточные основные производственные средства, оборудование к установке, денежные средства, нематериальные активы, т.е. средства, которые не способствуют получению прибыли. Однако такой подход является недостаточно оправданным, а показатель не широко используется на практике.

Это связано с тем, что руководство предприятия должно не только эффективно использовать активы в своей деятельности, но и следить за составом активов, не создавая излишних запасов оборудования, материалов и т.д. При расчетах рентабельности необходимо иметь в виду, что величина инвестируемого в предприятие капитала меняется в течение периода получения дохода, поэтому она должна определяться как его среднее значение. При этом наиболее правильным является расчет средней хронологической величины инвестированного капитала.

При расчетах коэффициентов рентабельности могут использоваться различные показатели дохода предприятия: валовая прибыль, чистая прибыль,

Для характеристики эффективности производственной деятельности рассчитывается показатель рентабельности производства. При его расчете в качестве инвестированного капитала используется стоимость производственных фондов как сумма основных производственных фондов (ОФ) и материальных оборотных средств (МС):

$$R = \frac{\Pi}{\overline{ОФ + МС}} \quad (2)$$

ОФ- Основные производственные фонды;

МС- Материальные оборотные средства.

Если в расчете использовать в качестве дополнительной величины объем реализованной продукции, то формула рентабельности производственной деятельности представлена в следующем виде.

$$R_{\text{пл}} = \frac{РП}{\overline{ОФ + МС}} \cdot \frac{\Pi}{РП} \quad (3)$$

где:

РПД - рентабельность производственной деятельности;

РП – объем реализованной продукции;

ОФ – среднегодовая стоимость основных производственных фондов;

МС – среднегодовая стоимость материальных оборотных средств;

П – валовая прибыль.[2, С. 309]

Из приведенной формулы следует, что рентабельность производственной деятельности зависит от изменения двух факторов:

- реализации на рубль производственных фондов;
- прибыли на рубль реализации.

Первый фактор характеризует эффективность использования производственных фондов, т.е. их фондоотдачу, выраженную через объем реализованной продукции. Второй фактор характеризует уровень рентабельности реализованной продукции. Определить влияние перечисленных факторов можно методом цепных подстановок.

Изменение рентабельности за счет влияния фондоотдачи с одного рубля производственных фондов определяется по формуле:

Прибыль, полученная за счет роста объема реализации, не влияет на размер прибыли, приходящейся на один рубль реализации, так как с увеличением объема пропорционально меняется и валовая прибыль (числитель расчетной формулы) и реализация продукции (знаменатель формулы).

Влияние факторов второго порядка на рентабельность производства также определяется способом долевого участия. Влияние на рентабельность распределяется между факторами пропорционально их влиянию на валовую прибыль.

Финансовая рентабельность характеризует эффективность инвестиций собственников предприятия, которые представляют предприятию ресурсы или оставляют в его распоряжении всю или часть принадлежащей им прибыли.

Система показателей финансовой рентабельности формируется как отношение прибыли к различным показателям авансированных средств, из которых наиболее важными являются: все активы предприятия; инвестиционный капитал (собственные средства + долгосрочные обязательства); акционерный (собственный) капитал.

$$\frac{ЧП}{A} < \frac{ЧП}{ИК} < \frac{ЧП}{СК} \quad (4)$$

ЧП - чистая прибыль;

A - среднегодовая стоимость всех активов;

ИК - среднегодовая стоимость инвестированного капитала;

СК – среднегодовая стоимость собственного капитала.

Несовпадение уровней рентабельности по этим показателям будет характеризовать степень использования предприятием финансовых рычагов для повышения доходности: долгосрочных кредитов и других заемных средств. В экономической литературе наиболее часто встречается следующая формула расчета финансовой рентабельности изменением ставки налогообложения;

- изменением доли чистой прибыли, получаемой собственниками;
- изменением финансовой структуры капитала.

Во взаимосвязи с перечисленными факторами ставку доходности собственного капитала можно представить следующим образом:

$$\frac{ЧП}{СК} = \frac{\overline{C_A}}{СК} \cdot \frac{B}{C_A} \cdot \frac{П_{OH}}{B} \cdot \frac{П_{NH}}{П_{OH}} \cdot \frac{ЧП}{П_{NH}} \quad (5)$$

где ЧП - чистая прибыль;

СК - собственный капитал;

СА - стоимость активов;

B - выручка от реализации;

ПдН - прибыль до налогообложения;

ПпН - прибыль после налогообложения, или

$$R_{СК} = \Phi C_K \cdot K_{OA} \cdot H_{ЭП} \cdot C_H \cdot D_{ЧП} \quad (6)$$

где RСК - ставка доходности собственного капитала;

ФСК - финансовая структура капитала;

КОА - коэффициент оборачиваемости активов;

НЭП - норма эксплуатационной прибыльности до налога по результатам;

СН - ставка налогообложения;

ДЧП - доля чистой прибыли в текущей прибыли.

Определение влияния изменения факторов на обобщающий показатель производится методами элиминирования по следующей схеме:

– влияние изменения финансовой структуры капитала:

$$\Delta R_{СК} = (\Phi C_{K_1} - \Phi C_{K_0}) \cdot K_{OA_0} \cdot H_{ЭП_0} \cdot C_{H_0} \cdot D_{ЧП_0} \quad (7)$$

– влияние изменения оборачиваемости активов:

$$\Delta R_{СК} = \Phi C_{K_1} \cdot (K_{OA_1} - K_{OA_0}) \cdot H_{ЭП_0} \cdot C_{H_0} \cdot D_{ЧП_0} \quad (8)$$

Этот показатель может быть широко использован в аналитических целях, так как позволяет производить расчеты, соотнося различные показатели прибыли с различными показателями затрат на продукцию.

Кроме того, на основе показателей рентабельности продукции можно проводить внутризаводские и межзаводские сравнения как по общему объему продукции, так и по отдельным их видам.

Для характеристики рентабельности реализованной продукции (РРП) прибыль от реализации (ПРП) делят на полную себестоимость реализованной продукции (СРП)



$$R_{\text{РП}} = \frac{\Pi_{\text{РП}}}{C_{\text{РП}}} \quad (9)$$

Данный показатель характеризует реальный размер прибыли, которую приносит предприятию каждый рубль произведенных затрат по ее выпуску и реализации. Иногда при расчетах данного показателя в числителе используют чистую прибыль предприятия. Но на показатель рентабельности продукции, рассчитанный на основе чистой прибыли, оказывают влияние факторы, связанные со снабженческо-сбытовой и другими видами деятельности предприятия. Кроме этого, на показатель оказывает влияние и налогообложение. Для осуществления контроля не только за себестоимостью реализованной продукции, но и за изменениями в политике ценообразования рассчитывают показатель рентабельности продаж (РПП). Он определяется отношением чистой прибыли (ЧП) или прибыли от реализации (ПРП) к сумме выручки от реализации (ВРП):

$$R_{\text{РПП}} = \frac{\Pi_{\text{РП}}(\text{ЧП})}{B_{\text{РП}}} \quad (10)$$

Следует отметить, что маржинальный анализ рентабельности – в какой-то мере формализованный подход к изучению «выгодности» производства того или иного вида продукции. Его основное достоинство состоит в том, что он позволяет увидеть общую картину по потенциальной прибыльности, сравнить различные виды (группы) продукции по выгодности производства. Но для принятия решений по изменению структуры выпуска нужны более глубокие исследования, ориентированные, в основном, на перспективу.

Смысл маржинальной прибыли состоит в следующем. Формирование прямых затрат осуществляется непосредственно по каждому виду продукции.

Формирование же накладных расходов осуществляется в рамках всего предприятия. То есть, разница между ценой продукта и прямыми затратами на его производство может быть представлена как потенциальный «взнос» каждого вида продукта в общий конечный результат деятельности предприятия. Или, маржинальная прибыль – это предельная прибыль, которую может получить предприятие от производства и продажи каждого вида продукта. При многономенклатурном выпуске анализ ассортимента по показателю маржинальной прибыли (так называемый маржинальный анализ) дает возможность определить наиболее выгодные с точки зрения потенциальной прибыльности виды продукции, а также выявить продукцию, которую предприятию не выгодно (или убыточно) производить.

Т.е., маржинальный анализ позволяет ранжировать ассортиментный ряд в порядке возрастания «предельной (потенциальной) прибыльности» различных видов продукции и выработать соответствующие управленческие решения относительно изменения ассортимента выпуска.

Дополняющим к маржинальной прибыли является показатель маржинальной рентабельности, рассчитываемый как:

$$R_i = \frac{\Pi_i}{Зед_i} = \frac{ПП_i \cdot (Ц_i - B_i) - A}{ПП_i \cdot B_i + A} \quad (11)$$

Для анализа рентабельности издержек в целом по предприятию используем следующую факторную модель:

$$R = \frac{\Pi}{З} = \frac{ПП \cdot \overline{Ду}}{ПП} - A = \frac{\sum(ПП_{общ} \cdot УД_i \cdot Ц_i) \cdot \sum(УД_i \cdot (Ц_i - B_i) / Ц_i) - A}{\sum(ПП_{общ} \cdot УД_i \cdot B_i) + A} \quad (12)$$

Последовательно заменяя плановый (базисный) уровень каждого факторного показателя на фактический и сравнивая результат расчета до и

после замены каждого фактора, можно определить изменение уровня рентабельности за счет объема реализованной продукции РПобщ, ее структуры (УД<sub>і</sub>), цены (Ц), удельных переменных расходов (В) и суммы постоянных затрат (А).

Аналогичным образом производится анализ рентабельности продаж (предпринимательской деятельности):

$$R_n = \frac{\Pi}{РП} = \frac{РП \cdot \overline{Ду}}{РП} - A = \frac{\sum(РП_{общ} \cdot УД_i \cdot Ц_i) \cdot \sum(УД_i \cdot (Ц_i - B_i) / Ц_i) - A}{\sum(РП_{общ} \cdot УД_i \cdot Ц_i)} \quad (13)$$

Анализ рентабельности инвестированного капитала производится по следующей факторной модели:

$$R_k = \frac{\Pi_б}{ИК} = \frac{РП \cdot \overline{Ду} - A + ВФР}{\sum O / K_{об}} = \frac{\sum(РП_{общ} \cdot УД_i \cdot Ц_i) \cdot \sum(УД_i \cdot (Ц_i - B_i) / Ц_i) - A + ВФР}{(\sum(K_{общ} \cdot УД_i \cdot B_i) + A) / K_{об}}, \quad (14)$$

где Пб – балансовая сумма прибыли; ИК – среднегодовая сумма инвестиционного капитала; - сумма оборота (себестоимость реализованной продукции); Коб – коэффициент оборачиваемости капитала (отношение суммы оборота к среднегодовой сумме капитала); ВФР – внереализационные финансовые результаты.

Понятие точки безубыточности хорошо изложено в литературе, поэтому лишь кратко остановимся на основных моментах ее определения. Более детально остановимся на модификациях данного показателя, учитывающих необходимость осуществления затрат из прибыли и выполнения долговых обязательств.

В рамках определения уровня безубыточности все затраты предприятия разделяют на две группы: условно-переменные (меняются пропорционально

изменению объемов производства) и условно-постоянные (не меняются при изменении объемов производства).

Следует отметить, что деление затрат на переменные и постоянные, особенно что касается накладных (общепроизводственных) расходов, носит достаточно условный характер. Реально, существует группа расходов, содержащих в себе компоненты как переменных, так и постоянных затрат – так называемые смешанные издержки.[11, С. 65]

Последние относятся к переменным затратам в части доли переменной компоненты и к постоянным - в части доли постоянных. Согласно Национальным стандартам бухгалтерского учета, перечень и состав переменных и постоянных общепроизводственных затрат устанавливаются предприятием.

В классическом варианте, расчет точки безубыточности осуществляется исходя из простого соотношения, основанного на балансе выручки, при условии нулевой прибыли.

В стоимостном выражении, для производства (реализации) многономенклатурной продукции:

Точка безубыточности = Постоянные затраты / (1 - Доля переменных затрат).

Доля переменных затрат = Переменные затраты/Объем производства

В количественном выражении, для производства (реализации) монономенклатурной (или усредненной) продукции: предприятие своей выручкой не может покрыть затраты и, следовательно, результатом его деятельности являются убытки. Если объем производства и продаж превышает критический, предприятие получает прибыль.

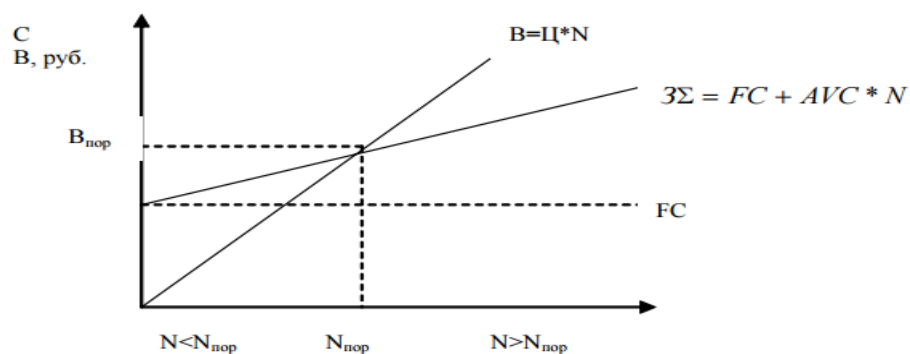


Рис.1 –Графический метод построения точки безубыточности

Управлению рентабельностью до настоящего времени не уделялось достаточного внимания, т.к. в этом не было объективной необходимости. Становление рыночных отношений требует разработки содержания и методики управления рентабельностью производства с учетом особенностей переходного к рыночной экономике периода и международного опыта.

Решение этой задачи возможно на основе маржинального анализа, методика которого базируется на изучении соотношения между тремя группами важнейших экономических показателей: издержками, объемом производства продукции и прибылью.

## 2. Основные характеристики деятельности предприятия

### 2.1.Описание хозяйственной деятельности ООО «Смак»

Наименование общества: Открытое акционерное общество  
«Свердловский хлебомакаронный комбинат»

Сокращенное наименование общества: ОАО «СМАК»

Место нахождения: Российская Федерация, 620027, г. Екатеринбург,  
ул. Якова Свердлова, 8.

ИНН 6659003692.

ОГРН 1026602962143.

ОАО «СМАК» является специализированным предприятием хлебопекарной промышленности по выпечке хлебобулочной и бараночной продукции, а так же кондитерских изделий.

Органами управления общества являются:

- Общее собрание акционеров;
- Совет директоров;
- Генеральный директор (единоличный исполнительный орган).

В подчинении директора находится главный инженер занимающийся вопросами производства продукции. Главному инженеру непосредственно подчиняются механическая, технологическая и производственная служба. Так же главному инженеру подчиняются начальники следующих цехов, входящих в производственную службу:

- начальник кондитерского цеха;
- начальник макаронного цеха;
- начальник цеха хлебопечения.

Структура управления ОАО «СМАК» приведена на рис.2.



Рис. 2 – Организационная структура ОАО «СМАК»

Вопросами бухгалтерского учета, финансового планирования и прогнозирования занимается заместитель генерального директора по экономике, в подчинение которого находится учетно-финансовый отдел.

ОАО «СМАК» имеет 5 производственных линий, производительностью 10 тонн в сутки:

Кондитерский цех:

- Торговая линия;
- Пряничная линия.

Хлебный цех:

- Хлебная линия;
- Булочные штучные изделия;
- Сухарно-бараночная линия.

ОАО «СМАК» снабжает своей продукцией жителей города и близлежащих населенных пунктов. Предприятие имеет собственную сеть

магазинов розничной торговли, а так же поставляет свою продукцию сторонним организациям, список которых очень обширен.

Таблица 1 - Структура затрат на производство продукции в ОАО «СМАК» по экономическим элементам

Показатель	План		Факт		Отклонение от сметы	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Материальные затраты всего	558,2	47,4	626,4	49,8	68,2	2,4
в том числе сырье и материалы	366,8	31,2	423,3	33,6	56,5	2,4
услуги произв. характера	51,2	4,3	53,6	4,3	2,4	-0,04
Энергия	140,2	11,9	149,5	11,9	9,3	-0,02
Затраты на оплату труда	354,3	30,1	392,7	31,2	38,4	1,1
Отчисления на социальные нужды	130,4	11,1	144,5	11,5	14,1	0,4
Прочие затраты	134,3	11,4	95	7,6	-39,3	-3,85
ИТОГО	1177,2	100	1258,6	100	81,4	0

Данные таблицы показывают, что у предприятия возник перерасход по материальным затратам на 68,2 тыс. руб., в том числе по материалам 56,5 тыс. руб., по энергии на 9,3 тыс. руб. Перерасход по затратам на оплату труда составил 38,4 тыс. руб.

Значительная экономия возникла по прочим затратам – 39,3 тыс. руб.

Данное обстоятельство позволяет уже на первом этапе анализа судить о том, что выявленные экономия и перерасход по отдельным видам затрат получены вследствие возникновения отклонений от установленных в смете норм, тарифов, расценок. Поэтому в ходе анализа необходимо проверить обоснованность разрабатываемых норм расхода материальных ресурсов, выявить причины возникновения непроизводительных затрат по оплате труда, установить факторы, вызвавшие перерасход по ним.

Отмеченные отклонения фактических затрат от их плановых значений повлияли и на изменение их структуры. В частности, доля материальных



затрат возросла на 2,4%, доля затрат на оплату труда возросла на 1,1%, отчислений на социальные нужды на 0,4%, что обусловлено перерасходом по ним сравнению со сметными значениями.

Поэтому на следующем этапе анализа необходимо определить. По каким статьям затрат, видам выпускаемой продукции возникли отклонения.

Из данных таблицы следует, что по сравнению со сметными показателями перерасход фактической себестоимости составил 81,4 тыс. руб.

Суммы перерасхода по статьям являются внутрихозяйственными резервами снижения себестоимости продукции. Общая сумма резерва составляет 87,6 тыс. руб. Наиболее существенна величина резерва по расходам на содержание оборудования – 48,9 тыс. руб. Резерв по расходам на оплату труда составляет 19,3 тыс. руб., по транспортно-заготовительным расходам - 10,3 тыс. руб., по энергии на технологические нужды – 8,9 тыс. руб.

Таблица 2- Структура затрат на производство продукции в ОАО «СМАК»

Статьи калькуляции	План		Факт		Отклонение от сметы	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Сырье	142,6	12,1	141,9	11,3	-0,7	-0,8
ТЗР	181,6	15,4	191,9	15,2	10,3	-0,2
Энергия на технол. Нужды	135,6	11,5	144,5	11,5	8,9	0
Основная заработная плата и социальные отчисления	392,7	33,4	412	32,6	19,3	-0,8
Расходы на содерж-е оборуд.	201,6	17,1	250,5	19,9	48,9	2,8
Цеховые расходы	47	4	42,5	3,4	-4,5	-0,6
Общехозяйственные расходы	76	6,5	75	6	-1	-0,5
Потери от брака	0,1	0	0,3	0,1	0,2	0,1
ИТОГО	1177,2	100	1258,6	100	81,4	-

Значительный перерасход по расходам на содержание оборудования требует более обоснованного, детального нормирования данного вида расходов, жесткого контроля над расходованием средств на эти нужды.

## 2.2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия

На основании данных представленных в приложении проведем анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия ОАО «Смак». Анализ будет проведен за период с 2014 по 2015 год.

Приступая к анализу, следует отметить, что величина чистого оборотного капитала ОАО «Смак» на конец анализируемого периода (31.12.2015) составила 302 411,00 тыс. руб., что говорит о том, что предприятие имеет чистый оборотный капитал для поддержания своей деятельности, и на отчетную дату положение предприятия можно назвать достаточно стабильным. Однако все же необходимо более подробно изучить структуру имущества ОАО «Смак». Краткосрочная кредиторская задолженность направлена на покрытие половины переменной части текущих активов. В графическом виде структура имущества ОАО «Смак» на протяжении всех рассматриваемых периодов представлена на рис. 3.

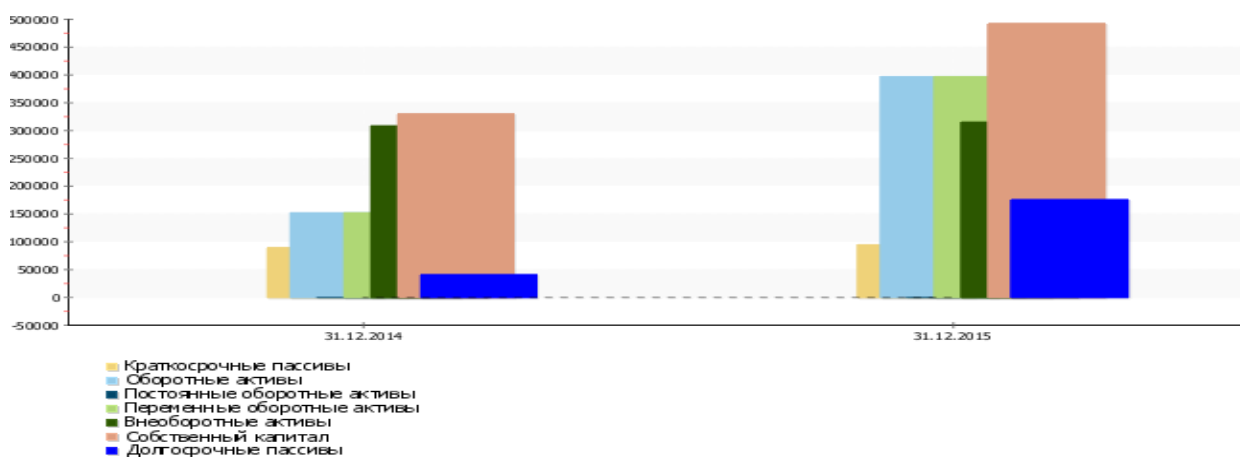


Рис.- Структура имущества организации

Таблица 3- Изменения в активе баланса

Изменения в активе баланса					
Актив	31.12.2014	31.12.2015	В абсолютном выражении, тыс. руб.	Темп прироста	Удельного веса
<b>I. Внеоборотные активы</b>					
Нематериальные активы	683,00	586,00	-97,00	-14,20 %	-0,07 %
Основные средства	306 852,00	314 206,00	7 354,00	2,40%	-22,50 %
Финансовые вложения	563,00	0,00	-563,00	-100,00 %	-0,12 %
Прочие внеоборотные активы	376,00	383,00	7,00	1,86%	-0,03 %
Итого по разделу I	308 474,00	315 175,00	6 701,00	2,17%	-22,71 %
<b>II. Оборотные активы</b>					
Запасы	45 574,00	51 014,00	5 440,00	11,94%	-2,73 %
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1 980,00	836,00	-1 144,00	-57,78 %	-0,31 %
Дебиторская задолженность	99 074,00	223 276,00	124 202,00	125,36%	9,84%
Финансовые вложения	0,00	20 000,00	20 000,00	-100,00 %	2,81%
Денежные средства	5 204,00	101 199,00	95 995,00	<sup>1</sup> 844,64%	13,08%
Прочие оборотные активы	327,00	721,00	394,00	120,49%	0,03%
Итого по разделу II	152 159,00	397 046,00	244 887,00	160,94%	22,71%
Баланс	460 633,00	712 221,00	251 588,00	54,62%	0,00%

При анализе актива баланса видно, что общая величина активов предприятия в отчетном периоде, по сравнению с базовым, значительно увеличилась. По сравнению с данными на 31.12.2014, активы и валюта баланса выросли на 54.62 процента, что в абсолютном выражении составило 251 588,00 тыс. руб. Таким образом, в отчетном периоде актив баланса и валюта баланса находятся на уровне 712 221,00 тыс. руб. В более значительной степени это произошло за счет увеличения статьи «Дебиторская задолженность». За прошедший период рост этой статьи составил 124 202,00 тыс. руб., и уже на конец анализируемого периода значение статьи «Дебиторская задолженность» достигло 223 276,00 тыс. руб.

В общей структуре активов внеоборотные активы, величина которых на 31.12.2014 составляла 308 474,00 тыс. руб., возросли на 6 701,00 тыс. руб. (темп прироста составил 2.17%). На 31.12.2015 их величина составила 315 175,00 тыс. руб. (44% от общей структуры имущества).

Величина оборотных активов, составлявшая на 31.12.2014 152 159,00 тыс. руб., также возросла на 244 887,00 тыс. руб. (темп прироста составил 160.94%), и на 31.12.2015 их величина составила 397 046,00 тыс. руб. (56% от общей структуры имущества).

Как видно из табл. 4, на конец отчетного периода наибольший удельный вес в структуре совокупных активов приходится на оборотные активы (55.75%), что говорит о достаточно мобильной структуре активов, способствующей ускорению оборачиваемости средств предприятия.

В структуре внеоборотных активов наибольшее их изменение было вызвано увеличением на 7 354,00 тыс. руб. по сравнению с базовым периодом статьи «Основные средства». В структуре оборотных активов наибольшее изменение было вызвано увеличением на 124 202,00 тыс. руб., по сравнению с базовым периодом, статьи «Дебиторская задолженность».

Размер дебиторской задолженности за анализируемый период увеличился на 124 202,00 тыс. руб., что является негативным изменением и может быть вызвано проблемой с оплатой продукции либо активным предоставлением потребительского кредита покупателям, т.е. отвлечением части текущих активов и иммобилизации части оборотных средств из производственного процесса.

Рассматривая дебиторскую задолженность ОАО "Смак", следует отметить, что предприятие на 31.12.2015 имеет активное сальдо (дебиторская задолженность больше кредиторской), представляя, таким образом, своим клиентам бесплатный кредит в размере 128 641,00 тыс. руб.

Таблица 4 - Изменения пассива баланса

Изменения пассива баланса					
Пассив	31.12.2014	31.12.2015	В абсолютном выражении, т.р	Темп прироста	Удельного веса
III. Капитал и резервы					
Уставный капитал	0,00	51 014,00	51 014,00	-100,00 %	7,16%
Собственные акции, выкупленные у акционеров	367,00	367,00	0,00	0,00%	-0,03 %
Добавочный капитал	26 832,00	26 832,00	0,00	0,00%	-2,06 %
Резервный капитал	55,00	55,00	0,00	0,00%	-0,00 %
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	278 162,00	398 404,00	120 242,00	43,23%	-4,45 %
Итого по разделу III	316 786,00	477 978,00	161 192,00	50,88%	-1,66 %
IV. Долгосрочные обязательства					
Заемные средства	28 240,00	160 989,00	132 749,00	470,07%	16,47%
Отложенные налоговые обязательства	12 718,00	14 884,00	2 166,00	17,03%	-0,67 %
Итого по разделу IV	40 958,00	175 873,00	134 915,00	329,40%	15,80%
V. Краткосрочные обязательства					
Кредиторская задолженность	89 485,00	94 635,00	5 150,00	5,76%	-6,14 %
Доходы будущих периодов	32,00	0,00	-32,00	-100,00 %	-0,01 %
Резервы предстоящих расходов и платежей	13 372,00	14 749,00	1 377,00	10,30%	-0,83 %
Итого по разделу V	102 889,00	109 384,00	6 495,00	6,31%	-6,98 %
Баланс	460 633,00	763 235,00	302 602,00	65,69%	7,16%

В части пассивов увеличение валюты баланса в наибольшей степени произошло за счет роста статьи «Заемные средства». За прошедший период рост этой статьи составил 132 749,00 тыс. руб. (в процентном соотношении ее рост составил 470.07процента.). Таким образом, на конец анализируемого периода значение статьи «Заемные средства» установилось на уровне 160 989,00 тыс. руб.

Рассматривая изменение собственного капитала ОАО "Смак", видно, что его значение за анализируемый период значительно увеличилось. На

31.12.2015 величина собственного капитала предприятия составила 492 727,00 тыс. руб. (64.56% от общей величины пассивов).

Доля обязательств в совокупных источниках формирования активов за анализируемый период значительно увеличилась. На 31.12.2015 совокупная величина долгосрочных и скорректированных краткосрочных обязательств предприятия составила 270 508,00 тыс. руб. (35.44% от общей величины пассивов). Увеличение заемных средств предприятия ведет к увеличению степени его финансовых рисков и может отрицательно повлиять на его финансовую устойчивость.

Рассматривая изменение резервов предприятия и нераспределенной прибыли, можно отметить, что за анализируемый период их общая величина возросла на 120 242,00 тыс. руб. и составила 398 459,00 тыс. руб. Изменение резервов составило 0,00 тыс. руб., а нераспределенной прибыли 120 242,00 тыс. руб. Это в целом можно назвать положительной тенденцией, так как увеличение резервов, фондов и нераспределенной прибыли может говорить об эффективной работе предприятия.

В общей структуре пассивов величина капитала и резервов (раздел III баланса), составлявшая на 31.12.2014 316 786,00 тыс. руб., выросла на 161 192,00 тыс. руб. (темп прироста составил 50.88%), и на 31.12.2015 его величина составила 477 978,00 тыс. руб. (62.63 % от общей структуры имущества). В наибольшей степени это изменение произошло за счет роста статьи «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» - на 120 242,00 тыс. руб.

В общей структуре задолженности на 31.12.2015 долгосрочные пассивы превышают краткосрочные на 81 238,00 тыс. руб., что говорит о неплохой финансовой устойчивости предприятия и, возможно, о будущем увеличении оборотов предприятия в случае, если долгосрочные пассивы направлены на расширение парка оборудования и объемов производства.

Следует сопоставить вышеописанные факторы и провести более углубленный анализ.

Долгосрочные обязательства, величина которых на 31.12.2014 составляла 40 958,00 тыс. руб., возросла на 134 915,00 тыс. руб. (темпы прироста составил 329.4%), и на 31.12.2015 ее величина составила 175 873,00 тыс. руб. (24.69% в составе пассивов).

Наибольшее влияние на увеличение долгосрочных пассивов оказал рост статьи «Заемные средства». За прошедший период рост этой статьи составил 132 749,00 тыс. руб. (в процентном соотношении - 470.07%), и уже на конец анализируемого периода значение статьи 'Заемные средства' достигло 160 989,00 тыс. руб.

Величина краткосрочных обязательств, которая на 31.12.2014 составляла 102 889,00 тыс. руб., также возросла на 6 495,00 тыс. руб. (темпы прироста составил 6.31%), и на 31.12.2015 их величина составила 109 384,00 тыс. руб.

Наибольший удельный вес в структуре краткосрочных обязательств задолженности на 31.12.2015 составляет статья «Кредиторская задолженность». На конец анализируемого периода величина задолженности по данной статье составляет 94 635,00 тыс. руб. (доля в общей величине краткосрочной кредиторской задолженности - 86%).

Агрегированный баланс строится путем объединения однородных статей бухгалтерского баланса для удобства последующего анализа.

Структура агрегированного баланса представлена в табл. 5.

Таблица 5 - Агрегированный баланс

Агрегированный баланс					
Актив	31.12.2014	31.12.2015	В абсолютном выражении, тыс. руб.	Темп прироста	Удельного веса
Внеоборотные активы	308474	315175	6701	2.17%	-22,71 %
Оборотные активы	152159	397046	244887	160.94%	22,71%
Запасы и затраты	47554	51850	4296	9.03%	-3,04 %
Краткосрочная дебиторская задолженность	99074	223276	124202	125.36%	9,84%
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	5204	121199	115995	2228.96 %	15,89%
Прочие оборотные активы.	327	721	394	120.49%	0,03%
Баланс	460633	712221	251588	54.62%	0,00%
Пассив					
Собственный капитал	330190	492727	162537	49.23%	-2,50 %
Долгосрочные пассивы	40958	175873	134915	329.4%	15,80%
Займы и кредиты	28240	160989	132749	470.07%	16,47%
Прочие долгосрочные пассивы	12718	14884	2166	17.03%	-0,67 %
Краткосрочные пассивы	89485	94635	5150	5.76%	-6,14 %
Займы и кредиты	0	0	0	0	0,00%
Кредиторская задолженность	89485	94635	5150	5.76%	-6,14 %
Прочие краткосрочные пассивы	0	0	0	0	0,00%
Баланс	460633	763235	302602	65.69%	7,16%

Изменение отчета о финансовых результатах в отчетном периоде, по сравнению с базовым, представлено в табл.6.



Таблица 6 - Изменение отчета о финансовых результатах в отчетном периоде по сравнению с базовым периодом

Изменение отчета о финансовых результатах					
Наименование	31.12.2014	31.12.2015	В абсолютном выражении, тыс. руб.	Темп прироста	Удельного веса
Доходы и расходы по обычным видам деятельности					
Выручка	1 488 079,00	1 622 430,00	134 351,00	9,03%	0,00%
Себестоимость продаж	-1 006 143,00	-1 138 468,00	-132 325,00	13,15%	-2,56 %
Валовая прибыль (убыток)	481 936,00	483 962,00	2 026,00	0,42%	-2,56 %
Коммерческие расходы	-176 562,00	-200 117,00	-23 555,00	13,34%	-0,47 %
Прибыль (убыток) от продаж	305 374,00	283 845,00	-21 529,00	-7,05 %	-3,03 %
Прочие доходы и расходы					
Проценты к получению	1 369,00	1 332,00	-37,00	-2,70 %	-0,01 %
Проценты к уплате	-5 769,00	-9 870,00	-4 101,00	71,09%	-0,22 %
Прочие доходы	30 823,00	34 615,00	3 792,00	12,30%	0,06%
Прочие расходы	-185 462,00	-175 613,00	9 849,00	-5,31 %	1,64%
Прибыль (убыток) до налогообложения	146 335,00	134 309,00	-12 026,00	-8,22 %	-1,56 %
Изменение отложенных налоговых обязательств	2 167,00	16 677,00	14 510,00	669,59%	0,88%
Текущий налог на прибыль	-32 104,00	-15 343,00	16 761,00	-52,21 %	1,21%
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	118 194,00	135 739,00	17 545,00	14,84%	0,42%

Изменение показателей финансово-хозяйственной деятельности в отчетном периоде, по сравнению с базовым, представлено в табл.7.

Таблица 7 - Изменение показателей финансово – хозяйственной деятельности в отчетном периоде по сравнению с базовым периодом

Изменение показателей финансово – хозяйственной деятельности				
Наименование	31.12.2014	31.12.2015	В абсолютном выражении, тыс. руб.	Темп прироста
1. Объем продаж	1 488 079,00	1 622 430,00	134 351,00	9,03%
2. Прибыль от продаж	305 374,00	283 845,00	-21 529,00	-7,05 %
4. Чистая прибыль	118 194,00	135 739,00	17 545,00	14,84%
5. Рентабельность продаж, %	20,52%	17,50%	-3,03 %	-14,75 %
6. Чистые активы	316 818,00	426 964,00	110 146,00	34,77%
7. Оборачиваемость чистых активов, %	469,70%	379,99%	-89,70 %	-19,10 %
8. Рентабельность чистых активов, %	46,19%	31,46%	-14,73 %	-31,90 %
9. Собственный капитал	330 190,00	492 727,00	162 537,00	49,23%
10. Рентабельность собственного капитала, %	35,80%	32,99%	-2,81 %	-7,84 %
11. Кредиты и займы	28 240,00	160 989,00	132 749,00	470,07%
12. Финансовый рычаг	39,51%	54,90%	15,39%	38,97%

Из таблицы видно, что выручка от реализации компании по сравнению с базовым периодом увеличилась (с 1 488 079,00 тыс. руб. на 31.12.2014 до 1 622 430,00 тыс. руб. на 31.12.2015). За анализируемый период изменение объема продаж составило 134 351,00 тыс. руб. Темп прироста составил 9.03процента.

Валовая прибыль на 31.12.2014 составляла 481 936,00 тыс. руб. За анализируемый период она возросла на 2 026,00 тыс. руб., что следует рассматривать как положительный момент, и на 31.12.2015 составила 483 962,00 тыс. руб.

Прибыль от продаж на 31.12.2014 составляла 305 374,00 тыс. руб. За анализируемый период она, в отличие от валовой прибыли, снизилась на 21 529,00 тыс. руб., что следует рассматривать как отрицательный момент. На 31.12.2015 прибыль от продаж составила 283 845,00 тыс. руб.

Следует отметить высокий уровень коммерческих и управленческих расходов в структуре отчета о финансовых результатах организации. На начало анализируемого периода их доля составляла 17.55 % от себестоимости реализованной продукции, а на конец периода – 17.58 % от себестоимости проданных товаров, продукции, работ, услуг.

Показателем снижения эффективности деятельности предприятия можно назвать более высокий рост себестоимости по отношению к росту выручки. Рост себестоимости, в то время как выручка выросла на 9.03 %, составил 13.15 %.

Отрицательным моментом является наличие убытков по разделу «Прочие доходы и расходы». На 31.12.2015 сальдо по разделу установилось на уровне -149 536,00 тыс. руб., однако наблюдается положительная тенденция – за период с конца 31.12.2014 по конец 31.12.2015 сальдо по разделу «Прочие доходы и расходы» увеличилось на 17 705,00 тыс. руб.

Как видно из таблицы, чистая прибыль за анализируемый период выросла на 17 545,00 тыс. руб. и на 31.12.2015 установилась на уровне 135 739,00 тыс. руб. (темп прироста составил 14.84%).

Рассматривая динамику показателей финансово-хозяйственной деятельности ОАО "Смак", особое внимание следует обратить на рентабельность чистых активов и средневзвешенную стоимость капитала.

Для успешного развития деятельности необходимо, чтобы рентабельность чистых активов была выше средневзвешенной стоимости капитала, тогда предприятие способно выплатить не только проценты по кредитам и объявленные дивиденды, но и реинвестировать часть чистой прибыли в производство.

Таблица 8 - Анализ показателей финансовой устойчивости за весь рассматриваемый период

Наименование	31.12.2014 г.	31.12.2015 г.
1. Источники собственных средств	330 190,00	492 727,00
2. Внеоборотные активы	308 474,00	315 175,00
3. Источники собственных оборотных средств для формирования запасов и затрат	21 716,00	177 552,00
4. Долгосрочные обязательства	40 958,00	175 873,00
5. Источники собственных средств, скорректированные на величину долгосрочных заемных средств	62 674,00	353 425,00
6. Краткосрочные кредитные и заемные средства	0,00	0,00
7. Общая величина источников средств с учетом долгосрочных и краткосрочных заемных средств	62 674,00	353 425,00
8. Величина запасов и затрат, обращающихся в активе баланса	47 554,00	51 850,00
9. Излишек источников собственных оборотных средств	-25 838,00	125 702,00
10. Излишек источников собственных средств и долгосрочных заемных источников	15 120,00	301 575,00
11. Излишек общей величины всех источников для формирования запасов и затрат	15 120,00	301 575,00

Таблица 9 - Анализ ликвидности баланса по относительным показателям за весь рассматриваемый период

Наименование	31.12.2014 г.	31.12.2015 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,06	1,28
Коэффициент промежуточной (быстрой) ликвидности	1,17	3,64
Коэффициент текущей ликвидности	1,17	3,65
Коэффициент покрытия оборотных средств собственными источниками формирования	0,41	0,89
Коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности		2,14

На начало анализируемого периода – на 31.12.2014 значение показателя абсолютной ликвидности составило 0.06. На 31.12.2015 значение показателя возросло, что можно рассматривать как положительную тенденцию, и составило 1.28. На конец периода показатель находится выше нормативного значения (0,2), что говорит о том, что предприятие в полной мере обеспечено средствами для своевременного погашения наиболее

срочных обязательств за счет наиболее ликвидных активов. Следует заметить, что на конец анализируемого периода значение показателя находится выше нормативного уровня (0,5), что, конечно же, не угрожает финансовой устойчивости предприятия, однако может говорить об избытке собственных средств предприятия и необходимости направления их на развитие.

Коэффициент промежуточной (быстрой) ликвидности показывает, какая часть краткосрочной задолженности может быть погашена за счет наиболее ликвидных и быстро реализуемых активов. Нормативное значение показателя составляет 0,6–0,8 означает, что текущие обязательства должны покрываться на 60–80 процентов за счет быстрореализуемых активов. На начало анализируемого периода (на 31.12.2014), значение показателя быстрой (промежуточной) ликвидности составило 1.17. На 31.12.2015 значение показателя возросло, что можно рассматривать как положительную тенденцию, и составило 3.64.

На начало анализируемого периода – на 31.12.2014 значение показателя текущей ликвидности составило 1.17. На 31.12.2015 значение показателя возросло, что можно рассматривать как положительную тенденцию, и составило 3.65. На конец периода показатель находится выше нормативного значения (2), что говорит о том, что предприятие в полной мере обеспечено собственными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств.

Так как на конец анализируемого периода коэффициент покрытия оборотных средств собственными источниками формирования находится выше своего нормативного значения (0,1), рассчитывается показатель утраты платежеспособности. Показатель утраты платежеспособности говорит о том, сможет ли в ближайшие шесть месяцев предприятие утратить свою платежеспособность при существующей динамике изменения показателя текущей ликвидности. На конец периода значение показателя установилось

на уровне 2.14, что говорит о том, что предприятие не утратит свою платежеспособность, так как показатель больше единицы.

В общем случае оборачиваемость средств, вложенных в имущество, оценивается следующими основными показателями: скоростью оборота (количество оборотов, которое совершают за анализируемый период капитал предприятия или его составляющие) и период оборота – средний срок, за который совершается один оборот средств.

Чем быстрее оборачиваются средства, тем больше продукции производит и продает организация при той же сумме капитала. Таким образом, основным эффектом ускорения оборачиваемости является увеличение продаж без дополнительного привлечения финансовых ресурсов. Кроме того, так как после завершения оборота капитал возвращается с приращением в виде прибыли, ускорение оборачиваемости приводит к увеличению прибыли. С другой стороны, чем ниже скорость оборота активов, прежде всего текущих (оборотных), тем больше потребность в финансировании. Внешнее финансирование является дорогостоящим и имеет определенные ограничительные условия. Собственные источники увеличения капитала ограничены, в первую очередь, возможностью получения необходимой прибыли. Таким образом, управляя оборачиваемостью активов, организация получает возможность в меньшей степени зависеть от внешних источников средств и повысить свою ликвидность.

Таблица 10 - Анализ показателей деловой активности

Показатели деловой активности (в днях) – изменения				
Наименование	31.12.2014	31.12.2015	В абсолютном выражении, т.р	Темп прироста
Расчет чистого цикла				
Период оборота материальных запасов, дней	11,18	10,86	-0,31	-2,81 %
Период оборота дебиторской задолженности, дней	24,30	36,26	11,96	49,21%
Период оборота прочих оборотных активов, дней	0,08	0,12	0,04	46,98%
Затратный цикл, дней	35,56	47,24	11,68	32,85%
Период оборота кредиторской задолженности, дней	21,95	20,71	-1,24	-5,64 %
Кредитный цикл, дней	21,95	20,71	-1,24	-5,64 %
Чистый цикл, дней	13,61	26,53	12,92	94,93%

Таблица 11 - Анализ показателей деловой активности

Наименование	31.12.2014	31.12.2015	В абсолютном выражении, т.р	Темп прироста
Оборачиваемость материальных запасов, об.	32,65	33,59	0,94	2,89%
Оборачиваемость дебиторской задолженности, об.	15,02	10,07	-4,95	-32,98 %
Оборачиваемость прочих оборотных активов, об	4 550,70	3 096,24	-1 454,46	-31,96 %
Оборачиваемость кредиторской задолженности, об	16,63	17,62	0,99	5,98%

Показатели деловой активности характеризуют, во-первых, эффективность использования средств, а во-вторых, имеют высокое значение для определения финансового состояния, поскольку отображают скорость превращения производственных средств и дебиторской задолженности в денежные средства, а также срок погашения кредиторской задолженности.

Показатели деловой активности, представленные в таблице 10 и 11, показывают, какое количество оборотов за период совершает тот либо иной актив или источник формирования имущества организации и

рассчитываются как отношение продолжительности рассматриваемого периода и значение показателя деловой активности в днях.

Продолжительность затратного цикла рассчитывается как суммарная продолжительность оборота текущих активов, за исключением продолжительности оборота денежных средств, и показывает время, необходимое для осуществления производственного процесса.

Таким образом, чем выше значение оборачиваемости затратного цикла (в днях), тем больше средств необходимо предприятию для организации производства.

В свою очередь продолжительность оборота текущих пассивов является кредитным циклом предприятия. Чем продолжительнее кредитный цикл, тем эффективнее предприятие использует возможность финансирования текущей деятельности за счет непосредственных участников производственного процесса.

Как видно из таблицы, за анализируемый период продолжительность затратного цикла увеличилась на 11.68 дня (32.85%), что при прочих равных условиях может указывать на негативную тенденцию, отвлекающую средства в производственную деятельность.

Продолжительность производственного цикла за анализируемый период снизилась на 1.24 дня (-5.64%), что при существующем увеличении чистого цикла может говорить об отрицательной тенденции, что может привести к зависимости текущей деятельности от внешних источников финансирования.

На начало анализируемого периода чистый цикл оборачиваемости занимал 13.61 дня. За анализируемый период продолжительность чистого цикла увеличилась на 12.92 дня, что говорит об отрицательной тенденции, так как увеличилось количество текущих активов, профинансированных за счет непосредственных участников производственного процесса, и финансирование производственной деятельности в большей степени



осуществляется за счет внешних по отношению к производственному процессу источников финансирования – прироста собственного капитала, кредитов.

### 2.3. Факторный анализ прибыли от продаж и выявление резервов увеличения прибыли

Проведем факторный анализ прибыли для предприятия ОАО «Смак». Данные для расчета представлены в табл.12.

Таблица 12- Влияние на прибыль некоторых факторов

Показатели	2013 год	2014 год	2015 год
Выручка от реализации, тыс. руб. (В)	1188675	1488079	1622430
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб. (С.с)	811564	1006143	1138468
Прибыль от реализации (П)	377111	481936	483962

Прибыль за анализируемый период выросла на 139 тыс.руб.:  $\Delta П = 282 - 143$

Если сравнивать сумму прибыли на начало периода и прибыль, рассчитанную исходя из фактического объема и ассортимента, но при ценах и себестоимости продукции на начало периода, то разница между ними показывает насколько произошло изменение прибыли за счет объема и структуры продукции отчетного периода:

$$\Delta П = 481936 - 377111 = 104825 \text{ тыс.руб.}$$

Чтобы найти влияние только объема продаж, необходимо прибыль на начало периода умножить на процент роста объема производства, который определяется делением выручки от реализации рассчитанной, исходя из базисной цены и фактического объема реализованной продукции на выручку от реализации на начало периода:

Процент роста объема производства:  $1488079:1188675 * 100 - 100 = 25.188\%$

$$\Delta\P(V) = 377111 * 25.188 / 100 = 94986.89 \text{ тыс.руб.}$$

Определим влияние структурного фактора:

$$\Delta\P(\text{уд.в.}) = 104825 - 94986.89 = 9838.11 \text{ тыс.руб.}$$

Влияние изменения полной себестоимости на сумму прибыли устанавливается сравнением затрат, полученных при фактическом объеме реализации и себестоимости единицы продукции на начало периода и полной фактической себестоимостью на конец периода:

$$\Delta\P(\text{с.с.}) = 1006143 - 1138468 = -132325 \text{ тыс.руб.}$$

Изменение суммы прибыли за счет отпускных цен на продукцию определяется сопоставлением фактической выручки от реализации на конец отчетного периода с выручкой от реализации, рассчитанной при фактических объемах продаж и ценах на начало периода:

$$\Delta\P(\text{ц.}) = 1622430 - 1488079 = 134351 \text{ тыс.руб.}$$

Общее изменение прибыли от данных факторов находится как суммирование полученных результатов:

$$\Delta\P = 9838.11 + 94986.89 - 132325 + 134351 = 106851 \text{ тыс.руб.}$$

Аналогичный анализ можно проделать, используя способ цепной подстановки:

Расчет влияния факторов на изменение суммы прибыли от реализации продукции способом цепных подстановок представлен в табл. 13.

Таблица 13 – Расчет влияния факторов на изменение прибыли

Показатель	Порядок расчета	Сумма прибыли, тыс.руб.
на начало периода	$BP_0 - C/c_0$	377111
Усл. 1	ПО * Кроста	$377111 * 1.252 = 472097.89$
Усл. 2	$BP_{\text{Усл.}} - C/c_{\text{Усл.}}$	$1488079 - 1006143 = 481936$
Усл. 3	$BP_1 - C/c$	$1622430 - 1006143 = 616287$
на конец периода	$BP_1 - C/c_1$	483962

Изменение суммы прибыли за счет:

Объема реализации продукции:

$$\Delta\P(V) = 472097.89 - 377111 = 94986.89 \text{ тыс.руб.}$$

Структуры товарной продукции:

$$\Delta\P(\text{уд.в.}) = 481936 - 472097.89 = 9838.11 \text{ тыс.руб.}$$

Средних цен реализации:

$$\Delta\P(\text{ц}) = 616287 - 481936 = 134351 \text{ тыс.руб.}$$

Себестоимости реализованной продукции:

$$\Delta\P(\text{с.с.}) = 483962 - 616287 = -132325 \text{ тыс.руб.}$$

### **3. Проект мероприятий, улучшающих эффективность деятельности ОАО «Смак»**

На основании проведенного анализа особенности отрасли (производство и продажа хлеба и хлебобулочных изделий), и анализа эффективности хозяйственной деятельности предприятия ОАО «Смак» можно сделать следующий вывод:

Данная отрасль не самая привлекательная для инвесторов, средний уровень рентабельности достаточно низкий. При этом государство достаточно жестко контролирует данную отрасль. У предприятия ОАО «Смак» рентабельность продаж выше почти в два раза, чем у конкурентов (других представителей отрасли). Так же анализ данных показал стабильный уверенный рост таких показателей как – выручка, стоимость имущества.

Производители пищевых продуктов наращивают борьбу за потребителя. Основное отличие нынешнего кризиса от предыдущего — падение реальных доходов населения. Зарплата россиян сократилась за год примерно на 11%. При этом потребительские цены, по данным Росстата, с 1 января по 21 декабря 2015 года выросли на 12,7%. Доходы продолжают падать и в этом году, в частности повлияет уменьшенная индексация пенсий. Так что покупатели становятся разборчивее и экономнее, а производители еды делают все, чтобы попасть в список покупок, с которым мы отправляемся пополнять запасы.

Усиливается борьба за потребителей и среди предприятий хлебопекарной отрасли. Минувший год существенно проредил ряды хлебопеков, многие заводы приостановили деятельность, некоторые находятся в предбанкротном состоянии. Усугубляется ситуация еще и тем, что большинство хлебозаводов уже много лет не проводили техперевооружение и автоматизацию. И в условиях, когда сырье дорожает, а торговые сети сдерживают повышение цен, рентабельность уходит в минус.

В этом году экономическая ситуация не изменится в лучшую сторону, цена еще более возрастет, насколько конкретно - судить трудно.

Для увеличения эффективности для предприятия ОАО «Смак» можно предложить продавать франшизу небольшим предприятиям. Таким образом, прибыль предприятия увеличится, а так же увеличится доля рынка.

Открытие франшиз и вывод новых торговых марок довольно рискованны в кризис, тем более для отрасли, где франшизу и бренды или не используют вообще, или используют крайне редко.

Франшиза в сфере производства продуктов питания за последние десять лет становится все более популярной. Во многом это спровоцировано активным ростом торговых сетей. Ведь именно ритейл на сегодняшний день дает большие обороты любому производственному предприятию. А в хлебопекарной отрасли франшиза - это выгодный и удобный вариант для новых и небольших предприятий, которым сложно самостоятельно разместиться на полках в супермаркетах. Франшиза открывает для них новые возможности по рынку сбыта. При этом правообладатель торговой марки регулярно контролирует качество продукции производителя и соблюдение стандартов. Рассчитаем экономическую эффективность предложенных мероприятий.

Таблица 14 – Затраты на реализацию данного мероприятия

Статья затрат	Исполнитель	Стоимость, тыс. руб.
Подготовка необходимых документов	Генеральный директор, юрист	100
Реклама и маркетинг	Коммерческий директор	900
Прочее	Коммерческий директор	120
Итого		1020

Варианты для сотрудничества:

Вариант 1. Пакет «Стандартный» Стоимость – 450 000 руб.

В пакет входит:

- технологические карты на все виды продукции;
- полное описание технологического процесса;
- рекламные материалы, бренд-бук;
- помощь в подборе помещения (при необходимости);
- поиск в подборе персонала;
- он-лайн обучение персонала;
- должностные инструкции для персонала;
- всесторонняя помощь и поддержка, консультации специалистов на всех этапах работы;
- возможность выезда специалиста на запуск производства;
- организация установки.

Вариант 2. Пакет «Гарантия» Стоимость – 1 000 000 руб.

В пакет входит:

- полный перечень производственного оборудования;
- технологические карты на все виды продукции;
- полное описание технологического процесса;
- рекламные материалы, бренд-бук;
- помощь в подборе помещения для организации пекарни;
- поиск в подборе персонала.
- он-лайн обучение персонала.
- должностные инструкции для персонала.
- всесторонняя помощь и поддержка, консультации наших специалистов на всех этапах работы.
- выезд нашего специалиста на запуск производства, организация установки оборудования, подбор и обучение персонала.

- если к 4-ому месяцу работы минимальная чистая прибыль в месяц будет составлять менее 100 тыс. руб., возвращается полная стоимость пакета.

Плановые показатели:

- Объем реализации продукции шт./день: 300 шт.
- Усредненная стоимость одного изделия: 30 руб.(узбекская лепешка-30р., хачапури по-аджарски 110р., самса-50р.)
- Процент наценки на себестоимость: 300%-500%
- Выручка в день: 18 000 руб.
- Валовая прибыль в день: 12 000 руб.
- Валовая прибыль в месяц: 360 000 руб.

Доставка блюд (покупатели заказывают продукцию на доставку, курьер развозит клиентам готовую продукцию).

- Объем реализации продукции шт./день: 100 шт.
- Усредненная стоимость одного изделия: 60 руб. (узбекская лепешка-30р., хачапури по-аджарски 110р., самса-50р.)
- Процент наценки на себестоимость: 300%
- Выручка в день 6000 руб.
- Валовая прибыль в день: 4 000 руб.
- Валовая прибыль в месяц: 120 000 руб.

Оптовые продажи (поставка готовой продукции в продуктовые магазины, хлебные отделы на рынках, супермаркеты, кафе, рестораны и тд.)

- Объем реализации продукции шт./день: 1000 шт.
- Усредненная стоимость одного изделия: 40 руб.(узбекская лепешка-20р., хачапури по-аджарски- 55р., самса- 25р.)
- Процент наценки на себестоимость: 200%
- Выручка в день 20 000 руб.
- Валовая прибыль в день: 10 000 руб.
- Валовая прибыль в месяц: 300 000 руб.

Итого: Ежемесячный оборот = 1 320 000 руб. Наценка = 300% (разница между стоимостью готовой продукции и затратами на сырье для ее изготовления) Расходы = 135 000 руб. Валовая прибыль = 780 000 руб. Чистая прибыль = 645 000 руб.

Франчайзинг совмещает в себе преимущества характерные малым предприятиям, с одной стороны, и крупным компаниям, с другой. И франчайзи, и франчайзер получают друг от друга то, что у них по отдельности отсутствует, быстрее чем это можно достигнуть в обычной практике предпринимательства.

#### Преимущества франчайзера

Расширение бизнеса с минимальными инвестициями. Организация производства и реализация продукции в условиях франчайзинга осуществляется гораздо быстрее, так как используются предпринимательские усилия и капитал франчайзи. Иногда франчайзинг предоставляет, таким образом, единственную возможность проникновения на зарубежные рынки.

Получение дополнительных доходов. Платежи, осуществляемые франчайзи (первоначальный взнос, роялти и рекламная плата) представляют собой серьезный источник доходов для франчайзера.

Избежание законодательных барьеров. Антимонопольное законодательство предусматривает определенные ограничения относительно договоров по разделению территорий между различными компаниями и согласования цен. Система франчайзинга позволяет обойти эти препятствия.

Экономия общехозяйственных расходов. Так как франчайзер нуждается в меньшем количестве менеджеров, сокращаются и затраты, связанные с оплатой за их труд, и прочие общехозяйственные расходы.



Преимущества франчайзи.

Присоединение к успешно развивающемуся бизнесу. Так как имя франчайзера и его товар/марка широко известны, успех сопутствует франчайзи с самого начала его деятельности. Следовательно, риск банкротства намного ниже по сравнению с обычным индивидуальным бизнесом.

Обучение персонала и контроль над ведением бизнеса со стороны франчайзера. Заинтересованность в успехе бизнеса проявляется с обеих сторон, поэтому франчайзер обеспечивает обучение менеджеров и персонала франчайзи до начала бизнеса и в процессе его деятельности.

Распространение успешного опыта в рамках франчайзинговой сети. Франчайзер никогда не остается один на один с проблемами бизнеса. Опыт других франчайзи систематизируется и обобщается франчайзером и используется в разработке новых деловых решений.

Предоставление других выгод со стороны франчайзера. Они включают в себя и другие услуги, которые не были отмечены выше: использование результатов исследований франчайзера, выгоды от общенациональных рекламных компаний франчайзера, услуги по проектированию и размещению зданий и помещений, юридические услуги и пр.

Частичное финансирование со стороны франчайзера. Оно может осуществляться в прямой форме (кредиты, участие в капитале), но чаще – в косвенном виде (оборудование по лизингу, материалы и товары с отсрочкой платежа или оплаты частями).

Преимущества, связанные с высокой покупательной способностью франчайзера. Так как франчайзер располагает развитой франчайзинговой сетью, он может осуществлять оптовые закупки всего необходимого для деятельности франчайзи, а, следовательно, имеет возможность добиваться строгого соблюдения качества и некоторых скидок от поставщиков.

Выгоды, связанные с эксклюзивными правами распределения. Если это условие предусмотрено в договоре, тогда франчайзер не имеет право предоставлять больше франшиз на соответствующей территории.

Преимущества, которые предоставляет франчайзинг, не уступают перед его недостатками, тем более, что эффект последних может быть значительно уменьшен путем правильной разработки франчайзингового договора и четкой организации работы франчайзера. Поэтому их дальнейшее перечисление имеет целью предупредить некоторые ситуации, в которые может попасть франчайзер в связи с нелояльной деловой практикой менее серьезных франчайзи.

#### Недостатки франчайзера.

Неудачи одного франчайзи распространяются на всю сеть. Франчайзер почти бессилен, в таких случаях, что-либо предпринять. Страхование от неудач может основываться на предвидение возможных рисков до подписания договора (для того, чтобы они были включены в него). В случае же серьезных нарушений, он будет вынужден расторгнуть договор или не продлевать его на новый срок. Таким образом, франчайзер зависит от желания и способности франчайзи соблюдать «правила игры».

Противоречивость положения франчайзи в системе франчайзинга. Франчайзи является независимым бизнесменом и, одновременно, обязан строго соблюдать стандарты, установленные франшизой. В некоторых случаях это может привести к отрицательным последствиям для франчайзера, особенно после того как бизнес стабилизировался и франчайзи не чувствует так остро необходимости в нем, а следовательно, перестает платить франшизные платежи, начинает отходить от системы и пр. Для того, чтобы этого не случилось, франчайзер должен постоянно занимать активную позицию, т.е. работать над развитием и совершенствованием системы, оказывать поддержку франчайзерам во внедрении всех новшеств.

Стоимость франшизы. Начальный взнос, роялти и рекламные платежи являются иногда довольно обременительными, особенно, когда дела идут не столь хорошо.

Строгое соблюдение стандартизированных процедур. Хотя франчайзи – владелец бизнеса, он не является полностью независимым: соблюдение предписаний учебного пособия для него обязательно. Франчайзер строго следит за этим, осуществляя регулярные проверки и требуя письменные отчеты.

Ограничения, касающиеся закупок. Франчайзер часто обязывает франчайзи покупать оборудование, товары и материалы у себя или у угодных ему поставщиков.

Ограниченный ассортимент товаров. Согласно договору, франчайзи может продавать только те товары и оказывать только те услуги, которые предусмотрены предоставляемой франшизой и не более того.

Не соответствующие программы обучения. Франчайзеры обещают проведение интенсивного обучения и после начала деятельности франчайзи, но на практике курсы могут оказаться не столь эффективными и нужными.

Территорию франшизы невозможно навязывать потребителям. Покупатель не обязан покупать только на территории своего проживания, иногда он может осуществлять покупки и у франчайзи, находящихся на соседних территориях.

Франчайзи не вправе самостоятельно продать свою франшизу франчайзеру.

Франчайзи располагает гораздо меньшим количеством рычагов воздействия на франчайзера. А в случае если товар/услуга или вся система получит отрицательную репутацию на рынке, это отразится даже на тех франчайзи, которые строго соблюдали предписания учебного пособия и договора.

## Заключение

Финансовое состояние предприятия - это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени.

В процессе снабженческой, производственной, сбытовой и финансовой деятельности происходит непрерывный процесс кругооборота капитала, изменяются структура средств и источников их формирования, наличие и потребность в финансовых ресурсах и как следствие финансовое состояние предприятия, внешним проявлением которого выступает платежеспособность.

Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым (предкризисным) и кризисным. Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе, переносить непредвиденные потрясения и поддерживать свою платежеспособность в неблагоприятных обстоятельствах свидетельствует о его устойчивом финансовом состоянии, и наоборот.

Для обеспечения финансовой устойчивости предприятие должно обладать гибкой структурой капитала, уметь организовать его движение таким образом, чтобы обеспечить постоянное превышение доходов над расходами с целью сохранения платежеспособности и создания условий для самовоспроизводства.

Следовательно, финансовая устойчивость предприятия - это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска.

Финансовое состояние предприятия, его устойчивость и стабильность зависят от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия. И, наоборот, в результате невыполнения плана по производству и реализации продукции происходит повышение ее себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и как следствие ухудшение финансового состояния предприятия и его платежеспособности. Следовательно, устойчивое финансовое состояние не является случайностью, а итогом грамотного, умелого управления всем комплексом факторов, определяющих результаты хозяйственной деятельности предприятия.

Устойчивое финансовое положение в свою очередь оказывает положительное влияние на выполнение производственных планов и обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами. Поэтому финансовая деятельность как составная часть хозяйственной деятельности должна быть направлена на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных ресурсов, выполнение расчетной дисциплины, достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала и наиболее эффективное его использование.

Главная цель финансовой деятельности сводится к одной стратегической задаче — увеличению активов предприятия. Для этого оно должно постоянно поддерживать платежеспособность и рентабельность, а также оптимальную структуру актива и пассива баланса.

Основные задачи анализа.

1. Своевременное выявление и устранение недостатков в финансовой деятельности и поиск резервов улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности.

2. Прогнозирование возможных финансовых результатов, экономической рентабельности исходя из реальных условий хозяйственной деятельности и наличия собственных и заемных ресурсов, разработка моделей финансового состояния при разнообразных вариантах использования ресурсов.

3. Разработка конкретных мероприятий, направленных на более эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния предприятия.

Для оценки ФСП, его устойчивости используется целая система показателей, характеризующих:

а) наличие и размещение капитала, эффективность и интенсивность его использования;

б) оптимальность структуры пассивов предприятия, его финансовую независимость и степень финансового риска;

в) оптимальность структуры активов предприятия и степень производственного риска;

г) оптимальность структуры источников формирования оборотных активов;

д) платежеспособность и инвестиционную привлекательность предприятия;

е) риск банкротства (несостоятельности) субъекта хозяйствования;

ж) запас его финансовой устойчивости (зону безубыточного объема продаж).

Анализ ФСП основывается главным образом на относительных показателях, так как абсолютные показатели баланса в условиях инфляции очень трудно привести в сопоставимый вид.

Относительные показатели анализируемого предприятия можно сравнивать с общепринятыми "нормами" для оценки степени риска и прогнозирования возможности банкротства; с аналогичными данными

других предприятий, что позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия и его возможности с аналогичными данными за предыдущие годы для изучения тенденций улучшения или ухудшения ФСП.

Анализом финансового состояния занимаются не только руководители и соответствующие службы предприятия, но и его учредители, инвесторы с целью изучения эффективности использования ресурсов, банки - для оценки условий кредитования и определения степени риска, поставщики - для своевременного получения платежей, налоговые инспекции - для выполнения плана поступления средств в бюджет и т.д. В соответствии с этим, анализ делится на внутренний и внешний.

Внутренний анализ проводится службами предприятия и его результаты используются для планирования, контроля и прогнозирования ФСП. Его цель - обеспечить планомерное поступление денежных средств и разместить собственные и заемные средства таким образом, чтобы создать условия для нормального функционирования предприятия, получения максимума прибыли и исключения риска банкротства.

Внешний анализ осуществляется инвесторами, поставщиками материальных и финансовых ресурсов, контролирующими органами на основе публикуемой отчетности. Его цель - установить возможность выгодно вложить средства, чтобы обеспечить максимум прибыли и исключить риск потери.

Основными источниками информации для анализа финансового состояния предприятия служат отчетный бухгалтерский баланс, отчеты о прибылях и убытках, о движении капитала, о движении денежных средств и другие формы отчетности, данные первичного и аналитического бухгалтерского учета, которые расшифровывают и детализируют отдельные статьи баланса.

## Список использованных источников

### Монографии, брошюры

1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чечевицына, К.В. Чечевицын. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. – 368 с.
2. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учебник / [Л. Л. Ермолович и др.]. – Минск: Современная школа, 2010. – 800 с.
3. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М.: Велби, 2008. – 420 с.
4. Анализ и диагностика финансово–хозяйственной деятельности предприятий: учебник / Н. Е. Зимин, В. Н. Солопова. – М.: КолосС, 2007. – 382 с.
5. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / В. И. Бариленко [и др.]. – М.: Омега-Л, 2009. – 413 с.
6. Анализ и диагностика финансово–хозяйственной деятельности предприятий: учебник / [В. И. Видяпин и др.]. – М.: Инфра-М, 2009. – 615 с.
7. Абдукаримов И.Т., Беспалов М.В. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: учебное пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В.Беспалов – М.: Инфра-М, 2012. – 320 с.
8. Абрютина, М. С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: учебник / М. С. Абрютина. – М.: Дело и сервис, 2010. – 462 с.
9. Артеменко В.Г., Остапова В.В. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / В.Г. Артеменко, В.В. Остапова– М.: Омега-Л, 2012. – 436 с.
10. Вартанов А. С. Экономическая диагностика деятельности предприятия: организация и методология: Учеб.пособие / А. С. Вартанов. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 326 с.



11. Вахрушина, М.А. Управленческий анализ: вопросы теории, практика проведения: монография / М.А.Вахрушина, Л.Б.Самарина. - М. : Вузовский учебник, 2012. - 142 с.
12. Глушков, И.Е. Бухгалтерский учет на предприятиях различных форм собственности: в помощь финансовому директору, главному бухгалтеру, бухгалтеру / И.Е.Глушков. - Новосибирск: Экор-книга, 2014. - 943 с.
13. Косолапова, М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб.для студ. вузов, обуч. по направлению подгот. "Экономика" и спец. "Бух.учет, анализ и аудит" / М.В.Косолапов, В.А.Свободин. - М.: Дашков и К, 2011. - 246 с.
14. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб.пособие / [В.И.Бариленко]; под общ. ред. В.И.Бариленко. - М. : ФОРУМ, 2012. - 463 с.
15. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник / [А. И. Алексеева и др.]. – М.: КноРус, 2009. – 687 с.
16. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие/ Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 364 с.
17. Комплексный экономический анализ предприятия / [А. П. Калинина и др.]. – Санкт–Петербург: Лидер, 2010. – 569 с. Лысенко, Д.В.
18. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Д.В.Лысенко. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 318 с. Любушин, Н. П.
19. Экономический анализ: учебник / Н. П. Любушин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 575 с.
20. Маркарьян, Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб.пособие / Э.А. Маркарьян. - М.: КноРус, 2014. - 550 с.

21. Мартынюк, Г.К. Анализ хозяйственной деятельности торговых организаций: учеб.пособие / Г.К.Мартынюк; Хабар. гос. акад. экономики и права. - Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2008. - 88 с. Одинцов, В.А.
22. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб.пособие для нач. проф. образования / В.А.Одинцов. - М.: Академия, 2013. - 252 с. Пласкова, Н. С.
23. Экономический анализ: стратегический и текущий аспекты, российская и зарубежная практика / Н. С. Пласкова. – М.: Эксмо, 2010. – 702 с.
24. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб.для студ., обуч. по спец. "Бух. учет, анализ и аудит" / Г.В.Савицкая. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 534 с.
25. Савицкая, Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности: учеб.пособие / Г.В.Савицкая. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 301 с.
26. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: учебник / Г. В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2011. – 647 с.
27. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г. В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2010. – 534 с.
28. Турманидзе, Т. У. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учебник / Т. У. Турманидзе,– М.: Экономика, 2011. – 478 с.
29. Финансовый анализ. Управление финансами: учебник / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2008. – 638 с.
30. Шеремет, А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / А. Д. Шеремет. – М.: Инфра-М, 2009. – 415 с.
31. Шеремет, А. Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / А. Д. Шеремет. – М.: Инфра-М, 2009. – 365 с.

32. Экономический анализ. Основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации: учебник / [Н. В. Войтоловский и др.]. – М.: Юрайт: ИД Юрайт, 2011. – 507 с.

33. Экономический анализ: учебник / [Ю. Г. Ионова и др.]. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2012. – 426 с.

34. Экономический анализ хозяйственной деятельности / В. И. Герасимова, Г. Л. Харевич. – Минск: Право и экономика, 2012. – 513 с.

### **Справочно-статистические материалы**

35. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) Официальный сайт Федеральная служба государственной статистики

36. [www.mcx.ru](http://www.mcx.ru) Официальный сайт Министерства сельского хозяйства РФ

37. [www.rg.ru](http://www.rg.ru) Российская газета

38. [www.garant.ru](http://www.garant.ru) Правовой портал

## Приложение 1

### Сводная таблица SWOT– анализ современной российской хлебопекарной отрасли

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Значительные масштабы рынков</p> <p>Стратегическая, социальная значимость</p> <p>Не имеющий аналогов в мире, являющийся национальным достоянием России</p> <p>ассортимент хлебопродуктов (около 1000 наименований)</p> <p>Наличие резервных производственных мощностей</p>	<p>Несовершенство организационно экономического механизма</p> <p>Высокая степень износа основных производственных фондов</p> <p>Низкая конкурентоспособность многих хлебопекарных предприятий</p> <p>Низкий уровень инвестиционной и инновационной активности</p> <p>Низкий уровень социальной обеспеченности работников</p> <p>Слабая организация маркетинга</p>
Возможности	Угрозы
<p>Использование преимуществ кластеризации</p> <p>Повышения уровня использования производственных мощностей</p> <p>Профессиональные кадры</p> <p>Эффективное взаимодействие самоуправления пайщиков и профессионального управления менеджеров</p> <p>Расширение внутренних рынков сбыта</p> <p>Рост объемов производства за счет внедрения инновационных технологий, диверсификации производства</p> <p>Развитие малого предпринимательства</p>	<p>Сворачивание производства в связи с износом основных фондов</p> <p>Увеличение дефицита высококвалифицированных кадров</p> <p>Сокращение численности населения в том числе сельского</p>

## Приложение 2

### Показатели качества муки высшего сорта

Показатели	Значение показателя качества проб муки (мука пшеничная высшего сорта)		
	№1	№2	№3
Влажность, %	12,2	13	12
Кислотность, град.	3,2	3	3,5
Количество сырой клейковины, %	28	29	30

## Приложение 3

### Показатели качества заквасок

Вид закваски	Кислотность, град.	Влажность, %
Пшеничная закваска из смеси чистых культур	10,0-12,0	70,0-75,5
Рисовая закваска на смеси чистых культур	11,0-12,0	75,0-78,6