**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ**

**Кафедра менеджмента**

**РЕФЕРАТ**

**На тему:**

**«ОАО “КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА “СЛОДЫЧ”, ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКА И АНАЛИЗ РАБОТЫ»**

**МИНСК, 2009**

**Характеристика предприятия**

Открытое акционерное общество “Кондитерская фабрика “Слодыч” – это современное предприятие, специализирующее на выпуске мучных кондитерских изделий. На сегодняшний день фабрика “Слодыч” является крупнейшим в республике предприятием, выпускающим сдобное, сахарное, затяжное печенье, крекер, вафельный лист.

Предприятие имеет многолетнюю историю. Здесь собран и приумножен опыт многих десятилетий и поколений. После октябрьской революции 1917 года бывшая “Кондитерская мастерская Жоржа” в г. Минске была преобразована в “Первую белорусскую кондитерскую фабрику”. Спустя 7 лет ее бисквитный цех выделился в самостоятельное производство. 30 декабря 1991 года решением Мингорисполкома № 125 от 02.02.2001 г. в процессе разгосударствления и приватизации государственной собственности, предприятие было преобразовано в ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч”.

Предприятие размещено на 20000 м2. Проектная мощность более 12000 тонн печенья в год.

ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” производит и реализует более 100 видов печенья (затяжного, сахарного и сдобного), а также более 10 видов крекеров. Отличительной особенностью продукции является высокое качество, отсутствие консервантов и использование только натурального экологически чистого сырья.

Предприятие постоянно совершенствует и расширяет ассортимент выпускаемой продукции, что наряду с высоким качеством продукции сделало торговую марку “Слодыч” любимой и узнаваемой не только в Беларуси, но и за ее пределами.

Главной целью предприятия является удовлетворение спроса потребителей и повышение конкурентоспособности продукции. Качество — важнейшее, неизменное средство достижения поставленной цели. Это подтверждается почетными дипломами и медалями, которыми награждено предприятие на выставках.

Предприятие имеет самостоятельный баланс, счета в т. ч. валютный и расчетный счета в банковских учреждениях, товарный знак, гербовую и другие печати и штампы со своим наименованием. Осуществляет свою деятельность на основе полного хозяйственного расчета, самофинансирования и самоокупаемости.

Количество акционеров - 4223, в том числе 2 юридических и 4221 физических лица. По состоянию на 01.01.2006 г. размещено акций:

- Министерство экономики РБ - 69,35%;

- Фонд государственного имущества - 1,1%;

- физические лица - 29,55%.

Основным видом деятельности предприятия в соответствии с Уставом является:

- производство мучных кондитерских изделий;

- розничная торговля;

- оптовая торговля и мелкооптовая торговля;

- производство полиграфической продукции;

- транспорт;

- общественное питание;

- медицинские услуги.

Удельный вес производства мучных кондитерских изделий в общем объеме деятельности ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” составляет 99,3%.

ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” обладает лицензиями на осуществление следующих видов деятельности:

- лицензия на полиграфическую деятельность;

- лицензия на розничную торговлю и торгово-промышленную деятельность;

- лицензию на право осуществления охраны принадлежащему данному субъекту хозяйствования объектов.

На фабрике установлено шесть комплексных механических линий.

Производственная структура предприятия включает основной производственный бисквитный цех, а также вспомогательные участки, полиграфический и транспортный. Кроме того, имеется непромышленное хозяйство: фирменный магазин, столовая, жилищно-эксплутационное хозяйство.

Списочная численность работающих по состоянию на 01.02.07 г. составила 564 человека, из них:

Инженерно технический персонал ИТР – 105 чел;

Непромышленный персонал - 13 чел;

Производственно промышленный персонал ППП - 446 чел.

Стратегия развития ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” направлена на:

* наращивание объемов производства и реализации продукции;
* расширение ассортимента выпускаемой продукции;
* повышение узнаваемости продукции и улучшение ее потребительских свойств;
* расширение материально-технической базы предприятия и внедрение современных технологий производства;
* снижение энергоемкости и материалоемкости производства;
* увеличение производственного потенциала предприятия;
* повышение рентабельности производства и продаж;
* увеличение конкурентоспособности продукции как на внутреннем рынке, так и на рынках России и других стран СНГ.

**Организационная структура управления**

Высшим органом управления ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” является общее собрание акционеров. В период между собраниями акционеров управление ОАО осуществляется Наблюдательным советом, действующим на основании Устава. Руководство текущей деятельностью общества осуществляет дирекция и директор. Они подотчетны по всем вопросам своей деятельности Наблюдательному совету и собранию акционеров.

Директор возглавляет дирекцию, организует ее работу и председательствует на ее заседаниях. Заместители директора назначаются директором предприятия по согласованию с наблюдательным советом. Руководители подразделений назначаются на должность и освобождаются от должности директором предприятия. Главный бухгалтер предприятия назначается и освобождается от должности директором предприятия по согласованию с наблюдательным советом предприятия в порядке, установленном Законом Республики Беларусь.

Дирекция предприятия в составе директора, главного инженера, заместителя директора по экономике и финансам, заместителя директора по логистике, заместителя директора по идеологической работе, заместителя директора по производству, заместителя директора по продажам, главного бухгалтера, начальника отдела правовой и кадровой работы осуществляет функции организации и управления работой подразделений предприятия по всем направлениям производственно-хозяйственной деятельности.

Исполнительным органом предприятия является дирекция во главе с директором, который решает самостоятельно все вопросы деятельности, за исключением отнесенных Уставом общества и законодательством к компетенции наблюдательного совета и собрания акционеров.

Анализируя организационную структуру управления ОАО, видим, что напрямую директору подчиняются 6 функциональных руководителей: заместитель директора по экономике и финансам; заместитель директора по производству; главный инженер; заместитель директора по идеологической работе; заместитель директора по логистике; заместитель директора по продажам. Количество и перечень функциональных руководителей определяется штатным расписанием на предприятии. В свою очередь у каждого функционального руководителя в подчинении находятся определенные подразделения (звенья).

Заместитель директора по экономике и финансам,в его подчинении: бухгалтерия во главе с главным бухгалтером, планово-экономическое бюро, отдел организации труда и заработной платы, сектор АСУП;

Заместитель директора по производству, в его подчинении: главный технолог, бисквитный цех, отдел маркетинга и стратегического развития, полиграфический участок;

Главный инженер*,* в его подчинении: главный энергетик, главный механик, лаборатория КИПиА, ремонтно-строительный участок, ведущий инженер по системе менеджмента и качества, ведущий инженер по охране труда. Главный энергетик в свою очередь возглавляет отдел главного энергетика и курирует вопросы электротехнического участка, участка эксплуатации энергетического и сантехнического оборудования. Главный механик возглавляет отдел главногомеханика и курирует следующие службы: ремонтно-механический участок, участок эксплуатации технологического оборудования.

Заместитель директора по идеологической работе, в его подчинении отдел правовой и кадровой работы, здравпункт, столовая, делопроизводитель;

Заместитель директора по логистике*,* в его подчинении отдел материально-технического снабжения, центральный склад готовой продукции, транспортный участок, участок административно-хозяйственного обслуживания;

Заместитель директора по продажам*,* в его подчинении отдел продаж по Республике, ОПП по г. Минску, ОПП по г. Гродно и Гродненской области, ОПП по г. Бресту и Брестской области, ОПП по г. Могилеву и Могилевской области, менеджер по фирменной торговле. Менеджер по фирменной торговле в свою очередь возглавляет и курирует всю фирменную торговлю ОАО.

Прямое подчинение директору: секретарь приемной руководителя, центральная лаборатория, участок охраны, служба безопасности.

Данная организационная структура управления на предприятии имеет свои преимущества и недостатки. Одно из преимуществ состоит в том, что при решении важных вопросов и задач происходит более глубокая подготовка решений, связанных со специализацией работников. Недостаток состоит в том, что отсутствуют взаимосвязи на горизонтальном уровне между производственными отделениями.

Анализируя организационную структуру управления ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч”, можно сказать о том, что организация при данной структуре управления работает эффективно, стабильно. Существующая организационная структура управления на предприятии относится к линейно-функциональному типу. На предприятии постоянно совершенствуется организационная структура управления.

Материально-техническую базу и средства предприятия (т.е. его имущество) составляют основные и оборотные средства, а также иные материальные ценности и финансовые ресурсы, приобретенное имущество за счет средств предприятия. Источниками формирования имущества акционерного общества являются:

- доходы, полученные от реализации продукции, работ, услуг, а также от других видов хозяйственной деятельности;

- доходы от ценных бумаг;

- кредиты банков и других кредиторов;

- денежные взносы членов арендного предприятия;

- иные источники, не запрещенные законодательством РБ.

Имущество предприятия находится в собственности акционерного общества, в котором доля государства составляет не менее 70%, оставшиеся 30% принадлежат членам акционерного общества, включая непосредственно работников ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч”.

ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” самостоятельно определяет направление своей хозяйственной деятельности и распоряжается произведенной продукцией (работами, услугами) и полученным доходом в соответствии с действующим законодательством и договором аренды. Обеспечивает производство, хранение и реализацию в торговую сеть города кондитерских изделий.

В настоящее время ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” заключил свыше 200 договоров на поставку продукции в областные и районные центры, а также свыше 1200 договоров с потребителями - торговыми точками города и области.

ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” осуществляет производство, хранение следующих кондитерских изделий: основным видом является печенье (сахарное, сдобное, затяжное), а также крекер и вафельный лист, которые затем реализуются по оптовым или договорным ценам в порядке, предусмотренном договорными обязательствами предприятия.

Акционерное предприятие приобретает сырье, материалы и другие материально-технические ресурсы по действующим оптовым или договорным ценам в порядке и на условиях, установленных для субъектов хозяйствования на территории РБ согласно их статусу. Из-за отсутствия строгих норм по отпуску собственной продукции торговым организациям ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” ведет взвешенную политику продвижения собственной продукции на рынке Республики Беларусь и на территории соседних Республик. Для осуществления своих целей предприятие:

- приобретает материальные ресурсы по фондам и лимитам, выделенным в установленном порядке, и на основе тендерного конкурса среди поставщиков;

- приобретает здания;

- арендует сооружения, оборудование, материалы, сырье, инструменты и другое имущество у предприятий, организаций и населения;

- привлекает в случае необходимости на добровольной основе денежные взносы арендаторов, а также средства других предприятий путем выпуска и распространения ценных бумаг;

- продает, обменивает, сдает в субаренду, предоставляет в бесплатное временное пользование или взаймы другим предприятиям, организациям и гражданам здания, сооружения, оборудование, технику, инвентарь, материалы и другие материальные ценности;

- списывает с баланса основные фонды, если они изношены или морально устарели;

- предоставляет другим предприятиям кредит на условиях, определяемых соглашением сторон, в виде отсрочки по расчетам за продукцию ОАО “Слодыч”.

ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” осуществляет учет результатов своей деятельности, ведет бухгалтерскую и статистическую отчетность, в порядке, установленном государством, несет ответственность за ее достоверность.

Основной целью ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” является хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов как членов трудового коллектива, так и общества в целом.

Главными задачами предприятия являются:

- стремление к максимальному удовлетворению населения Республики в продукции фабрики;

- обеспечение высоких потребительских свойств производимой продукции;

- снижение затрат на производство;

- прибыльность предприятия на основе высокоэффективной производственной деятельности;

- обеспечение роста благосостояния членов трудового коллектива.

Четкая и взвешенная политика ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” и привела в результате к значительному улучшению финансового положения предприятия, и, как следствие, укреплению на рынке РБ и за ее пределами продукции собственного производства, благополучию работников и акционеров.

**Описание продукции**

ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” – крупнейшее в Республике Беларусь предприятие по выпуску мучных кондитерских изделий. Ассортиментный перечень производимой продукции очень широкий:

* сдобные сорта печенья – 25 наименований;
* сахарные сорта печенья – 56 наименований;
* затяжные сорта печенья – 12 наименований;
* крекеры – 12 наименований;
* вафельный лист – 1 наименование;
* кексы –4 наименования.

Печенье выпускается как весовым, так и фасованным. Сдобные сорта печенья фасуются в художественно оформленные коробки и гофролотки. Удельный вес весового печенья в общем объеме производства составляет 55,1%, фасованного 44,9%, в т.ч. в коробках – 1,3%.

Проектная мощность предприятия без учета 5-й линии, остановленной на реконструкцию, – 12 430 т.

Продукция фабрики пользуется повышенным покупательским спросом у потребителей из-за высокого стабильного качества и доступной цены. Отличительными особенностями печенья торговой марки “Слодыч” являются богатство рецептуры, сдобность, рассыпчатость, хрустящая структура, разнообразные натуральные добавки, содержащие витамины и минералы, отсутствие консервантов. При производстве печенья используются только натуральные ингредиенты, все этапы производственного процесса, поступающее сырье и готовая продукция проходят тщательный лабораторный контроль.

Современное оборудование ведущих европейских фирм, грамотное использование передовых технологий и опыт коллектива высококвалифицированных специалистов позволяют постоянно расширять ассортимент, радуя своих покупателей новинками.

**Качество продукции**

Качество кондитерских изделий обеспечивается строгим входным контролем сырья, неукоснительным соблюдением технологии, лабораторным контролем в процессе производства и выходным контролем готовой продукции.

Производственную и иные виды деятельности Общество осуществляет на основании Устава общества и выданных государственными органами лицензий. Вся производимая продукция имеет сертификат соответствия Республики Беларусь и Российской Федерации. Номер сертификата соответствия Республики Беларусь на печенье ВУ/112 № 03.1.1. ЛЭ 4613, на крекер ВУ/112 № 03.1.1. ЛЭ 6814, российский сертификат – РОСС ВУ РБ 01.В 07158. Доля сертифицированной продукции в общем объеме производства составляет 100%.

В декабре 2001 г. на предприятии была внедрена система качества проектирования и производства мучных кондитерских изделий в соответствии с требованиями СТБ ИСО 9001-96.

Сертификат соответствия № BY/112 05.0.0.0123 выдан Госстандартом Республики Беларусь. В связи с окончанием срока действия данного сертификата 15 июня 2006 г. и введением в действие с 01.11.2001 г. СТБ ИСО 9001-2001, на предприятии в 2005 г. проведена работа по переходу к системе менеджмента качества.

22 апреля 2006 г. общество подтвердило сертификат соответствия на систему менеджмента качества по версии международных стандартов ИСО серии 9000. Сертификация по ИСО 9000 – свидетельство зрелости предприятия как партнера на рынке.

Внедрение стандартов серии ИСО приводит к:

- повышению качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции;

- расширению рынка сбыта;

- повышению деловой активности работников;

- поддержанию марки и престижа предприятия.

Аттестован пункт радиологического контроля производственной лаборатории на техническую компетентность проведения радиологического контроля.

## Анализ рынка

Белорусская кондитерская промышленность представлена семью предприятиями, входящими в концерн “Белгоспищепром”, а также предприятиями и цехами коммунальной собственности и частными и иностранными собственниками.

Основные производители кондитерской продукции в РБ и ассортимент их продукции представлены в табл. 1.

Таблица 1

Основные производители кондитерской продукции в РБ и ассортиментих продукции

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование предприятия | Месторас-положение | Выпускаемая продукция | |
| 1 | 2 | 3 | |
| СП ОАО “Спартак” | г. Гомель | Шоколад, конфеты, карамель, сахарное и затяжное печенье, вафли | |
| ОАО “Коммунарка” | г. Минск | Шоколад, шоколадные конфеты, карамель, ирис, пирожные, вафли | |
| ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” | г. Минск | Сахарное, сдобное, затяжное, диабетическое печенье, крекер, вафельный лист, кексы | |
| ОАО “Красный мозырянин” | г. Наровля | Глазированные и неглазированные конфеты, зефир, драже, мармелад | |
| ОАО “Красный пищевик” | г. Бобруйск | Драже, зефир, ирис, халва, мармелад | |
| ОАО “Конфа” | г. Молодечно | Пряники, сдобное и овсяное печенье, драже | |
| СП ОАО “Ивкон” | г. Ивенец | Карамель, ирис, молочные и помадные конфеты | |
| УПП “Витьба” | г. Витебск | Сухие завтраки, печенье, вафельная продукция | |
| ИП “Сладушка” | г. Столбцы | Шоколад, кондитерская плитка в ассортименте | |
| СП “Михаэлла” | г. Минск | Экзотические фрукты в шоколаде, зефир | |
| ООО “Белорусская кофейная компания” | г. Брест | | Шоколад, торты, конфеты |
| ИП “Викос – продукты питания” | г. Витебск | | Пасты шоколадно-ореховые, глазури для кондитерских изделий, наполнители |
| ООО “Нарта” | г. Минск | | Сдобное печенье |
| ИП “Алвеста-М” | г. Минск | | Сдобное печенье |
| ИП “Вителла” | г. Витебск | | Шоколадная глазурь |

В последние годы для белорусского кондитерского рынка характерно нарастание конкуренции, в первую очередь, со стороны ее ближайшего соседа и союзника – России. Особенностью конкурентной политики в кондитерской отрасли России является определяющая роль крупных бизнес-структур в процессе концентрации производства. Политика крупных “игроков” на рынке строится на поглощении столичных и региональных кондитерских фабрик и их коренной модернизации после включения в свой состав.

Кондитерский рынок делится на две части:

* сахаристую (шоколад, конфеты, карамель, зефир, мармелад, пастила);
* мучную (печенье, вафли, вафельные торты (обычные торты, пряники и всякие восточные сладости относят к хлебобулочным изделиям).

Доля сахаристых кондитерских изделий в последние годы составляет около 58-60%, а мучных, соответственно, – 40%.

Основными производителями мучных кондитерских изделий в Беларуси являются “Слодыч” (г. Минск), ОАО “Спартак” (г. Гомель), ОАО “Конфа” (г. Молодечно), ИП “Алвеста-М” (г. Минск), ООО “Нарта” (г. Минск). Ими выпускаются практически все виды печенья, пряник, вафли. Сахарное печенье и вафли производит УПП “Витьба” (г. Витебск) (основная продукция – сухие завтраки).

На выпуске массовой продукции (овсяное печенье, пряник, соломка, сушки) специализируются хлебозаводы и кондитерские цеха, расположенные на территории республики.

Падение производства печенья обусловлено также снижением спроса и изменением структуры потребления: появилось множество сладостей помимо печенья (глазированные сложные вафли с добавками орехов, рисовых шариков и кокосовой стружки, пряники с начинкой, глазированные сушки, в т.ч. с добавками кунжута, мака и т.п., разнообразные восточные сладости: рахат-лукум в кокосовой стружке, халва с добавками, в шоколаде, пастила ароматизированная, сложные виды зефира, глазированные сырки с печеньем и др.).

В последние годы на рынке мучных кондитерских изделий Республики Беларусь усиливаются позиции иностранных производителей. Все более популярными становятся вафли, восточные сладости и прочие мучные изделия. Данные об объемах импорта мучных кондитерских изделий и его доле в объеме потребления на внутреннем рынке за период с 2005 г. по 2008 г. приведены в табл. 2.

Таблица 2

Импорт мучных кондитерских изделий в РБ

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Ед. изм. | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Общий объем импорта | тыс. т | 5,6 | 13,6 | 18,5 | 21,6 |
| Рост импорта (к предыдущему году) | % | - | 242,9 | 136,0 | 116,8 |
| Рост импорта (к 2005 г.) | % | 100 | 242,9 | 330,4 | 385,7 |

За период с 2005 г. по 2008 г. импорт мучных кондитерских изделий возрос в 3,8 раза.

Среди стран-импортеров безусловным лидером является Россия (93%). По данным Министерства анализа и статистики РБ, всего в 2008 г. из этой страны было ввезено порядка 20 тыс. т различных видов мучных кондитерских изделий.

ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” является одним из крупнейших производителей печенья в республике. По разным оценкам ее рыночная доля составляет в настоящий момент около 25%.

Как видно из табл. 3, основные товарные позиции ассортиментной линейки ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч”, на которые приходится основой объем выручки (около 90%), - сахарное и затяжное печенье - постепенно теряют свои позиции на рынке. Об этом свидетельствует снижение их реализации на 6 и 20% соответственно.

Таблица 3

Анализ реализации продукции ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч”по ассортиментным группам

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Виды продукции | Объем реализации, т | | Динамика, т | Прирост, % | Уд. вес, % | |
| 2007 | 2008 | 2007 | 2008 |
| сахарное | 8 511,4 | 8 008,2 | -503,2 | -5,9 | 78,7 | 79,0 |
| затяжное | 1 947,8 | 1 560,7 | -387,1 | -19,9 | 18,0 | 15,4 |
| крекер | 92,2 | 277,7 | 185,5 | 201,2 | 0,9 | 2,7 |
| сдобное | 231,4 | 266,5 | 35,1 | 15,2 | 2,1 | 2,6 |
| вафельный лист | 28,7 | 29,2 | 0,5 | 1,7 | 0,3 | 0,4 |
| Итого | 10 811,5 | 10 142,3 | -669,2 | -6,19 | 100,0 | 100,0 |

Перспективными и востребованными видами продукции являются сдобное печенье и крекер. Удельный вес этих видов печенья в общем объеме реализации составляет в совокупности около 5%, однако прирост реализации за 2008 г. составил по каждому из видов 15,2% и 201,2% соответственно.

**Потребительский спрос**

Емкость рынка мучных кондитерских изделий РБ оценивается в 150-170 млн. у.е. Среднее же потребление составляет 6 кг в год на одного потребителя.

При потребности рынка мучных кондитерских изделий в 60 тыс. т объем выпуска отечественных производителей с учетом экспортных поставок покрывают около 70% (40-45 тыс. т). Свободная ниша - 20 тыс. т заполняется кондитерской продукцией в основном российского производства.

Уровень потребления всех видов кондитерских изделий в расчете на душу населения в Беларуси составляет около 11 кг. По прогнозу Министерства торговли Республики Беларусь и научно-исследовательского ГП “Потребрынок и маркетинг”, спрос на кондитерские изделия будет продолжать расти. Это подтверждается динамикой роста платежеспособного спроса населения.

Наиболее популярным является сахарное/песочное печенье. Любимыми мучными кондитерскими изделиями белорусов можно считать продукцию, содержащую изюм, кокос, мед, мак, миндаль и арахис.

**Конкуренция**

Бесспорными лидерами в отрасли по ассортименту и объемам производства печенья являются ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” и СП ОАО “Спартак”.

СП ОАО “Спартак” является крупнейшим предприятием РБ по выпуску кондитерской продукции. Предприятие выпускает более 300 наименований продукции. Основная доля производимых кондитерских изделий приходится на карамель, шоколадные изделия, конфеты. Удельный вес печенья в общем объеме выпуска составляет не более 20-25%, а в выручке – 13-15%. Предприятие стремится удерживать лидирующие позиции на рынке сахаристых изделий, а печенью отводится вспомогательная роль. Между двумя лидерами на рынке печенья сохраняются преимущественно партнерские отношения.

Поэтому пока говорить о серьезной конкуренции на белорусском рынке печенья между отечественными производителями не приходится. Отдельные сегменты рынка еще не насыщены продукцией. Кондитерские предприятия имеют выраженную специализацию, существует распределение ассортимента, что позволяет каждому предприятию занимать свою нишу на внутреннем рынке республики.

На рынке республики имеется множество мелких цехов, производящих печенье, которое также составляет фабрике конкуренцию. Однако их конкурентная политика – ориентация в основном на узкий сегмент рынка со специфическими потребностями, копирование у ведущих производителей способов позиционирования товаров, торговых марок, упаковки и т.д. В области ассортиментной политики наблюдается взаимозаменяемость внутри ассортиментных групп, что распыляет средства, затрудняет продвижение продукции на рынок. Поэтому для крупного производителя они не представляют серьезной конкуренции.

Конкурентная среда на белорусском рынке печенья представлена на рис. 1.

|  |
| --- |
|  |

Рис. 1. Конкурентная среда на рынке печенья в РБ

Как видно из рис. 1, более серьезную угрозу на сегодняшний день представляет конкуренция со стороны иностранных производителей. Импортная продукция представлена продукцией, в основном, российских производителей: московской фабрики “Большевик”, петербургской “Любимый Край”, предприятий “ПК Бежицкий” и “Брянконфи” из Брянска, подмосковных “Русь-Хлеб”, г. Ярославль, “Покров” и “Дан Кейк”, ОАО “Крекер”, г. Воронеж, ОАО “Любятово”, г. Псков. Создание крупных кондитерских корпораций в России создало реальную возможность массированного проникновения российской продукции на белорусский рынок.

Кроме продукции из России, в значительно меньших объемах, представлена продукция западноевропейского (“HGF”, “Bisca”, “Tago”), молдавского (“Nefis”, “Франзелуцца”), казахского (“Хамле”) и украинского (“Харьковская кондитерская фабрика”) производства.

Таким образом, пока ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” имеет сильные конкурентные позиции, однако его положение нельзя считать достаточно устойчивым, прежде всего по причине активного наступления конкурентов. Поэтому перед предприятием стоит задача конкурентного противостояния усиливающемуся давлению со стороны российских и украинских кондитеров. Необходимость этого выражается и в отношении потребителей к отечественной и импортной кондитерской продукции. Белорусские потребители значительно лучше относятся к отечественной продукции (более натуральная, качественная, вкусная, полезная и менее дорогая) нежели к зарубежной, несмотря на то, что она всегда уступала последней по внешнему виду и качеству упаковки. При этом конкурентоспособность предприятия определяется не только возможностями совершенствовать упаковку, но и умением создать новую рыночную нишу.

**Позиционирование продукции**

“Слодыч” в настоящее время является одним из самых известных в РБ брэндов в группе “Кондитерские изделия. Печенье”. У белорусских потребителей сформировано положительное восприятие кондитерской продукции отечественного производства. По их мнению, импортная продукция гораздо более низкого качества. Отечественная продукция более натуральная, вкусная и менее дорогая, а белорусские кондитерские предприятия обладают определенным имиджем на территории СНГ.

Именно с помощью данных устойчивых представлений и будет позиционироваться продукция в новой упаковке. При этом служба маркетинга будет постоянно изучать свойства и образ продукции конкурентов и оценивать положение своего товара на рынке.

К основным факторам успеха кондитерских изделий потребители относят: качество, уникальность, внешний вид продукции и умение ее продать.

Продукция фабрики пользуется повышенным покупательским спросом у потребителей из-за высокого стабильного качества (в соответствии с требованиями международного стандарта ИСО-9001 — 2001) и доступной цены.

В качестве источников информации о конкурентной ситуации на рынке используются не только результаты исследований собственных отделов маркетинговых исследований, но и отзывы торговли, дистрибьюторов, данные маркетинговых агентств.

Таким образом, грамотная маркетинговая политика, которая включает в себя в том числе активно проводящуюся рекламную компанию и постоянно увеличивающийся ассортимент предлагаемой продукции, позволит фабрике “Слодыч” прочно занять лидерские позиции.

**Анализ себестоимости продукции**

Совокупность всех расходов ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” составляет себестоимость продукции.

Себестоимость является одной из составных частей хозяйственной деятельности предприятия и, соответственно, одним из важнейших элементов этого объекта управления. Анализ, выполняя одну из управленческих функций, входит в управляющую подсистему, и недостаточное его функционирование в этом звене приводит к снижению эффективности системы управления себестоимостью в целом.

В себестоимости находят выражение все затраты предприятия, связанные с производством и реализацией продукции. Ее показатели отражают степень использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, качество работы отдельных работников и руководства в целом.

Основными задачами анализа себестоимости продукции являются:

1. Выявление резервов снижения затрат на производство и реализацию продукции.
2. Объективная оценка выполнения плана по себестоимости и ее изменения относительно прошлых отчетных периодов, а также соблюдения действующего законодательства, договорной и финансовой дисциплины.
3. Обеспечение центров ответственности по затратам необходимой аналитической информацией для оперативного управления формированием себестоимости продукции.
4. Содействия выработке оптимальной величины плановых затрат, плановых и нормативных калькуляций на отдельные виды продукции.

Характер этих задач свидетельствует о большой практической значимости анализа себестоимости продукции в хозяйственной деятельности предприятия.

Основные источники информации: отчетные данные; данные бухгалтерского учета: синтетические и аналитические счета, отражающие затраты материальных, трудовых и денежных средств, соответствующие ведомости, журналы ордера и в необходимых случаях первичные документы; плановые (сметные, нормативные данные о затратах на производство и реализацию продукции и отдельных изделий (работ, услуг).

Поскольку производство кондитерских изделий является материало- и энергоемким, необходим тщательный контроль за отпуском и потреблением материальных ресурсов и энергии для нужд производства и его обслуживания. В этих целях на предприятии проводится анализ энергопотребления, разрабатываются различные мероприятия по энергосбережению, изучается динамика энергопотребления на единицу продукции в натуральном и денежном выражении, также рассчитывается индекс материалоемкости продукции, вырабатываются мероприятия по рациональному использованию материальных ресурсов. Для внутреннего текущего контроля за рациональным использованием основного сырья, материалов вспомогательного назначения, топлива и энергии в диспетчерских службах цехов и подразделений фабрики составляются следующие документы: отчет о расходе электроэнергии и аналогичный типовой документ о расходе энергии. На основании данных отчетов производят подсчет общего количества потребляемой энергии по фабрике в целом и по видам энергии на каждое подразделение, в том числе и непроизводственных служб.

Высокая материалоемкость продукции, находящая свое отражение в структуре себестоимости, требует от коллектива предприятия бережного отношения к сырьевым и материальным ресурсам, не допуская их перерасхода.

Анализ себестоимости проводится одновременно с комплексным технико-экономическим анализом работы предприятия, включающим оценку уровня техники и применяемых технологий, организации производства и использования производственных мощностей, материальных ресурсов, структуры и качества продукции, изучением конъюнктуры рынка. При этом выявляются возможности предприятия по развитию производства, внутрипроизводственные резервы и разрабатываются организационно-технические мероприятия по повышению экономической эффективности производства.

Учет затрат на производство осуществляется в соответствии с Законом Республики Беларусь “О бухгалтерском учете и отчетности”, “Основным положением по составу затрат”, включаемых в себестоимость продукций (работ, услуг), а также с учетом действующих других законодательных и нормативных актов, касающихся нормирования и учета затрат.

Проводится оперативный анализ и контроль за использованием материальных, трудовых и денежных ресурсов в процессе изготовления продукции, соблюдением смет расходов по обслуживанию производства и управлению, что позволяет выявить неиспользованные резервы, механизм снижения непроизводительных расходов и потерь от брака и, в конечном итоге, обеспечивает методичную согласованность планирования и учета.

Наибольший удельный вес во всех расходах предприятий занимают затраты на производство продукции. Совокупность производственных затрат показывает, во что обходится предприятию изготовление выпускаемой продукции, т.е. составляет производственную себестоимость продукции. Производственная себестоимость и коммерческие расходы составляют полную себестоимость продукции. Ее реальное определение на предприятии необходимо для:

* маркетинговых исследований и принятия на их основе решений о начале производства нового изделия с наименьшими затратами;
* определение степени влияния отдельных статей затрат на себестоимость продукции (работ, услуг);
* ценообразования;
* правильного определения финансовых результатов работы, а соответственно и налогообложения прибыли.

Себестоимость продукции (работ, услуг) - это стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Анализируя структуру затрат по элементам затрат следует отметить, что основная доля затрат ложится на сырье и материалы (2006 г.-62,0%; 2007 г.-60,7%; 2008 г.-65,0%), порядка 60%. Также велика доля затрат на оплату по труду, в себестоимости занимает (2006 г.-12,4%; 2007 г.-15,0%; 2008 г.-18,4%), порядка 15%, отчисление на социальное страхование (2006 г.-4,34%; 2007 г.-5,25%; 2008 г.-6,44%), в среднем 5%. Доля расходов на энергоносители (топливо порядка 2%, энергия – 5,5%). Остальные элементы затрат занимают меньший удельный вес в структуре себестоимости.

Из динамики структуры себестоимости видно, что производство продукции завода относится к материалоемким. В 2007 г. 68,2% всех затрат занимают материалы и энергоносители, удельный вес которых незначительно увеличился в 2008 г. по сравнению с 2007 г. на 4,3%. В 2009 г. планируется снижение материальных затрат по сравнению с 2008 г. на 5,6%, это планируется произвести за счет постоянной работы по совершенствованию договорных отношений с поставщиками по вопросам о ценах, способах изготовления и доставки материалов и сырья.

Доля расходов на оплату труда в себестоимости ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” за 2008 г. составила 18,4%. Средняя заработная плата возросла в 1,23 раза по сравнению с 2007 г., удельный вес ее в себестоимости увеличился на 22,7%. В 2007 г. удельный вес ФОТ в себестоимости продукции составил 15%.

Удельные веса таких калькуляционных статей, как отчисления на социальное страхование, амортизация, в структуре себестоимости значительно не изменяются, но наблюдается небольшая динамика.

**Анализ затрат на рубль товарной продукции**

Наиболее обобщающим показателем себестоимости продукции, выражающим ее прямую связь с прибылью, является уровень затрат на рубль товарной продукции (УЗ). Он исчисляется путем деления общей суммы затрат на производство товарной продукции (З) на ее объем (ТП)

УЗ = (1)



На этот синтетический показатель оказывает влияние множество факторов, связанных с формированием как числителя, так и знаменателя.

Непосредственное влияние на изменение уровня затрат на рубль товарной продукции оказывают четыре фактора, которые находятся с ним в функциональной связи:

* изменение структуры выпущенной продукции;
* изменение уровня затрат на производство отдельных изделий;
* изменение цен и тарифов на потребленные материальные ресурсы;
* изменение цен на товарную продукцию.

Первый фактор влияет на общую сумму затрат через изменение средней себестоимости обезличенной единицы продукции в связи с увеличением или уменьшением удельного веса конкретного вида продукции (изделия, работы, услуги), которые имеют свою, отличную от других, индивидуальную себестоимость.

Второй фактор, непосредственно влияющий на изменение затрат на рубль товарной продукции, - изменение уровня затрат на производство отдельных изделий, видов работ или услуг. Он включает все затраты материальных, трудовых и финансовых ресурсов на производство и реализацию единицы продукции и выражается в виде статей расхода.

Остальные два фактора выражают изменение цен и тарифов на потребленные материальные ресурсы и выпущенную продукцию.

Универсальным показателем по оценке себестоимости товарной продукции являются затраты на 1 рубль товарной продукции.

При определении прогноза себестоимости продукции на 2009 год использовался метод, который основывается на расчете влияния на уровень затрат важнейших технико-экономических факторов, в основе которого лежит количественный и качественный анализ зависимости между издержками производства и различными изменениями в структуре продукции, уровне техники, технологии, организации производства и труда.

Затраты на 1 рубль ТП на 2009 год прогнозируются на уровне 0,875 рубля, что ниже, чем в 2008 году (0,9024 руб.), на 3%.

Затраты на 1 рубль ТП за период 2005-2008 годы представлен в табл. 4.

Таблица 4

Анализ динамики затрат на 1 рубль ТП за период 2005-2008 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование  показателя | Года | | | |
| 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Затраты на 1 рубль ТП, коп. | 90,82 | 96,98 | 92,12 | 90,24 |
| Себестоимость ТП, млн. р. | 16 018,4 | 23 560,0 | 24 178,0 | 25 356,0 |

### Анализ прибыли предприятия

Конечный финансовый результат деятельности предприятия выражается в прибыли или убытке.

Прибыль - важнейший показатель, характеризующий финансовый результат деятельности предприятия. Рост прибыли определяет увеличение потенциальных возможностей предприятия, степень его деловой активности. В зависимости от размера прибыли определяется доля доходов учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов. По прибыли рассчитывается рентабельность собственных и заемных средств, основных фондов, всего авансированного капитала и каждой акции. При характеристике рентабельности вложений средств в активы данного предприятия, а также степени умелости его хозяйствования прибыль является лучшим мерилом финансового здоровья предприятия.

Общая балансовая прибыль – это разность между доходами, полученными в результате всей производственно-хозяйственной деятельности эксплутационных и прочих хозяйств, находящихся на балансе предприятия, и общими расходами, связанными с его работой. Сумма расходов предприятия зависит от многочисленных факторов. Все мероприятия, направленные на повышение производительности труда, уменьшение себестоимости продукции, в том числе мероприятия, связанные с внедрением новой техники, новых методов организации труда и производства, обеспечивают, как правило, относительное снижение суммы расходов. Причины отклонений отчетной суммы от плановой выявляют в результате анализа затрат на производство и калькуляции себестоимости.

Различают: общую прибыль (убыток), налогооблагаемую и чистую прибыль предприятия.

Общая прибыль (убыток) определяется суммированием финансового результата от видов деятельности, указанных в уставе организации, операционных и внереализационных доходов за вычетом расходов.

Финансовый результат от видов деятельности рассчитывается как разница между выручкой от реализации и себестоимостью реализации, налогом на добавленную стоимость и прочими налогами и сборами, уплачиваемыми в бюджет из выручки от реализации.

Операционный доход представляет собой финансовый результат от операций, связанных с хозяйственной деятельностью, но не составляющих ее цели. Рассчитывается как разница между операционными доходами и расходами, налогом на добавленную стоимость и прочими налогами и сборами, уплачиваемыми в бюджет из операционных доходов.

Внереализацонные доходы и расходы представляют собой финансовый результат от операций, непосредственно не связанных с производственной деятельностью организации. Рассчитываются как сальдо внереализационных доходов и расходов за минусом налога на добавленную стоимость, прочих налогов и сборов из внереализационных доходов.

Налогооблагаемая прибыль определяется специальным расчетом. Она равна доходам от реализации, увеличенным на сальдо внереализационных доходов и расходов и уменьшенных на сумму:

- затрат по производству и реализации, учитываемых при налогообложении;

- налогов, уплачиваемых в бюджет из прибыли в первоочередном порядке (налог на недвижимость);

- льготируемой прибыли.

Чистая прибыль предприятия - это прибыль, которая остается в его распоряжении после уплаты государственных и местных налогов, уплачиваемых в бюджет из прибыли.

Основным показателем, характеризующим в денежной форме конечные результаты производственно-хозяйственной деятельности ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч”, является прибыль.

Основные задачи анализа:

- изучение динамики показателей финансовых результатов;

- выявление резервов увеличения прибыли и показателей рентабельности;

- разработка мероприятий по использованию выявленных резервов.

Динамика прибыли и убытков ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” за период 2007 г. по 2008 г. представлена в табл. 5.

Таблица 5

Динамика прибыли и убытков за период 2007 г. по 2008 г., млн. р.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Код строки | 2007 г. | 2008 г. |
| Выручка от реализации продукции (товаров, работ, услуг) | 010 | 29993 | 30 927 |
| Себестоимость реализации продукции (товаров, работ, услуг ) | 020 | 24178 | 25 441 |
| Коммерческие расходы | 030 | 4047 | 3052,3 |
| Прибыль (убыток) от реализации (строки 010 – 020 - 030) | 040 | 1768 | 2433,7 |
| Прочие операционные доходы и расходы | 050 |  | 0,1 |
| Внереализационные доходы и расходы | 060 | 22 | 200,5 |
| Прибыль (убыток) отчетного периода (строки 040 + 050 + 060) | 070 | 1746 | 2233,3 |
| Налог из прибыли и иные обязательные платежи | 080 | 655 | 736,2 |
| Нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода (строки 070 - 080) | 100 | 1091 | 1497,1 |

Из таблицы можно сделать вывод, что финансовое положение на ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” стабильное. За 2007 год от производственно- хозяйственной деятельности предприятие получило прибыль в сумме 1091 млн. р., а за 2008 год этот показатель увеличился на 37,2% (прибыль составила 1497,1 млн. р.).

Проанализировав, можно сказать, что выручка в 2008 г. увеличилась на 934 млн. р. или на 3,1%, а себестоимость реализованной продукции увеличилась на 1263 млн. р. или на 5,2%, снизились коммерческие расходы на 994,7 млн. р. или на 24,6%. Это привело к получению прибыли от реализации на сумму 2433,7 млн. р., что на 665,7 млн. р. больше чем за соответствующий период 2007 г. По операционным операциям предприятие получило в 2008 г. прибыль в размере 0,1 млн. р. По внереализационным операциям предприятие получило в 2007 году убыток в размере 22 млн. р., а в 2008 г. убыток на сумму 200,5 млн. р. Итак ОАО за 2007-2008 гг. получило 1746 и 2233,3 млн. р. балансовой прибыли соответственно. Нераспределенная прибыль составила 1091 млн. р. в 2007 году и 1 497,1 млн. р. в 2008 г. Указанная сумма прибыли за 2008 г. распределена в следующем порядке:

1. На выплату дивидендов на акции общества 78,3 млн. р. (в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 28.12.2007г. № 637), что составило на 1 акцию 44,27 рубля. В указанной сумме доля Республики Беларусь – 54,9 млн. р. или 70,19%.
2. На содержание концерна – 46,8 млн. р.
3. Оставшаяся часть нераспределенной прибыли в сумме 1372,3 млн. р. направлена:

- на формирование фонда пополнения оборотных средств 548,9млн. р. или 40%;

- на формирование фонда развития производства – 274,5 млн. р., что составляет 20%;

- в фонд потребления и на другие цели – 548,9 млн. р., или 40%.

Резервы увеличения суммы прибыли определяются по каждому виду товарной продукции. Основными их источниками являются увеличение объема реализации продукции, снижение ее себестоимости, повышение качества товарной продукции, реализация на более выгодных рынках сбыта и т.д. Структурно эти источники можно представить в виде схемы (рис. 2).



Рис.2.Схема резервов увеличения суммы прибыли

### Анализ рентабельности предприятия

Рентабельность – один из важнейших показателей эффективности работы предприятия, получаемый в результате сопоставления полученных результатов с затратами финансовых и материально-технических ресурсов.

Рентабельность обозначает безубыточную, прибыльную работу предприятия, т.е. предприятие, работающее рентабельно, обеспечивает за счет получаемой прибыли: возмещение затрат на производство продукции и другую деятельность; выполнение своих обязательств перед бюджетом и банками; расширение и техническое перевооружение своего производства; социальное развитие.

Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной), окупаемость затрат и т.д. Они более полно, чем прибыль характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами. Их применяют для оценки деятельности предприятия, его структурных подразделений, как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании, выборе вариантов при формировании ассортимента и структуры продукции.

Существует много факторов, определяющих величину прибыли и уровень рентабельности. Эти факторы можно подразделить на внутренние и внешние. Внешние - это факторы, не зависящие от усилий данного коллектива, например изменение цен на материалы, продукцию, тарифов перевозки, норм амортизации и т.д. Такие мероприятия проводятся в общем масштабе и сильно воздействуют на обобщающие показатели производственно - хозяйственной деятельности предприятий. Структурные сдвиги в ассортименте продукции существенно влияют на величину реализованной продукции, себестоимость и рентабельность производства.

По результатам работы нашего предприятия за 2006–2008 гг. значения показателя рентабельности приведены в табл. 6.

Таблица 6

Показатели эффективности деятельности

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименования показателей | 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. |
| 1. Рентабельность собственного капитала |  |  |  |
| Рентабельность собственного капитала по балансовой прибыли | 7,7% | 11,6% | 10,3% |
| Рентабельность собственного капитала по чистой прибыли | 4,4% | 7,6% | 6,4% |
| 2. Рентабельность всего капитала |  |  |  |
| Рентабельность капитала | 5,9% | 8,6% | 7,3% |
| Рентабельность активов по чистой прибыли | 3,4% | 5,6% | 4,5% |
| 3. Рентабельность оборота |  |  |  |
| Рентабельность оборота по результатам реализации(П от реализации/выручка) | 6,9% | 8,4% | 5,9% |
| Рентабельность продаж (по БП) | 6,0% | 8,0% | 6,1% |
| Рентабельность продаж (по ЧП) | 3,4% | 5,2% | 3,7% |
| Рентабельность производства  (Прибыль от реализации/Себестоимость продаж) | 7,4% | 9,1% | 6,2% |

Основным вопросом, решение которого позволит повысить эффективность функционирования предприятия, увеличить объемы производства, является увеличение объемов реализации готовой продукции как на внутренний рынок, так и на экспорт.

Объем производства продукции в натуральном выражении и объем отгрузки за 2006-2008 гг. приведены в табл. 7.

Таблица 7

Объем произведенной и отгруженной продукции

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателей | Ед. изм. | 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. |
| Объем производства | т | 10410,5 | 9570,6 | 9293,8 |
| Объем отгрузки | т | 10142,3 | 9711,2 | 9135,0 |

Наблюдается тенденция к снижению объемов производства в 2008 г. в сравнении с 2006 г. на 1 116,7 тонн. Данная ситуация характерна не только для нашего предприятия, производство мучных кондитерских изделий республики в последние годы также приобрело отрицательную динамику. По данным официальной статистики, доля мучных кондитерских изделий отечественного производства на внутреннем рынке в период с 2005 по 2008 г. снижалась и упала с 76,9 % до 45,0 %.

В последние годы на рынке мучных кондитерских изделий Республики Беларусь усиливаются позиции иностранных производителей. Данные об объемах импорта мучных кондитерских изделий и его доле в объеме потребления на внутреннем рынке за период с 2005 по 2008 г. приведены в табл. 8.

Таблица 8

Данные об объемах импорта мучных кондитерских изделий

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Ед. изм. | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. |
| Общий объем импорта | тыс. т | 5,6 | 13,6 | 18,5 | 21,6 |
| Рост импорта (к предыдущему году) | % | - | 242,9 | 136,0 | 116,8 |
| Рост импорта (к 2005 г.) | % | 100 | 242,9 | 330,4 | 385,7 |

За период с 2005 г. по 2008 г. импорт мучных кондитерских изделий в Республику возрос в 3,8 раза.

В части реализации продукции нашим предприятием за 2006–2008 гг. увеличилось количество продукции, отгруженной на экспорт. Отгрузка на внутренний рынок имеет тенденцию уменьшения (9 135,0 т в 2008 г. против 10 142,3 в 2006 г.).

Отсутствие активной реализации на экспорт объясняется жесткими требованиями зарубежных покупателей к цене на производимую нами продукцию. Маркетинговые исследования, учитывающие порядок формирования цены на экспорт, подтверждают, что “проходными” являются цены ниже себестоимости на 20-30%.

### Анализ ликвидности баланса предприятия

Финансовое состояние предприятия – это характеристика его финансовой конкурентоспособности (т.е. платежеспособности, кредитоспособности), использования финансовых ресурсов и капитала, выполнения обязательств перед государством и другими хозяйствующими субъектами.

Для определения финансового состояния рассчитаны коэффициенты оценки платежеспособности, которые приведены в табл. 9.

Таблица 9

Показатели эффективности, ликвидности и деловой активности

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Норматив | На 01.01.03 | На 01.01.04 | На 01.01.05 | На 01.01.06 | На 01.01.07 |
| Наличие собственных оборотных средств, млн.р. |  | 1179 | 2055 | 2221 | 3287 | 4426 |
| Коэффициент текущей ликвидности | ≥ 1,7 | 1,42 | 1,39 | 1,33 | 1,4 | 1,54 |
| Коэффициент обеспеченности  собственными оборотными средствами | ≥ 0,3 | 0,274 | 0,364 | 0,25 | 0,304 | 0,351 |

Анализ финансового состояния предприятия за период 2006-2008 гг., произведенный на основании данных бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках, с помощью коэффициентов — показателей эффективности, показателей ликвидности и деловой активности, приведенных в табл. 2.10, свидетельствует о том, что:

- значение коэффициента текущей ликвидности на предприятии, который характеризует общую обеспеченность предприятия собственными оборотными средствами и своевременное погашение срочных обязательств предприятия, за период 2005-2008 гг. было ниже норматива, однако имеет тенденцию к увеличению. По состоянию на 01.01.2005 г. он составлял 1,42, на 01.01.2009 г. составил 1,54;

- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, необходимыми для финансовой устойчивости предприятия, увеличился с 0,274 (на 01.01.2005 г.) до 0,351 (на 01.01.2009 г.), т.е. достиг нормативного значения 0,3.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Отчет о результатах деятельности предприятия ОАО «КФ «Сложыч»» 2005-2008
2. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г. В. Савицкая. - Минск: ООО «Новое знание», 2001.
3. Управление качеством продукции предприятия, Мн: ООО «Аскет», 2005г.