МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ИЖЕВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

Кафедра экономики АПК

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой,

д.э.н., профессор

И.М. Гоголев

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему: «Совершенствование механизма управления хозяйственной деятельностью ОАО «Гамбринус» г.Ижевска Удмуртской Республики»

Выпускник \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.С. Горбатикова

Научный руководитель,

к.э.н., доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.А. Конина

Ижевск 2017

Содержание

Введение

1.Теоретические основы анализа результатов управления хозяйственной деятельности предприятия………………………………………………………………..5

1.1 Сущность, необходимость и информационное обеспечение анализа результатов управления хозяйственной деятельности предприятии…………………………………5

1.2 Методика анализа финансового состояния предприятия………………………….10

1.3 Методика анализа финансовых результатов деятельности предприятия………...17

2. Анализ финансово-экономического состояния предприятия………………...…….22

2.1 Правовой статус организации и структура управления………………………..….22

2.2Экономическая оценка состава и использования ресурсного потенциала………..28

2.2.1.Численность работников и Фонд оплаты труда………………………………….32

2.2.2.Анализ финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия………34

2.2.3.Анализ экономических результатов предприятия……………………………….38

2.3.Экономическая оценка результатов управления хозяйственной деятельности предприятия……………………………………………………………..………………..46

3.Анализ производства пивоваренной продукции в ОАО «Гамбринус»……………..48

3.1.Анализ рынка алкогольной продукции в У.Р. и положения ОАО «Гамбринус» на данном рынке……………………………………………………………………………..48

3.2.Анализ рынка безалкогольной продукции в У.Р. и положения ОАО «Гамбринус» на данном рынке………………………………………………………………………….52

4. Совершенствование механизма управления хозяйственной деятельности ОАО «Гамбринус» г. Ижевска Удмуртской Республики……………………………………..69

4.1. Резерв повышения эффективности производства на основе модернизации участка розлива и упаковки бутылочного пива.……………………………………69

4.2. Резерв повышения эффективности производства на основе внедрения системы мембранного фильтрования…………………………………………………………...72

4.3.Совершенствование производства за счет технического переоснащения………77

Заключение ……………………………………………………………………………….92

Список используемой литературы ……………………………………………………..94

Приложения ………………………………………………………………………………98

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы данной дипломной работы состоит в том, что в условиях конкуренции и стремления предприятий к максимизации прибыли анализ и оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия очень важны, так как без анализа хозяйственной деятельности предприятие не может эффективно функционировать и, как следствие, получать максимально возможную прибыль.

Объектом исследования данной дипломной работы является финансово-хозяйственная деятельность ОАО «Гамбринус».

Предметом данной работы является эффективность хозяйственной деятельности ОАО «Гамбринус».

Целью данной дипломной работы является предложение путей повышения эффективности хозяйственной деятельности.

Для достижения этой цели поставлены следующие задачи:

рассмотреть особенности процесса реализации продукции;

рассмотреть методику анализа реализации продукции;

исследовать сущность, функции и задачи хозяйственной деятельности предприятия;

провести анализ хозяйственной деятельности предприятия на примере ОАО «Гамбринус»;

провести оценку эффективности хозяйственной деятельности предприятия на примере ОАО «Гамбринус»;

предложить пути повышения эффективности хозяйственной деятельности на предприятии на примере ОАО «Гамбринус».

Методика выполнения. Для решения задач исследования использовались ситуационный анализ, методы нахождения абсолютных и относительных величин, сравнения, системный анализ и абстрагирования.

В качестве информационной базы послужили материалы статистической отчетности, внутренняя отчетность предприятия, материалы обследования деятельности предприятия, научных семинаров и конференций, труды известных отечественных и зарубежных ученых по исследуемой проблеме.

Практическая ценность работы заключается в том, что, опираясь на теоретический материал, были разработаны проекты, направленный на обоснование предложений и мер по повышению эффективности хозяйственной стратегии предприятия.

**1.Теоретичяеские основы анализа результатов управления хозяйственной деятельности ОАО «Гамбринус»**

**1.1. Сущность, необходимость и информационное обеспечение анализа результатов управления хозяйственной деятельности предприятия**

Хозяйственная деятельность – это профессиональная, самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, связанная с пользованием имуществом, продажей товаров, осуществление работ или оказанием услуг. Причем как направленная на систематическое получение прибыли, так и не имеющая такой цели.

Понятие «хозяйственной деятельности» близко к понятию «активной экономической деятельности».

**Анализ хозяйственной деятельности предприятия** это научный способ познания сущности экономических явлений и процессов, основанный на расчленении их на составные части и изучении их во всем многообразии связей и зависимостей. Это одна из функций управления предприятием. Анализ предшествует решениям и действиям, обосновывает их и служит основой научного управления производством, обеспечивает его объективность и эффективность.

Аналитик в соответствии с определенными критериями отбирает показатели, формирует из них систему, осуществлять ее анализ. Комплексность анализа требует использования в работе целых систем, а не отдельных показателей. Показатели хозяйственной деятельности предприятия делятся на:

1. **Стоимостные и натуральные**, - в зависимости от положенных в основу измерителей. **Стоимостные показатели** являются наиболее распространенным видом экономических показателей. Они дают возможность обобщать разнородные хозяйственные явления. Например, если предприятие использует различные виды сырья и материалов, то дать материал об обобщенных суммах поступления, расходования, и остатка этих предметов труда могут только стоимостные показатели.

**Натуральные показатели** являются первичными, а стоимостные — вторичными, так как последние исчисляются на основе первых. Существуют экономические явления, которые могут быть обнаружены только в стоимостных показателях. Например, себестоимость продукции, издержки обращения, прибыль (убыток) и некоторые другие показатели могут быть только стоимостными.

2. **Количественные и качественные**, - в зависимости от того, какая сторона явлений, операций, процессов исследуются. Для результатов, допускающих количественное измерение, используют **количественные показатели**. Значения таких показателей выражаются в виде некоторого действительного числа, имеющего определенный физический или экономический смысл. К ним относятся все финансовые показатели (выручка, чистая прибыль, постоянные и переменные издержки, показатели рентабельности, оборачиваемости, ликвидности и др.), а также часть рыночных показателей (объем продаж, доля рынка, размер/рост клиентской базы и т.д.) и показателей, характеризующих эффективность бизнес-процессов и деятельность по обучению и развитию предприятия (например, производительность труда, производственный цикл, время выполнения заказа, текучесть персонала, количество сотрудников, прошедших обучение, и др.).

Однако, большинство характеристик и результатов работы организации, подразделений и сотрудников строгому количественному измерению не поддаются. Для их оценивания используют **качественные показатели**. Качественные показатели определяют с помощью экспертных оценок, путем наблюдения за процессом и результатами работы. К ним, например, относятся такие показатели, как относительная конкурентная позиция предприятия, индекс удовлетворенности клиентов, индекс удовлетворенности персонала, командность в работе, уровень трудовой и исполнительской дисциплины, качество и своевременность предъявление документов, соблюдение стандартов и регламентов, выполнение поручений руководителя и многие другие. Качественные показатели, как правило, являются опережающими, так как влияют на конечные результаты работы организации и «предупреждают» о возможных отклонениях количественных показателей.

3. **Объемные и удельные -** в зависимости от применения отдельно взятых показателей или же их соотношений. Так, например, объем выпуска продукции, объем продаж, себестоимость продукции, прибыль демонстрируют собой **объемные показатели**. Они характеризуют объем данного экономического явления. Объемные показатели являются первичными, а удельные — вторичными. **Удельные показатели**рассчитываются на основе объемных показателей. Например, себестоимость продукции и ее стоимость представляют собой объемные показатели, а отношение первого показателя ко второму, то есть затраты на один рубль товарной продукции — удельный показатель.



Рисунок 1- показатели хозяйственной деятельности предприятия

## Результаты хозяйственной деятельности предприятия

**Прибыль и доход** представляются основными показателями финансовых результатов производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Доход - это выручка от реализации продукции (работ, услуг) за вычетом материальных затрат. Он представляет собой денежную форму чистой продукции предприятия, т.е. включает в себя оплату труда и прибыль.

**Доход** характеризует общую сумму средств, которая поступает предприятию за определенный период и за вычетом налогов может быть использована на потребление и инвестирование. Доход иногда является объектом налогообложения. В этом случае после вычета налога он подразделяется на фонды потребления, инвестиционный и страховой. Фонд потребления применяется на оплату труда персонала и выплаты по итогам работы за определенный период, за долю в уставном имуществе (дивиденды), материальную помощь и т.п.

**Прибыль -** это часть выручки, остающаяся после возмещения всех затрат на производство и сбыт продукции. В условиях рыночной экономики прибыль является одним из главных источников накопления и пополнения доходной части государственного и местного бюджетов; основным финансовым источником развития предприятия, его инвестиционной и инновационной деятельности, а также происхождение удовлетворения материальных интересов членов трудового коллектива и собственника предприятия.

На величину прибыли (дохода) необходимо влияют как объем выпускаемой продукции, так и ее ассортимент, качество, величина себестоимости, совершенствование ценообразования и другие факторы. В свою очередь прибыль воздействует на такие показатели, как рентабельность, платежеспособность предприятия и другие. Общая величина прибыли предприятия (валовая прибыль) состоит из трех частей:

1.прибыли от реализации продукции - как различие между выручкой от реализации продукции (без учета НДС и акцизного сбора) и ее полной себестоимостью;

2.прибыли на реализацию материальных ценностей и иного имущества (это различие между ценой продажи и затратами на приобретение и реализацию). Прибыль от реализации основных фондов будет обнаруживать разницу между выручкой от продажи, остаточной стоимостью и затратами на демонтаж и реализацию;

3.прибыли от внереализационных операций, т.е. операций, естественно не связанных с основной деятельностью (доходы по ценным бумагам, от долевого участия в совместных предприятиях; сдачи имущества в аренду; превышение суммы полученных штрафов над уплаченными и др.).

В отличие от прибыли, которая показывает абсолютный эффект деятельности, находится относительный показатель эффективности работы предприятия **- рентабельность.** В общем виде он рассчитывается как отношение прибыли к затратам и выражается в процентах.

Показатели рентабельности эксплуатируют для сравнительной оценки эффективности работы отдельных предприятий и отраслей, выпускающих разные объемы и виды продукции. Эти показатели определяют полученную прибыль по отношению к затраченным производственным ресурсам. Наиболее часто употребляются такие показатели, как рентабельность продукции и рентабельность производства. Различают следующие виды рентабельности:

* [Рентабельность продаж](http://1-fin.ru/?id=311&t=16)
* [Рентабельность затрат](http://1-fin.ru/?id=311&t=10)
* [Экономическая рентабельность](http://1-fin.ru/?id=311&t=11)
* [Чистая рентабельность](http://1-fin.ru/?id=311&t=11.2)
* [Рентабельность деятельности предприятия](http://1-fin.ru/?id=311&t=11.3)
* [Рентабельность собственного капитала](http://1-fin.ru/?id=311&t=12)
* [Период окупаемости собственного капитала](http://1-fin.ru/?id=311&t=13)
* [Рентабельность перманентного капитала](http://1-fin.ru/?id=311&t=14)
* [Общая рентабельность продаж](http://1-fin.ru/?id=311&t=17)
* [Рентабельность производства](http://1-fin.ru/?id=311&t=35)
* [Рентабельность активов](http://1-fin.ru/?id=311&t=36)
* [Рентабельность чистых активов](http://1-fin.ru/?id=311&t=47)
* [Рентабельность заемного капитала](http://1-fin.ru/?id=311&t=45)
* [Рентабельность оборотного капитала](http://1-fin.ru/?id=311&t=51)
* [Валовая рентабельность](http://1-fin.ru/?id=311&t=58)
* [Рентабельность вложенного капитала](http://1-fin.ru/?id=311&t=65)

**1.2. Методика анализа финансового состояния предприятия**

Для оценки устойчивости финансового состояния предприятия применяется система показателей, характеризующих изменения:

• структура капитала предприятия по его размещению и источникам образования;

• эффективность и интенсивность использования капитала;

• платежеспособность и кредитоспособность предприятия;

• запасы финансовой устойчивости предприятия.

Анализ финансового состояния предприятия ссылается, главным образом, на относительных показателях, так как абсолютные показатели баланса в условиях инфляции запутано привести к сопоставимому виду. Относительные показатели финансового состояния анализируемого предприятия можно сравнить:

• с общеустановленными «нормами» для оценки степени риска и прогнозирования возможности банкротства;

• с идентичными данными других предприятий, что позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия и его возможности;

• с аналогом данных за предшествующие года для изучения склонности к улучшению и ли ухудшению финансового состояния предприятия.

Под платежеспособностью предприятия подразумевается наличие у предприятия денежных средств и их эквивалентов в количестве, достаточном для расчетов по кредиторской задолженности, требующей обязательного своевременного погашения.

Ликвидность баланса исследуется как степень покрытия обязательств организации ее активами, срок превращения которых в деньги идентичен сроку погашения обязательств. От ликвидности баланса следует выявлять ликвидность активов, которая находится как величина, обратная времени, необходимому для превращения их в денежный эквивалент. Чем меньше время, которое потребуется, чтобы данный вид актива был переведен в денежную форму, тем выше его ликвидность.

В зависимости от степени ликвидности, т. е. скорости превращения в денежные средства, активы предприятия разделяются на следующие группы.

А1. Наиболее ликвидные активы. К ним относятся все статьи денежных средств данного предприятия и текущие финансовые инвестиции. Данная группа рассчитывается следующим образом:

А1 = стр. 220 ф. 1 + стр. 230 ф. 1 + стр. 240 ф. 1. (1.1)

А2. Быстро реализуемые активы. К этой группе активов относятся активы, для обращения которых в денежную форму требуется более продолжительное время: готовая продукция, товары, дебиторская задолженность, векселя полученные. Ликвидность этих активов напрямую зависит от ряда субъективных и объективных факторов: своевременности отгрузки продукции, согласованность банковских документов, скорости документооборота в банках, от спроса на продукцию и ее конкурентоспособности, платежеспособности покупателей, форм расчетов. Эта группа рассчитывается так:

А2 = стр. 130 ф. 1 + стр. 140 ф. 1 + стр. 150 ф. 1 + + стр. 160 ф.1 + стр. 170 ф. 1 + стр. 180 ф. 1 + + стр. 190 ф. 1 + стр. 200 ф. 1 + стр. 210 ф. 1. (1.2)

ЛЗ. Медленно реализуемые активы. Наиболее больший срок понадобится для превращения производственных запасов и затрат в незавершенном производстве в готовую продукцию, а затем в денежный эквивалент. Кроме того, к этой группе активов относятся расходы будущих периодов, а также оборотные активы, не вошедшие в первые две группы. Расчет этого показателя производится следующим образом:

A3 = стр. 100 ф. 1+ стр. ПО ф. 1 + стр. 120 ф. 1 + + стр. 250 ф. 1+стр. 270 ф. 1. (1.3)

А4. Трудно реализуемые активы. К этой группе относятся необоротные активы предприятия, стоимость которых отражена в первом разделе актива баланса: А4 = Ш = стр. 080 ф. 1 (1.4)

Пассивы баланса группируются по степени наступления срока их оплаты. Из данных баланса полную информацию для проведения такой группировки получить невозможно.

Используя этот критерий, обязательства предприятия можно сгруппировать следующим образом:

Ш. Наиболее срочные обязательства. К ним следует относить кредиторскую задолженность по приобретенным товарам, работам, услугам:

Ш = стр. 530 ф. I. (1.5)

П2. Краткосрочные пассивы. К этой группе относятся краткосрочные заемные средства, текущие обязательства по расчетам и прочие обязательства. Кроме того, сюда необходимо отнести также часть пассивов, представленных в разделе втором пассива баланса «Обеспечения будущих расходов и платежей», в части сумм, планируемых к выплате в течение 12 месяцев, начиная с даты составления баланса, или в течение одного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев. Такие же указания относится и к разделу пятому пассива баланса «Доходы будущих платежей». Другими словами, в эту группу можно отнести статьи четвертого раздела пассива баланса за вычетом кредиторской задолженности за товары, работы, услуги, и статьи второго и пятого разделов пассива баланса с учетом оговоренных выше ограничений. Формула определения суммы таких пассивов выглядит так:

П2 = 1VTI - стр. 530 ф. 1 + II П + VTI = стр. 620 ф. 1 - стр. 530ф. 1+ стр. 430 ф. 1 + стр. 630 ф. 1 = стр. 640 ф. 1 - стр. 380 ф. 1 -стр. 480 ф. 1 - стр. 530 ф. I. (1.6)

ПЗ. Долгосрочные пассивы. Эта группа пассивов состоит из долгосрочных обязательств предприятия, отраженными в третьем разделе пассива баланса, а также статьями второго и пятого разделов пассива баланса, не отнесенными ко второй группе:

П3 = 111П+ 11П + УП = стр. 480 ф. 1 +стр. 430 ф. 1 + стр.630 ф.1. (1.7)

П4. Постоянные (устойчивые) пассивы — это статьи первого раздела пассива баланса:

П4=1П = стр. 380 ф. 1. (1.8)

Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги приведенных групп по активу и пассиву. Баланс считается абсолютно ликвидным, если соблюдаются следующие неравенства:

А1>П1

А2>П2 (1.9)

АЗ>ПЗ

А4<П4

Сопоставление итогов первой группы по активу и пассиву, т. е. А 1 и П1 характеризует соотношение текущих платежей и поступлений. Сравнение второй группы по активу и пассиву (А2 и П2) показывает направленность увеличения или уменьшения текущей ликвидности в недалеком будущем. Сопоставление итогов по активу и пассиву для третьей и четвертой групп отображает соотношение платежей и поступлений в относительно отдаленном будущем.

К анализу коэффициентов ликвидности в зарубежной и отечественной практике финансового анализа существуют несколько различных подходов.

Западные специалисты для анализа ликвидности используют два коэффициента: коэффициент текущей ликвидности, коэффициент срочной ликвидности. В отечественной практике называется как финансовый анализ ликвидности баланса обычно характеризует тремя показателями: коэффициентом общей ликвидности, уточненным (промежуточным) коэффициентом ликвидности и коэффициентом абсолютной ликвидности.

Коэффициент общей ликвидности (в зарубежных источниках данный коэффициент называется коэффициентом текущей ликвидности) раскрывается, в какой степени, данные оборотные активы достаточны для удовлетворения текущих обязательств.

При анализе коэффициента следует обратить особое внимание на его динамику.

Используя классификацию активов и пассивов, приведенную выше, формулу для выявления коэффициента общей ликвидности можно представить в следующем виде:

Кобщ=(А1+А2+ЛЗ)/(П1+П2) (1.10)

Промежуточный (уточненный) коэффициент ликвидности (в зарубежной практике он называется коэффициентом срочной ликвидности) считается более сложным тестом на ликвидность, так как при его расчете не берется во внимание наименее ликвидная часть оборотных активов - медленно реализуемые активы (ЛЗ).

Коэффициент промежуточной ликвидности рассчитывается по формуле: Кпром=(А1+А2)/(П1+П2) (1.11)

Необходимо, чтобы этот коэффициент был около 1,5. Однако в данных условиях достаточным признается его значение, равное 0,7— 0,8.

Коэффициент оценки ликвидности по показателям первой группы активов имеет называние коэффициент абсолютной ликвидности. В западной практике коэффициент абсолютной ликвидности рассчитывается редко. В странах с переходной экономикой его оптимальное значение признается равным 0,2—0,35. Значение выше 0,35 не всегда требуется, так как излишек денежных средств говорит о неэффективном их использовании. Формула расчета коэффициента абсолютной ликвидности имеет следующий вид:

 (1.12)

При оценке ликвидности предприятия следует также знать, что различные показатели ликвидности не только дают характеристику устойчивости финансового состояния предприятия при различной степени учета ликвидности средств, но и отвечают интересам не идентичных внешних пользователей аналитической информации.

Одна из важнейших характеристик финансового состояния предприятия — стабильность его деятельности с позиции долгосрочной перспективы. Она имеет связь, прежде всего с общей финансовой структурой предприятия, степенью его зависимости от кредиторов и инвесторов.

Анализ финансовой устойчивости предприятия рассчитаем с использованием как коэффициентов, рассчитанных по пассиву баланса, так и коэффициентов, отражающих взаимосвязь между источниками формирования средств предприятия и структурой вложений.

Охарактеризуем наиболее существенные из известных показателей этих групп.

Коэффициент финансовой автономии (независимости). Этот коэффициент раскрывает долю собственных средств предприятия (собственного капитала) в общей сумме средств, авансированных в его деятельность. Расчет коэффициента финансовой устойчивости производится по формуле: Коэффициент финансовой автономии (независимости) =Стр.380ф.1/Стр.640ф.1 (1.13)

Чем выше значение данного коэффициента, тем финансово устойчивее, стабильнее и более независимо предприятие. На практике известно, что общая сумма задолженности не должна превышать сумму собственных источников финансирования, то есть источники финансирования предприятия (общая сумма капитала) должны быть хотя бы наполовину сформированы за счет собственных средств. Таким образом, критическое значение коэффициента автономии —0,5.

Коэффициентом, обратным коэффициенту финансовой автономии является коэффициент финансовой зависимости.

Произведение этих коэффициентов равно 1.

Коэффициент финансовой зависимости рассчитывается по формуле:

Стр.640 ф.1/ Стр. 380 ф.1(1.14)

Рост данного показателя в динамике означает повышение доли заемных средств в финансировании предприятия, а следовательно, и утрату финансовой независимости. Если его значение снижается до единицы, то это означает, что собственники полностью финансируют свое предприятие.

Коэффициент финансового риска характеризует соотношение привлеченных средств и собственного капитала. Расчет этого показателя производится по формуле:

Коэффициент финансового риска = Стр.430+480+ 620 + 630 ф.1/Стр.380ф.1 (1.15)

Нормативное значение данного коэффициента — < 0,5. Критическое значение — 1.

Коэффициент маневренности собственного капитала распознается как отношение собственного оборотного капитала предприятия к собственным источникам финансирования:

Коэффициент маневренности собственного капитала =Стр380-080ф.1/Стр380ф.1(1.16)

Данный показатель охарактеризует ту часть собственного капитала предприятия, которая является источником покрытия его текущих активов. Данный показатель можно рассчитать двумя способами:

1) от суммы собственного капитала вычесть стоимость необоротных активов:

Кс.об= 1П - IA = стр. 380 ф. 1 - стр. 080 ф. 1 (1.17)

2) от суммы оборотных активов вычесть сумму собственного капитала:

Кс.об= (11А + 111А) - (1Ш + 11Ш + 1УП + УП) = (стр. 260 ф.1 + стр. 270 ф. 1) - (стр. 430 ф. 1 + стр. 480 ф. 1 + стр. 620 ф. I +стр. 630 ф. 1) (1.18)

Таким образом, данная формула расчета коэффициента маневренности приобретает следующий вид:

 (1.19)

Данный показатель может значительно варьировать в зависимости от структуры капитала и отраслевой принадлежности предприятия.

Таким образом, данные расчеты анализа финансового состояния предприятия могут использоваться различными приемы и методы, модели анализа.

Их количество и широта применения будет зависеть от конкретных целей анализа и определятся его задачами в каждом конкретном случае.

Следовательно, одна из важнейших характеристик финансового состояния предприятия является стабильность его деятельности с позиции долгосрочной перспективы.

**1.3. Методика анализа финансовых результатов деятельности предприятия**

 Наиболее выигрышным, с позиций фирмы - лидера, считается не только тот объем продаж, который обеспечивает ей сохранение или даже увеличение доли рынка, но и объем, изучаемый специалистами по сбыту продукции. Которым удается добиться от покупателей большей готовности заплатить за товар цену, лучше отражающую его реальную стоимость (цену лучшую из доступных покупателю альтернативных товаров плюс ценность для него тех свойств данного товара, которые отличают его от лучшей альтернативы).

Ориентация на выгодные средние затраты на производство и ценовой уровень прибыльности сбытовых операций, во многом и является признаком затратного ценообразования, но она выступает в качестве мощного средства активизации сбыта и конкуренции. Это имеет место в том случае, когда фирма использует эффект масштаба. Большие масштабы операций обеспечивает ей наилучшее преимущество перед мелкими конкурентами по уровню постоянных затрат, а также в виде экономии от скидок за размер закупки материалов, комплектующих. [21].

На практике используются следующие типы нормативов рентабельности такие как:

• единая ставка определяется как отношение к общей сумме затрат на производство продукции;

• единая ставка определяемая по отношению к прямым (переменным) затратам, чаще всего - сумме заработной платы или стоимости материалов;

• ставка, определяемая, как двух элементный норматив, где первая составляющая является нормативом рентабельности инвестиций создания запасов по материалам на производство данной продукции, а вторая - уровень рентабельности инвестиций физические (реальные активы);

• многоэлементная ставка, определяемая в начале как сумма двух элементов:

- норматива по отношению к величине заработной платы и норматива по отношению к сумме стоимости материалов;

• затем начисленная таким образом величина норматива дифференцируются в зависимости от объема поставляемой потребителю партии товара. [15].

Целью анализа реализации продукции является нахождение путей увеличения объемов реализации продукции по сравнению с конкурентами, расширение доли рынка при максимальном использовании мощностей и как результат - увеличение прибыли предприятия. [18].

Анализ реализации продукции проводится на основе системы показателей: объема реализации, номенклатуры и ассортимента, качества продукции и ритмичности работы предприятия.

Источниками информации для анализа реализации продукции служат бизнес-план предприятия, оперативные планы-графики, данные бухгалтерского учета и отчетности.

Объем реализации продукции может выражаться в натуральных, условно-натуральных и стоимостных измерителях.

Обобщающие показатели объема реализации продукции получают с помощью стоимостной оценки.

Реализованная продукция - это стоимость отгруженной и оплаченной покупателями продукции. [17]

Анализ объема производства и реализации продукции.

Анализ начинается с изучения динамики реализации продукции, расчета базисных и цепных темпов роста. Базисные темпы роста определяются отношением каждого следующего уровня к первому году динамического ряда, а цепные — к предыдущему году.

Анализ реализации продукции тесно связан с анализом выполнения договорных обязательств по поставкам продукции.

Недовыполнение плана по договорам для предприятия оборачивается уменьшением выручки, прибыли, выплатой штрафных санкций. Кроме того, в условиях конкуренции предприятие может потерять рынки сбыта продукции, что повлечет за собой спад реализации.

В процессе анализа определяется выполнение плана поставок за месяц и нарастающим итогом в целом по предприятию, в разрезе отдельных потребителей и видов продукции. Затем выясняются причины недовыполнения плана и дается оценка деятельности по выполнению договорных обязательств.

Процент выполнения договорных обязательств рассчитывается делением разности между плановым объемом отгрузки по договорным обязательствам и его недовыполнением на плановый объем

Анализ ассортимента и структуры продукции

Большое влияние на результаты хозяйственной деятельности оказывают ассортимент и структура реализации продукции.

Ассортимент - это перечень наименований изделий с указанием количества по каждому из них.

При формировании ассортимента и структуры реализации продукции предприятие должно учитывать, с одной стороны, спрос на данные виды продукции, а с другой - наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других ресурсов, имеющихся в его распоряжении. Система формирования ассортимента включает в себя следующие основные моменты:

• определение текущих и перспективных потребностей покупателей;

• оценку уровня конкурентоспособности выпускаемой или планируемой к выпуску продукции;

• изучение жизненного цикла изделий и принятие своевременных мер по внедрению новых, более совершенных видов продукции и изъятие из производственной программы морально устаревших и экономически неэффективных изделий;

• оценку экономической эффективности и степени риска изменений в ассортименте продукции.

Оценка выполнения плана по ассортименту продукции обычно производится с помощью коэффициента ассортимента, который рассчитывается путем деления общего фактического выпуска продукции, зачтенного в выполнение плана по ассортименту, на общий плановый вьшуск продукции (продукция, изготовленная сверх плана или не предусмотренная планом, не засчитывается в выполнение плана по ассортименту).

 (2.21)

где ВП3- сумма фактически выпущенных изделий каждого вида, но не более их планового выпуска

План по ассортименту считается выполненным лишь в том случае, если выполнено задание по всем видам продукции. Причины недовыполнения плана по ассортименту могут быть внешними (изменение спроса на отдельные виды продукции, снижение рыночных цен на продукцию, активизация конкурентов) и внутренними (недостатки в организации производства, плохое техническое состояние оборудования, его простои, аварии).

Увеличение объема реализации по одним видам и сокращение по другим видам продукции приводит к изменению ее структуры, то есть соотношения отдельных изделий в общем их выпуске. Выполнить план по структуре - значит сохранить в фактической реализации продукции запланированные соотношения отдельных ее видов.

Изменение структуры реализации оказывает большое влияние на все экономические показатели: объем выпуска в стоимостной оценке, материалоемкость, себестоимость товарной продукции, прибыль, рентабельность. Если увеличивается удельный вес более дорогой продукции, то объем ее выпуска в стоимостном выражении возрастает, и наоборот. То же происходит с размером прибыли при увеличении удельного веса высокорентабельной и соответственно при уменьшении доли низкорентабельной продукции.

**Выводы.**

Таким образом, чтобы развиваться в условиях рыночной экономики и не допустить банкротства предприятия, нужно знать, как управлять финансами, какой должна быть структура капитала по составу и источникам образования, какую долю должны занимать собственные средства, а какую - заемные. Следует знать и такие понятия рыночной экономики, как финансовая устойчивость, платежеспособность, деловая активность, рентабельность. Финансовый анализ представляет собой методику оценки текущего и перспективного финансового состояния предприятия на основе изучения зависимости и динамики показателей финансовой информации. Анализ хозяйственной деятельности - это глубокое, научно обоснованное исследование финансовых ресурсов в едином производственном процессе.

В ходе анализа финансового состояния предприятия могут использоваться разнообразные приемы и методы, модели анализа. Их количество и широта применения зависят от конкретных целей анализа и определяются его задачами в каждом конкретном случае.

Следовательно, одна из важнейших характеристик финансового состояния предприятия — стабильность его деятельности с позиции долгосрочной перспективы. Она связана прежде всего с общей финансовой структурой предприятия, степенью его зависимости от кредиторов и инвесторов.Анализ финансовой устойчивости предприятия проведем с использованием как коэффициентов, рассчитанных по пассиву баланса, так и коэффициентов, отражающих взаимосвязь между источниками формирования средств предприятия и структурой вложений.

В данной главе раскрыты основные задачи, последовательность, информационное обеспечение анализа хозяйственной деятельности торгового предприятия, показатели, характеризующие деятельность предприятия, методика анализа доходов и расходов торгового предприятия, законодательная база по анализу деятельности предприятия.

**2. Анализ финансово-экономического образования организации.**

**2.1 Правовой статус организации управления**

Открытое акционерное общество «Гамбринус», именуемое в дальнейшем- «Общество», создано в соответствии с Гражданским кодексом РФ, Федеральным законом РФ «Об акционерных обществах», другими правовыми актами. Учредителями Общества являются граждане Российской Федерации и коммерческие организации.

Место нахождения Общества: Российская Федерация, Удмуртская Республика, город Ижевск, улица Салютовская, 77.

Полное фирменное наименование на русском языке: Открытое акционерное общество «Гамбринус», сокращенное фирменное наименование на русском языке: ОАО «Гамбринус». Общество является коммерческой организацией. Общество является юридическим лицом и свою деятельность организует на основании настоящего Устава и действующего законодательства. Общество вправе в установленном порядке открывать банковские счета на территории Российской Федерации и за ее пределами.[9]

Общество имеет круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском языке и указание на место
его нахождения. Общество имеет штампы и бланки со своим наименованием, собственную эмблему и другие средства визуальной идентификации.

ОАО «Гамбринус» является открытым акционерным обществом. Акционеры могут приобретать и отчуждать акции Общества без согласия других акционеров Общества. Общество вправе также проводить открытую подписку на выпускаемые им акции в порядке с учетом требований Федерального закона «Об акционерных обществах» и других правовых актов.

Количество акционеров Общества не ограничено.

Целью деятельности Общества является извлечение прибыли.

Общество может иметь гражданские права и нести гражданские обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных законом, в том числе Общество осуществляет виды деятельности:

* Производство пищевых продуктов;
* Производство пива, в том числе безалкогольного пива;
* Производство напитков;
* Производство прочих пищевых продуктов;
* Производство резиновых и пластмассовых изделий;
* Оптовая и розничная торговля и др.

 Общество считается созданным как юридическое лицо с момента государственной регистрации.

 Общество для достижения целей своей деятельности вправе нести обязанности, осуществлять любые имущественные и личные неимущественные права, предоставляемые законодательством открытым акционерным обществам, от своего имени совершать любые допустимые законом сделки, быть истцом и ответчиком в суде.

Общество имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе [10].

 Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Общество не отвечает по обязательствам государства и своих акционеров, если иное не предусмотрено законом или договором. Акционеры отвечают по обязательствам Общества в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Акционеры, не полностью оплатившие акции, несут солидарную ответственность по обязательствам Общества в пределах неоплаченной части стоимости принадлежащих им акций [1].

Организационная структура предприятия

Эффективность работы предприятия, его экономические показатели напрямую зависят от успешного взаимодействия подразделений, организации управления и его качества, поэтому общая характеристика предприятия должна содержать его организационную и управленческую структуру. Структура создается для достижения организационных целей, поэтому по мере изменения этих целей или условий их реализации может и должна претерпевать изменения.

На рисунке - 2 представлена организационная структура ОАО «Гамбринус». Также в приложении 1.

Общее собрание участников является высшим органом управления. Общеесобраниеназначаетдиректораипринимаетдругиеважнейшиедляпредприятиярешения. Оперативноеруководствоосуществляетдиректорнаоснованиипринятыхрешений, приказов в совете директоров. Всесуществующиеслужбыиподразделениянапредприятииотчитываютсяпереддиректором. Директорпредставляетинтересыпредприятиявовсехучрежденияхиорганизациях, распоряжается имуществом завода, заключает договоры, издает приказы, всоответствииструдовымзаконодательствомпринимаетиувольняетработников, принимает меры поощрения и налагает взыскания на работников завода, открывает счета вбанках, распоряжаетсяресурсамиорганизацииипринимаетрешенияпоихиспользованию.

ОТК – осуществляетконтрользакачествомпоставляемогосырьяивспомогательныхматериалов, контроль за качеством выпускаемой продукции, своевременнойпоставкойтарыиеекачествомвсоответствиистребованиями. Отдел кадров – отвечает за приём и выбытие работников, осуществляет контроль за дисциплиной труда.

Главный инженер – несёт ответственность за организацию труда, организацию производства пива, контроль за соблюдением технологии изготовления, контроль за работой оборудования, над соблюдением техники безопасности, контрольнадустановлениемобоснованныхнормвременинапроизводствопродукцииисдельныхрасценок.

Главный технолог – непосредственноподчиняетсяглавномуинженеруиследитзатехнологиейпроизводствасуславварочномцехеивдальнейшем – за всем процессом производства пива.

 Совет директоров

|  |
| --- |
|  |

 Директор

ОТК Отдел кадров Главный инженер Фин.-экономич.отд.

Лаборатория Отдел сбыта Бухгалтерия

Отдел техники и безопасности Отдел снабжения

Ремонтно-строительный участок Силосное отделение

Главный технолог Тарный цех

 Экспедиция

Варочный цех Бродильно-лагерный цех Цех розлива Безалкогольный цех

Ремонтная группа Главный механик

Главный энергетик

КИП и автоматика Паросиловое хозяйство Холодильно-компрессорный цех

Рис. 2 - Организационно-правовая структура.

Отдел сбыта – подчиняется директору предприятия, контролируетсбытготовойпродукциисвоевременноивнеобходимыхколичествах.

Отдел снабжения – снабжает по мере необходимости по заявкам главного технолога сырьем, вспомогательными материалами, необходимой техникой. В силосном отделении хранится необходимый запас сырья для производства пива. В тарном цехе происходит прием, хранение, отправление тары, оборотная тара.

Экспедиция – производит отгрузку и реализацию пива покупателю.

Главныймеханикиглавныйэнергетикподчиняютсянепосредственноглавномуинженеруинесутответственностьзаостальныецехаихозяйства, показанные в схеме.

2.2 Экономическая оценка состава использования ресурсного потенциала

Объем производства пива за 2016 год снизился в сравнении с 2015 годом (снижение составило 2,74%), в натуральном выражении снижение составляет 43 тыс. дал. Анализ за 2016 год показал рост средних отпускных цен на пиво – на 7,18%, в сравнении с ценами 2015 года. Цены на продукцию изменялись в зависимости от рыночной ситуации с учетом максимизации объема продаж и удержания доли ОАО «Гамбринус» на рынке.

Рассмотрим основные показатели деятельности ОАО «Гамбринус» (таблица 1).

Таблица 1- Основные показатели деятельности организации

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2012г. | 2013г. | 2014г. | 2015г. | 2016г. | 2016г. к 2012г., % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| А.Производственные показатели: 1.Произведено продукции, тыс. дал. | 15 480 | 19 590 | 15 650 | 15 670 | 15 240 | 81,69 |
| Б. Экономические показатели:2. Выручка от продажи продукции (работ, услуг), тыс. руб. | 400982 | 543 839 | 599 760 | 808 203 | 868 214 | 216,52 |
| 3. Себестоимость продажи продукции (работ, услуг), тыс. руб.  | 241 446 | 315 722 | 362 420 | 422 044 | 518 847 | 214,89 |
| 4. Прибыль от продажи, тыс. руб. | 47 123 | 76 580 | 28 787 | 134 199 | 57 461 | 121,94 |
| 5. Прибыль до налогообложения, тыс. руб. | 21 414 | 9 793 | 8 652 | 76 118 | 23882 | 111,53 |
| 6. Чистая прибыль, тыс. руб. | 14 504 | 7 059 | 4 409 | 57 924 | 17527 | 120,84 |
| 7. Уровень рентабельности, %  | 19,52 | 24,26 | 7,94 | 31,80 | 11,07 | \_\_\_\_\_\_ |

Таким образом, можно сделать вывод объем производства пива за 2016 год снизился в сравнении с 2015 годом (снижение составило 2,74%), в натуральном выражении снижение составляет 430 тыс. дал.

Прибыль от продажи за 2016 г. составила 57461 тыс. руб., что на 10338 тыс.руб. больше, чем в 2012 г. Прибыль до налогообложения увеличилась за 2016г. на 11,53 % по сравнению с 2012 г. Отсюда и увеличение чистой прибыли в 2016 по сравнению с 2012 г.

Уровень рентабельности деятельности организации в 2016 г. на 8,44% ниже, чем в 2012 г. Уменьшение этого показателя означает снижение эффективности использования текущих затрат предприятия и доходности реализованной продукции.

Для оценки текущего финансового состояния предприятия применяют набор коэффициентов (показателей), которые сравнивают с нормативами или со средними показателями деятельности других предприятий отрасли (таблица 2.).

Таблица 2.- Показатели эффективности использования ресурсов и капитала организации

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2012г. | 2013г. | 2014г. | 2015г. | 2016г. | 2016г. к 2012г.,% |
| А. Показатели обеспеченности и эффективности использования основных средств |
| 1. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб. | 51762,5 | 84411,5 | 110391,5 | 121049,5 | 148202,5 | 286,31 |
| 2. Фондовооруженность, тыс. руб. | 189,84 | 271,10 | 262,24 | 260,17 | 340,64 | 179,62 |
| 3. Фондоемкость, руб. | 0,13 | 0,16 | 0,18 | 0,15 | 0,17 | 130,77 |
| 4. Фондоотдача, руб. | 7,75 | 6,44 | 5,43 | 6,68 | 5,86 | 75,61 |
| 5. Рентабельность использования основных средств, % | 28,02 | 8,36 | 3,99 | 47,85 | 11,85 | \_\_\_\_\_\_ |
| Б. Показатели эффективности использования трудовых ресурсов |
| 6. Затраты труда, тыс. чел.-час.  | 679 272 | 758 784 | 879 320 | 952 432 | 991 952 | 146,03 |
| 7. Производительность труда, тыс. руб.,  | 45,40 | 51,02 | 35,17 | 32,51 | 30,36 | 55,49 |
| 8. Фонд оплаты труда, тыс. руб. | 87 641 | 114 174 | 139 768 | 164 666 | 194 086 | 221,46 |
| 9. Выручка на 1 руб. оплаты труда, руб. | 4,58 | 4,76 | 4,29 | 4,91 | 4,47 | 97,60 |
| Г. Показатели эффективности использования материальных ресурсов |
| 10. Материалоодача,руб. | 2,39 | 2,30 | 2,42 | 2,68 | 2,37 | 99,16 |
| 11. Материалоекость,руб. | 0,42 | 0,44 | 0,41 | 0,37 | 0,42 | 100 |
| 12.Прибыль на 1 руб. мат. затрат, руб. | 19,52 | 24,26 | 7,94 | 31,80 | 11,07 | 56,71 |
|  |  |  | Продолжение таблицы 2 |
| 13. Затраты на 1 руб. выручки от продажи продукции(работ, услуг), руб. | 41,90 | 43,54 | 41,32 | 37,36 | 42,22 | 10,08 |
|  |
| Д. Показатели эффективности использования капитала |
| 14. Рентабельность совокупного капитала (активов), % | 11,00 | 3,72 | 1,86 | 22,04 | 5,74 | \_\_\_\_\_\_ |
| 15. Рентабельность собственного капитала, % | 42,29 | 12,14 | 5,69 | 53,31 | 12,01 | \_\_\_\_\_\_ |
| 16. Рентабельность внеоборотных активов, % | 22,00 | 6,30 | 3,59 | 45,90 | 10,23 | \_\_\_\_\_\_ |
| 17. Рентабельность оборотных активов, % | 17,53 | 5,93 | 3,66 | 37,00 | 11,18 | \_\_\_\_\_\_ |

Рентабельность основных средств предприятия снизилась, что свидетельствует о низкой эффективности привлечения инвестиционных вложений в предприятие.

Значение рентабельности активов по чистой прибылина конец анализируемого периода свидетельствует о весьма низкой эффективности использования имущества.Рентабельность активов снизилась на 5,26%.

Фондоотдача показывает эффективность использования основных средств организации (на 1 рубль основных средств приходится 5.86 рубля выручки). Фондоотдача уменьшилась на 0.82 и составила 5.86 руб.

Рентабельность совокупных активов характеризует эффективность использования всего имущества предприятия. Увеличение этого показателя на 23,8 % свидетельствует о растущем спросе на товары и о накоплении активов, что является положительным фактом. Рентабельность внеоборотного капитала характеризует эффективность использования основных средств организации, определяя, насколько соответствует общий объем имеющихся основных средств масштабу бизнеса организации. Эффективность использования внеоборотного капитала возросла на 39,6 %, что может свидетельствовать как о полной загрузке оборудования и отсутствии резервов, так и о значительной степени физического и морального износа устаревшего производственного оборудования.

Рентабельность оборотных активов отражает эффективность использования оборотного капитала организации. Он определяет сколько рублей прибыли приходится на один рубль, вложенный в оборотные активы.

Рентабельность внеоборотных активов предприятия снизилась, что свидетельствует о низкой эффективности привлечения инвестиционных вложений в предприятие.

Таблица 3 - Движение денежных средств организации, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | Темп роста, % |
| 1.Остаток на начало | 10600 | 2640 | 11 970 | 15 800 | 6 183 | 58,33 |
| 1. Поступление денежных средств - всего  | 391 020 | 523 813 | 575 815 | 763 903 | 842 105 | 215,36 |
| в том числе: |  |  |  |  |  |  |
| а) от текущей деятельности | 390 829 | 521 347 | 575 440 | 763533 | 840 176 | 214,97 |
| б) от инвестиционной деятельности | 10 | 2 466 | 375 | 370 | 329 | 3290 |
| в) от финансовой деятельности | 181 | - | - | - | 1 600 | 88,39 |
| 2. Расходование денежных средств - всего | -398 972 | -510 880 | -573 050 | -773 550 | -838 849 | 210,25 |
| в том числе: |  |  |  |  |  |  |
| а) в текущей деятельности | -354 213 | - 454 677 | -541 009 | -741 509 | -765 106 | 216,00 |
| б) в инвестиционной деятельности | -44 139 | -55 823 | -28 125 | -32 041 | -72 743 | 164,80 |
| в) от финансовой деятельности | -620 | -380 | - | - | -1 000 | 161,29 |
| 3. Чистые денежные средства – всего | -7 952 | 9 110 | 6 681 | -9 647 | 3 206 | 40,32 |
| в том числе: |  |  |  |  |  |  |
| а) от текущей деятельности | 36 616 | 66 670 | 34 431 | 22 024 | 75 020 | 204,88 |
| б) от инвестиционной деятельности | -44 129 | -57 180 | -27 750 | -31 671 | -72 414 | 164,10 |
|  |  |  | Продолжение таблицы 3 |
| в) от финансовой деятельности | -439 | -380 | - | - | 600 | 136,67 |
| 4. Остаток денежных средств на конец отчетного периода | 2640 | 11970 | 15800 | 6163 | 8 118 | 307,5 |

По данным таблицы 2.3 можно сделать следующие выводы. Остаток денежных средств к 2016 г. снизился на 4417 тыс.руб. или более чем на 42%. Общая сумма поступления денежных средств в анализируемом году увеличилась в 2016 г. по сравнению с предыдущим 2012 г. на 451085 тыс.руб.

В 2016 г. наблюдается, то, что поступления денежных средств, превышают его отток. Это свидетельствует о способности организации генерировать свои денежные средства в результате текущей деятельности.

За счет оттока денежных средств по инвестиционной деятельности наблюдается снижение положительное изменение денежных средств в 2016 г. в сумме 3206 тыс. руб.

**2.2.1 Численность работников и ФОТ**

Достаточное внимание на заводе уделяется подбору и расстановке кадров, повышению квалификации

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Структура списочной численности |  |  |  |
| Таблица 4 -Динамика среднесписочной численности и средней заработной платы |  |
| Показатель | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. |
| Среднесписочная численность (чел.) | 445 | 482 | 502 |
| в т.ч. по основной деятельности | 298 | 316 | 322 |
| Средняя заработная плата (руб.) | 26 182 | 28 389 | 32 997 |
| в т.ч. по основной деятельности | 29 125 | 31 179 | 36 335 |
|  Прирост среднесписочной численности по сравнению с 2015 годом составил 20 чел. или 4,1% и произошел в связи: открытием собственной розничной сети. |  |

На социальные нужды были израсходованы средства на общую сумму 4 282,8,0 тыс. руб., это проведение культурных мероприятий, расходы на похороны, рождение детей, путевки в детские оздоровительные лагеря, выплаты бывшим работникам предприятия, материальная помощь, благотворительность и пр.

В результате проводимых профилактических мероприятий с персоналом, созданию безопасных условий труда на рабочих местах на предприятии отсутствуют случаи установления профессионального заболевания. Кроме обязательного медицинского обследования, дополнительно производятся углубленные обследования работников узкими специалистами.

|  |  |
| --- | --- |
| Таблица 5.Структурасреднесписочнойчисленности |  |
| Категория | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. |
| Руководители и специалисты | 75 | 80 | 95 |
| Рабочие | 257 | 295 | 360 |
| Прочие | 9 | 9 | 13 |
| Текучесть кадров | 42,8 | 43,5 | 34,6 |
| Основнаядолявструктуресписочнойчисленностисоставляеткатегорияперсонала "рабочие" - 77%. |  |
| Таблица 6. Возрастной состав персонала |  |
| Возрастной состав | 2014г. | 2015г. | .2016г. |
| До 30 лет | 84 | 104 | 110 |
| 30-45лет | 130 | 149 | 186 |
| Старше 45 лет | 135 | 148 | 172 |
| Основную долю 63% составляет персонал в возрасте до 45 лет, средний возраст работников 40 лет. |  |
| Таблица7.Образование персонала |  |  |  |  |
| Образование | 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| Высшее профессиональное | 63 | 99 | 108 |
| Среднее профессиональное | 164 | 135 | 154 |
| Начальное профессиональное | 61 | 65 | 78 |
| Среднее | 58 | 94 | 121 |
| Неполное среднее | 3 | 8 | 8 |
| Доля работников, имеющих высшее профессиональное, среднее профессиональное образование составляет 55%. |  |
|  |  |  |  |  |

**2.2.2 Анализ финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия.**

Платежеспособность организации является внешним признаком его финансовой устойчивости и обусловлена степенью обеспеченности оборотных активов долгосрочными источниками. Она определяется возможностью организации наличными денежными ресурсами своевременно погасить свои платежные обязательства. Анализ платежеспособности необходим не только для самих организаций с целью оценки и прогнозирования их дальнейшей финансовой деятельности, но и для их внешних партнеров и потенциальных инвесторов.Оценка платежеспособности осуществляется на основе анализа ликвидности текущих активов организации, т.е. Их способности превращаться в денежную наличность, так как зависит от нее напрямую.

Таблица 8 - Показатели ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Нормальное ограничение | На конец года | 2016г.к 2012г., % |
| 2012г. | 2013г. | 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1. Коэффициент покрытия (текущей ликвидности) | ≥ (0,2÷0,5) | 0,8165 | 1,0574 | 0,9401 | 1,158 | 0,9743 | 119,33 |
| 2.Коэффицент абсолютной ликвидности | ≥ 0,2 | 0,0428 | 0,1062 | 0,1236 | 0,0456 | 0,0505 | 117,99 |
| 3. Коэффициент быстрой ликвидности (промежуточный коэффициент покрытия) | ≥1 | 0,4483 | 0,6363 | 0,5734 | 0,6364 | 0,4447 | 99,19 |
| 4.Наличие собственных оборотных средств, тыс. руб. | \_\_\_\_\_\_ | -24873 | -36770 | -42966 | 11422 | -17133 | 68,88 |
| 5.Общая величина основных источников формирования запасов и затрат, тыс. руб. | \_\_\_\_\_\_ | -23524 | -32135 | -36160 | 18653 | -4173 | 17,70 |
| 6.Излишек (+) или недостаток (-),тыс. руб.а) соб. оборотных средствб) общей величины основных источников для формирования запасов и затрат | \_\_\_\_\_\_ | -469 | -26603 | -12650 | 4002 | 7061 | 1505,54 |
| \_\_\_\_\_\_ | -60839  | -79577  | -83047  | -51866  | -89366 | 146,89 |
| 6.Коэффициент автономии (независимости) | ≥ 0,5 | 0,3093 | 0,4926 | 0,4455 | 0,4963 | 0,4749 | 153,54 |
| 7.Коэффициент соотношения заемных и собственных средств | ≤ 1 | 2,2333 | 1,0299 | 1,2447 | 1,0149 | 1,1056 | 49,51 |
| 8.Коэффициент манёвренности | ≥ 0,5 | -0,5116 | -0,2822 | -0,3342 | 0,1329 | -0,0371 | 7,25 |
| 9.Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования | ≥ 0,1 | 0,4961 | 0,6320 | 0,6630 | 0,8791 | 0,9835 | 198,25 |
| Коэффициент соотношения привлеченных и собственных средств | ≥ 1 | 2.2333 | 1.0299 | 1.2447 | 1.0149 | 1.1056 | 49,50 |
| 10.Коэффициент финансовой зависимости | ≤ 1,25 | 0,6907 | 0,5074 | 0,5545 | 0,5040 | 0,5251 | 76,02 |

 Исходя из данных таблицы видно, что коэффициент текущей ликвидности в отчетном периоде находится ниже нормативного значения 2, что говорит о том, что предприятие не в полной мере обеспечено собственными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств. Даже при реализации запасов у организации не будет достаточных средств для покрытия краткосрочных обязательств. За рассматриваемый период коэффициент снизился на 0,1578.

Значение коэффициента абсолютной ликвидности оказалось ниже допустимого, что говорит о том, что предприятие не в полной мере обеспечено средствами для своевременного погашения наиболее срочных обязательств за счет наиболее ликвидных активов. За рассматриваемый период коэффициент вырос на 0,0077.

Значение коэффициента быстрой ликвидности оказалось ниже допустимого. Это говорит о недостатке у организации ликвидных активов, которыми можно погасить наиболее срочные обязательства. За рассматриваемый период коэффициент снизился на 0,0036.

Уровень коэффициента автономии за анализируемый период значительно возрос (на 0,1656). Рост показателя свидетельствует об увеличении финансовой независимости, повышает гарантии погашения предприятием своих обязательств и расширяет возможность привлечения средств со стороны. Шансы предприятия справиться с непредвиденными обстоятельствами, возникающими в рыночной экономике, значительно возросли. Оценка значения коэффициента концентрации заемного капитала подтверждает этот вывод.

Коэффициент маневренности снизился с -0,5116 до-0,0371, что говорит о снижении мобильности собственных средств организации и снижении свободы в маневрировании этими средствами.

Большинство коэффициентов финансовой устойчивости ниже нормативных значений, следовательно, за анализируемый период организация имеет низкую рыночную финансовую устойчивость. Отрицательная динамика почти всех полученных коэффициентов свидетельствует о снижении рыночной финансовой устойчивости.

**2.2.3 Анализ экономических результатов предприятия .**

Согласно П(С)БУ 4 «Отчет о движении денежных средств», финансовая деятельность – это деятельность, приводящая к изменениям размера и состава собственного и заемного капитала предприятия. Движение денежных средств в результате финансовой деятельности определяется на основании изменений в статьях баланса по разделу «Собственный капитал» и статьям, связанным с финансовой деятельностью, в разделах баланса: «Обеспечение будущих расходов и платежей», «Долгосрочные обязательства» и «Текущие обязательства» («Краткосрочные кредиты банков» и «Текущая задолженность по долгосрочным обязательствам», «Текущие обязательства по расчетам с участниками» и т.п.).

В свою очередь, анализ финансового состояния - это анализ собственных оборотных средства (СОС), краткосрочных кредитов банков и займов (КК); расчетов с кредиторами по товарным операциям (КЗ).

Анализ финансового состояния предприятия охватывает вопросы формирования и использования отдельных видов финансовых ресурсов, их размещение в разных видах материальных ценностей, оценку платёжеспособности и финансовой устойчивости предприятия, скорость оборота средств.

Финансовое состояние предприятия – это сложная экономическая категория, отражающая на определенный момент состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию.

В процессе операционной, инвестиционной 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.

Таблица 9 - Анализ рентабельности

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2013г. | 2014г. | 2015г. | 2016г. | Динамика  |
| 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| 1. Рентабельность продаж (валовая маржа), % | 11.75 | 14.08 | 4.8 | 16.6 | 2.33 | -9.28 | 11.8 |
| 2. Рентабельность продаж по EBIT, % | 5.34 | 1.8 | 1.44 | 9.42 | -3.54 | -0.36 | 7.98 |
| 3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки), % | 3.82 | 2.51 | 2.13 | 8.55 | -1.31 | -0.38 | 6.42 |
| 4. Прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции (работ, услуг), % | 13.32 | 16.39 | 5.04 | 19.91 | 3.07 | -11.35 | 14.87 |
| 5. Коэффициент покрытия процентов к уплате (ICR), коэфф. Нормальное значение: 1,5 и более. | - | - | - | - | 0 | 0 | 0 |

Прибыль от продаж в анализируемом периоде составляет 16.6% от полученной выручки.
Соотношение чистой прибыли и выручки от продаж, то есть показатель рентабельности продаж по чистой прибыли, отражает ту часть поступлений, которая остается в распоряжении предприятия с каждого рубля реализованной продукции. В данном случае это 8.55%.

Таблица 10 – Темп роста прибыли, %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| 1. Рентабельность продаж (валовая маржа), % | 11.75 | 34.09 | 345.83 |
| 2. Рентабельность продаж по EBIT, % | 5.34 | 80 | 654.17 |
| 3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки), % | 3.82 | 84.86 | 401.41 |
| 4. Прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции (работ, услуг), % | 13.32 | 30.75 | 395.04 |
| 5. Коэффициент покрытия процентов к уплате (ICR), коэфф. Нормальное значение: 1,5 и более. | - | - | - |

Таблица 11 - Анализ показателей использования основных средств

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Формула | Значение | Динамика  |
| 2013г. | 2014г. | 2015г. | 2016г. | 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| 1. Фондоотдача, руб./руб. | Отношение выручки к средней величине основных средств | 6.19 | 5.22 | 5.14 | 6.44 | -0.97 | -0.08 | 1.3 |
| 2. Фондоемкость, руб./руб. | Отношение основных средств к выручке | 0.16 | 0.19 | 0.19 | 0.16 | 0.03 | 0 | -0.03 |
| 3. Рентабельность основных средств (через чистую прибыль), % | Отношение чистой прибыли к ср. стоимости ОС | 23.65 | 13.1 | 10.93 | 55.12 | -10.55 | -2.17 | 44.19 |

За отчетный период каждый рубль, вложенный в основные средства организации, принес 55.12 руб. чистой прибыли.
Фондоотдача показывает эффективность использования основных средств организации (на 1 рубль основных средств приходится 6.44 рубля выручки). Фондоотдача увеличилась на 1.3 и составила 6.44 руб.
Рентабельность основных средств предприятия возросла, что свидетельствует о возможности и достаточной эффективности привлечения инвестиционных вложений в предприятие.
Таблица 12 - Коэффициенты эффективности работы предприятия

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2013г. | 2014г. | 2015г. | 2016г. | Динамика  |
| 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| 1. Оборачиваемость оборотных средств | -17.05 | -16.92 | -16.59 | 43.33 | 0.13 | 0.33 | 59.92 |
| 2. Оборачиваемость запасов | 6.47 | 6.65 | 7.73 | 5.98 | 0.18 | 1.08 | -1.75 |
| 3. Оборачиваемость дебиторской задолженности (коэффициент оборачиваемости средств в расчетах) | 9.76 | 9.11 | 10.43 | 10.12 | -0.65 | 1.32 | -0.31 |
| 4. Оборачиваемость кредиторской задолженности | 3.96 | 4.83 | 4.69 | 5.98 | 0.87 | -0.14 | 1.29 |
| 5. Оборачиваемость краткосрочной задолженности | 3.77 | 3.6 | 3.84 | 5.86 | -0.17 | 0.24 | 2.02 |
| 6. Оборачиваемость активов (капитала) | 2.7 | 2.35 | 2.47 | 2.86 | -0.35 | 0.12 | 0.39 |
| 7. Оборачиваемость собственного чистого капитала | 8.72 | 4.78 | 5.54 | 5.76 | -3.94 | 0.76 | 0.22 |
| 8. Оборачиваемость оборотных активов | 4.85 | 4.57 | 4.99 | 5.16 | -0.28 | 0.42 | 0.17 |

Таблица 13 – Темп роста эффективности работы предприятия, %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| 1. Оборачиваемость оборотных средств | -17.05 | 98.05 | -261.18 |
| 2. Оборачиваемость запасов | 6.47 | 116.24 | 77.36 |
| 3. Оборачиваемость дебиторской задолженности (коэффициент оборачиваемости средств в расчетах) | 9.76 | 114.49 | 97.03 |
| 4. Оборачиваемость кредиторской задолженности | 3.96 | 97.1 | 127.51 |
| 5. Оборачиваемость краткосрочной задолженности | 3.77 | 106.67 | 152.6 |
| 6. Оборачиваемость активов (капитала) | 2.7 | 105.11 | 115.79 |
| 7. Оборачиваемость собственного чистого капитала | 8.72 | 115.9 | 103.97 |
| 8. Оборачиваемость оборотных активов | 4.85 | 109.19 | 103.41 |

Коэффициент общей оборачиваемости капитала показывает эффективность использования имущества, отражает скорость оборота всего капитала организации. Продолжительность нахождения капитала в активах организации возросла на 0.39 и составила 2.86 раз.
Следует отметить, что оборачиваемость дебиторской задолженности выше оборачиваемости кредиторской, что является благоприятным фактором в деятельности предприятия.
Дебиторская задолженность оборачивается медленнее оборотных средств. Это означает довольно низкую интенсивность поступления на предприятие денежных средств, то есть в итоге – уменьшение собственных средств.
Одновременное снижение показателей рентабельности и оборачиваемости активов является показателем наличия проблем, связанных, например, с реализацией продукции и работой отдела маркетинга (темпы роста выручки замедляются).
Коэффициент отдачи собственного чистого капитала показывает скорость оборота собственного капитала, т.е. отражает активность использования денежных средств. В организации на каждый рубль инвестированных собственных средств приходится 5.76 руб. выручки от продаж.
Далее приведен расчет показателя в днях.
Таблица 14 - Эффективность работы предприятия

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2013г. | 2014г. | 2015г. | 2016г. | Динамика  |
| 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| 1. Длительность оборота оборотных средств | -21.1 | -21.3 | -21.7 | 8.3 | -0.2 | -0.4 | 30 |
| 2. Длительность оборота запасов (срок хранения) | 55.6 | 54.1 | 46.6 | 60.2 | -1.5 | -7.5 | 13.6 |
| 3. Длительность оборота дебиторской задолженности (оборачиваемость средств в расчетах) | 36.9 | 39.5 | 34.5 | 35.6 | 2.6 | -5 | 1.1 |
| 4. Длительность оборота кредиторской задолженности | 90.9 | 74.5 | 76.8 | 60.2 | -16.4 | 2.3 | -16.6 |
| 5. Длительность оборота краткосрочной задолженности | 95.5 | 100 | 93.8 | 61.4 | 4.5 | -6.2 | -32.4 |
| 6. Длительность оборота активов | 133.3 | 153.2 | 145.7 | 125.9 | 19.9 | -7.5 | -19.8 |
| 7. Длительность оборота собственного чистого капитала | 41.3 | 75.3 | 65 | 62.5 | 34 | -10.3 | -2.5 |
| 8. Длительность оборота оборотных активов | 74.2 | 78.8 | 72.1 | 69.8 | 4.6 | -6.7 | -2.3 |
| 9. Среднедневной расход денежных средств, РДС | 982.9 | 1297.9 | 1586 | 1872.2 | 315 | 288.1 | 286.2 |
| 10. Интервал самофинансирования (норма более 90 дней) (А1/РДС) | 12.1 | 33.3 | 43.9 | 17.1 | 21.2 | 10.6 | -26.8 |
| 11. Продолжительность операционного цикла, дни (п.1+п.2) | 34.5 | 32.8 | 24.9 | 68.5 | -1.7 | -7.9 | 43.6 |
| 12. Продолжительность финансового цикла, дни (п.11-п.4) | -56.4 | -41.7 | -51.9 | 8.3 | 14.7 | -10.2 | 60.2 |
| 13. Длительность оборота чистого производственного оборотного капитала, дни (п.2+п.3-п.4) | 1.6 | 19.1 | 4.3 | 35.6 | 17.5 | -14.8 | 31.3 |

Таблица 15 – Темп роста показателей работы предприятия, %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014г. | 2015г. | 2016г. |
| 1. Длительность оборота оборотных средств | -21.1 | 101.88 | -38.25 |
| 2. Длительность оборота запасов (срок хранения) | 55.6 | 86.14 | 129.18 |
| 3. Длительность оборота дебиторской задолженности (оборачиваемость средств в расчетах) | 36.9 | 87.34 | 103.19 |
| 4. Длительность оборота кредиторской задолженности | 90.9 | 103.09 | 78.39 |
| 5. Длительность оборота краткосрочной задолженности | 95.5 | 93.8 | 65.46 |
| 6. Длительность оборота активов | 133.3 | 95.1 | 86.41 |
| 7. Длительность оборота собственного чистого капитала | 41.3 | 86.32 | 96.15 |
| 8. Длительность оборота оборотных активов | 74.2 | 91.5 | 96.81 |
| 9. Среднедневной расход денежных средств, РДС | 982.9 | 122.2 | 118.05 |
| 10. Интервал самофинансирования (норма более 90 дней) (А1/РДС) | 12.1 | 131.83 | 38.95 |
| 11. Продолжительность операционного цикла, дни (п.1+п.2) | 34.5 | 75.91 | 275.1 |
| 12. Продолжительность финансового цикла, дни (п.11-п.4) | -56.4 | 124.46 | -15.99 |
| 13. Длительность оборота чистого производственного оборотного капитала, дни (п.2+п.3-п.4) | 1.6 | 22.51 | 827.91 |

Оборачиваемость активов за анализируемый период показывает, что организация получает выручку, равную сумме всех имеющихся активов за 125.9 календарных дня.
Поскольку оборачиваемость кредиторской задолженности выше оборачиваемости дебиторской задолженности, то такое положение дел можно назвать положительным фактором в деятельности предприятия.
Показатель длительности оборота краткосрочной задолженности по денежным платежам (61.4 дн.), рассматриваемый как индикатор платежеспособности в краткосрочном периоде, не превышал 180 дней. Таким образом, можно предположить, что сроки выполнения обязательств еще не истекли или у предприятия хватит ресурсов, чтобы расплатиться с кредиторами.
Интервал самофинансирования (или платежеспособности) на конец отчетного периода свидетельствует о низком уровне резервов у предприятия для финансирования своих затрат в составе себестоимости.
Проведенный анализ позволил сделать следующие выводы. Финансовый цикл организации можно признать "классическим". Дебиторская задолженность покупателей и заказчиков превышает полученные авансы. Кредиторская задолженность перед поставщиками и подрядчиками превышает выданные авансы. Такая ситуация не оказывает влияния на финансовую устойчивость, поскольку дебиторская задолженность уравновешивается кредиторской. Имеет место небольшой выигрыш во времени за счет смещения финансового цикла, отсюда небольшое положительное влияние на прибыль. Положение предприятия можно охарактеризовать как рынок "покупателя" на рынке сбыта и рынке поставок.
Следует обратить внимание на то, что средняя за анализируемый период величина длительности оборота чистого производственного оборотного капитала положительна, что обеспечивает платежеспособность организации в долгосрочном периоде.
Длительность одного оборота оборотных средств увеличилась на 30 дней, что является негативным фактором для предприятия.
Срок оборачиваемости средств в расчетах показывает средний срок погашения дебиторской задолженности. Из-за увеличения срока расчетов с покупателями на 1.1 дн. из оборота были выведены дополнительные денежные средства.
Срок хранения запасов возрос на 13.6 дня, что является негативным фактором.
Оборачиваемость собственного капитала уменьшилась на 2.5 дней, что говорит о снижении ввода денежных средств в оборот.
За отчетный период длительность операционного цикла увеличилась на 43.6, что негативно характеризует деятельность организации.
В отчетном периоде финансовый цикл увеличился, что отрицательно характеризует финансовую дисциплину на предприятии.
На основе расчета продолжительности оборота оборотных активов в днях можно определить величину дополнительно привлекаемых в оборот (высвобождаемых из оборота) оборотных средств в результате замедления (ускорения) их оборачиваемости:


Величина дополнительно вовлеченных в оборот средств составила 30062.211 тыс.руб.

Величина высвобождаемых из оборота средств составила 12495 тыс.руб.

Величина высвобождаемых из оборота средств составила 44451.165 тыс.руб.

**2.3.Экономическая оценка результатов хозяйственной деятельности:**

• произошёл рост имущественного потенциала предприятия. Чтобы говорить об эффективности данного потенциала, необходимо проанализировать данное предприятие на ликвидность и платёжеспособность и выяснить сможет ли предприятие погасить все свои краткосрочные обязательства без нарушений сроков погашения, и имеет ли предприятие достаточное количество денежных средств и их эквивалентов, достаточных для расчетов по кредиторской задолженности, требующей немедленного погашения;
Среди различных причин увеличения стоимости имущества организации важно учитывать:
- влияние переоценки стоимости основных фондов, когда это увеличение не связано с развитием производственной деятельности;
- влияние инфляционных процессов, когда увеличение валюты баланса является следствием удорожания готовой продукции, а не расширением финансово-хозяйственной деятельности.
• темп роста оборотных активов ниже, чем темп роста внеоборотных активов, что создает не благоприятные условия для эффективной деятельности предприятия;
• структура заемного капитала является нерациональной, поскольку при наличии краткосрочных займов и кредитов, отсутствуют более дешевые долгосрочные кредиты.

**3. Анализ производства пивоваренной продукции в ОАО «Гамбринус»**

**3.1. Анализ рынка алкогольной продукции в Удмуртской республике и положения ОАО «Гамбринус» г. Ижевска на данном рынке.**

**Рынок алкогольной продукции.**

 Как следует из доклада Росстата о социально-экономическом положении страны, за 2016 год производство пива выросло только символически – на одну десятую долю процента. Всего за 2016 год был выпущен 781, млн декалитров пива и пивных напитков.

 Рисунок 3 - Производство пива в России

 За последние восемь лет в России закрыто 11 крупных пивоваренных заводов, в том числе: два предприятия компании Heineken, в Новотроицке и Санкт-Петербурге ( Планируют закрыть в 2017г еще одно предприятие в Калининграде); «Сан инбев» (входит в Anheuser-BuschInbev) – заводы в Пушкине, Курске, Новочебоксарске, Перми, Ангарске; Efes – в Москве и Ростове-на-Дону, «Балтика» (входит в датскую Carlsberg) – в Челябинске и Красноярске.

 Основная причина – давление государственного регулирования на отрасль, семикратный рост акциза (в 2016 г 20 руб. на 1 л пива., в 2017г- 21 руб.), запрет малых форм торговли, ограничение рекламы, введение ЕГАИС. Все это приводит к росту цен и, следовательно, снижению потребления. Но даже столь радикальные меры не всем помогают. Например, действующие заводы «Балтики» в Петербурге, Воронеже, Туле, Ярославле, Самаре, Ростове-на-Дону, Новосибирске и Хабаровске загружены лишь на 60–70% при общей мощности 40 млнгл в год.

 Непростая экономическая ситуация продолжила негативно влиять на покупательную способность потребителей, подталкивая их к выбору более дешевого товара, к сокращению частоты покупки, либо к полному отказу от нее.

 Как показывает практика, в кризисное время потребительские рынки склонны к консолидации в пользу крупных игроков. Эта тенденция обусловлена тем, что ведущие игроки обладают большей устойчивостью к рыночным изменениям за счет как правило высокой узнаваемости брендов, а также внушительных оборотных средств.

 Тем не менее ситуация на российском пивном рынке не так однозначна: за последние несколько лет совокупная доля крупнейших игроков рынка снижалась. Если в 2012 году суммарная доля лидирующей четверки («Балтика», ЗАО «Пивоварня «Москва-Эфес», ООО «Объединенные пивоварни Хейнекен» и ОАО «Сан ИнБев») достигала почти 78% в натуральном выражении, то, по итогам 2015 года, совокупная доля этих компаний снизилась до 72% ; доля региональных пивоварен увеличивалась параллельно с ростом числа мелких пивоварен. Пока крупные международные компании были вынуждены проводить реструктуризацию, в том числе закрывая предприятия, региональные пивные заводы инвестировали в обновление и рост производственных мощностей. Пока на федеральном уровне законодательные инициативы в немалой степени оказывали негативное влияние на развитие пивной индустрии в целом, местные региональные власти способствовали развитию региональных пивоварен. Данная тенденция объясняется тем, что в сложных экономических реалиях акцизные поступления являются немаловажной статьей региональных бюджетов, а следовательно и интересом властей. Еще одна отличительная черта региональных игроков заключается в том, что достаточно внушительная часть сбыта продукции приходится на сегмент разливного пива, которое реализуется в большей степени через специализированную пивную розницу. Особое внимание стоит также уделить тому факту, что специализированная розница, которая в последние годы показывает уверенные темпы роста, развивается не только за счет увеличения торговых точек, но и благодаря расширению предложения, стараясь сформировать индивидуальный ассортимент. Это приводит к тому, что региональные игроки за счет специализированной пивной розницы попадают на продовольственные полки не только в своих регионах, но и за их пределами.

 Текущая кризисная ситуация, наряду с растущими ценами, падающими располагаемыми доходами населения и рядом законодательных инициатив, адресованных пивному рынку, говорит о туманном будущем и не сулит слишком радужных перспектив для пивного рынка.

Рисунок 4. Производство пива за 2008-2016 гг

По сравнению с прошлым годом увеличение по пиву в кегах составило 7,2%, или 30,0 тыс. дал, пиво в стеклянной бутылке снизилось на 15,5% или 39 тыс. дал, пиво в ПЭТ таре снизилось на 3,8% или 34 тыс. дал.

В структуре фактического выпуска по таре за 2016 года произошли изменения по сравнению с 2015 годом. Продолжительный рост в предыдущие 4 года (2012 -2015 г.г.), доли пива, выпущенного в ПЭТ бутылке прекратился и снизился.

Рисунок 5-Доли выпуска пива по различным видам тары в сравнении с 2012 по 2016 гг.

****

Рисунок 5. Структура выпущенной продукции по таре за 2012 г.-2016 г.

В 2016 году производилось 19 сортов пива. В течение года выпущены сорта пива собственной разработки: напиток пивной «Пиво вишневое «Сакура японская»», «Ирландский эль», «Дачное», «Банное».

**3.2. Анализ рынка безалкогольной продукции в Удмуртской республике и положения ОАО «Гамбринус» г. Ижевска на данном рынке.**

Цех безалкогольных напитков произвел в 2016 году наряду с безалкогольными напитками и квасом и новый продукт – питьевую воду, первый выпуск которой состоялся в декабре 2015 года. Напитки нашли своего покупателя. География продаж активно расширяется. Удмуртия, Пермский край, Екатеринбург – потребители узнают вкус новой нашей продукции.

Таблица 16 - Безалкогольные напитки

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Ед. изм. | 2016г. | 2015г. | 2014г. | Динамика  |
| Безалкогольные напитки, в том числе: | тыс. дал | 738,5 | 525,5 | 183,9 | 554,6 |
| - газированные напитки «Лимонад», «Дюшес», «Тархун» | тыс. дал | 75,5 | 72,5 | 47,6 | 29,9 |
| - квас «Бодрый окрошечный», «Бодрый Хлебный», «Бодрый ягодный» | тыс. дал | 628,3 | 453 | 136,3 | 492 |
| - питьевая вода (газированная, негазированная) | Тыс. дал. | 34,7 | - | - | 34,7 |

По вкусовым предпочтениям, общество развивает тенденцию производства напитков с традиционными классическими вкусами: Лимонад, Дюшес, Тархун (которые рассматриваются потребителями как более здоровые и натуральные).

По оценкам Росстата, в 2015 году каждым россиянином было выпито 93,7 литра безалкогольных напитков. Однако отрасль еще далека от насыщения. К примеру, в Европе среднедушевое потребление безалкогольных напитков составляет более 200 литров в год.

Рынок безалкогольных напитков в России практически полностью формируется отечественными производителями: в 2015 году ими было разлито более 13,3 млрд литров продукции. По сравнению с 2014 годом спад производства составил 4,8%, хотя годом ранее отмечался рост 4,7%.

Наиболее популярными безалкогольными напитками в России являются минеральная вода и сладкая газировка: на их долю в сумме приходится более 68,8% годового объема потребления.



 Рисунок 6- Структура потребления безалкогольных напитков.

 Следом идут соки и нектары, занимающие около 12% выпиваемых россиянами безалкогольных напитков. Замыкает тройку лидеров квас и напитки на его основе – в общем объеме потребления они занимают чуть более 4%.

 Вплоть до 2014 года объемы потребления безалкогольных напитков росли на 2-3% в год, причем наиболее активно развивался сегмент минеральной воды, темпы роста которого опережали темпы роста рынка в среднем в 2 раза. В немалой степени этому способствовало низкое качество водопроводной воды. В 2015 году потребление минеральной воды упало на 3,8%, причем если объемы потребления негазированной воды снизились на 1,6%, то газированной – на 13,1%. За 5 месяцев 2016 года потребление негазированной воды выросло на 1% относительно аналогичного периода предыдущего года, а газированной – снова снизилось на 0,8%.

 А вот потребление сладкой газировки «топчется на месте». Основная причина – пропаганда здорового образа жизни и патриотизм. Дело в том, что львиную долю сегмента сладких газированных напитков занимает продукция компаний PepsiCo и CocaCola. Тем не менее, по итогам 5 месяцев 2016 года, производство сладких газированных напитков в стране выросло на 3,9% относительно аналогичного периода предыдущего года. Причина в переориентации некоторой части потребителей с резко подорожавших соков и нектаров на более дешевую сладкую газировку.

Потребление кваса растет, хотя и очень медленно. Кроме того, квас – это сезонный напиток, пик его популярности приходится на апрель–июль. За 4 месяца россияне выпивают более 70% годового объема потребления кваса. А вот осенью и зимой спрос на этот напиток падает, оживляясь только к марту.

 В региональном разрезе половина российского производства минеральной воды приходится на 9 регионов: Карачаево-Черкесию (9,5%), Московскую область (8,1%), Ставропольский край (7,4%), Липецкую область (7,3%), Новосибирскую область (5,8%), Татарстан (3,3%), Самарскую область (2,9%), Свердловскую область (2,7%) и Краснодарский край (2,3%).
 Что касается сладких газированных напитков, то их основная доля выпускается на заводах компаний CocaCola и PepsiCo, расположенных в Московской, Ленинградской, Самарской, Орловской, Свердловской, Новосибирской и Ростовской областях, а также в Приморском, Красноярском и Краснодарском крае.

 Основные производители кваса и квасных напитков расположены в Северо-Западном, Центральном и Приволжском округах, чья суммарная доля в общероссийском объеме выпуска достигает 80%. Так, на долю Новгородской области приходится 32% выпускаемого в РФ кваса, на Москву и Московскую область – 22%, на Рязанскую область – 3,3%, а на Чувашию – 3,2%.

 В перспективе российский рынок безалкогольных напитков продолжит развиваться, даже несмотря на кризис. Причин тому несколько. Во-первых, водопроводная вода вряд ли улучшится, скорее – наоборот. Соответственно, те потребители, которые следят за своим здоровьем, будут вынуждены покупать бутилированную воду. Во-вторых, большинство безалкогольных напитков остаются доступными для населения, поскольку их производство очень слабо зависит от импортного сырья (за исключением сокового сегмента). И, в-третьих, столь популярное у россиян пиво стало неоправданно дорогим.

Таблица 17 -SWOT Анализ ОАО «Гамбринус»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Возможности**1. Приобретение нового оборудования позволит справиться с возросшей загрузкой, особенно летом2. Быстрая доставка покупателям дает весомое конкурентное преимущество3. Стабильность качества позволяет создать хорошую репутацию у брендов.4.Преимущество в наличии качественного отдела продаж обеспечивает отличный рост дистрибуции брендов.5.приобретениеновогооборудования. | **Угрозы**1. Тенденция к сокращению количества точек продажи из-за ужесточения критериев для возможности торговли (запрет на рекламу, дегустации, продажу после 22,00)2. Тенденция к увеличению цены на продукт за счет принятия законов о лицензировании пива.3 Высокий уровень конкуренции в сегменте реализации пива добавляет трудностей для увеличения дистрибуции брендов компании.4.Рост акциза за литр.5. Изменение цен на сырье, нехватка сырья 6. Запрет на использование ПЭТ-тары дл пива, объемом более 0,5л.7.ВведениесистемыЕГАИСдляпроизводства, оптовых поставок пива и в рознице. |
| **сильные стороны**1. Наличие и возможность приобретения высокотехнологичного современного пивоваренного оборудования.2. Быстрая доставка товара покупателям, обусловленная наличием собственной доставки.3. Большой опыт пивоварения в компании, устоявшиеся технологии, стабильное качество, сотрудничество с чешскими производителями пива4. Наличие наработанной базы клиентов5. Квалифицированный молодой персонал предприятия | модернизация производства,возможности расширении рынка сбыта так в УР, так и за ее пределами,дипломатические отношении с поставщиками и клиентами. | заменаоборудованиенаболеебезопасноебезиспользованиивпроизводствевредныххимическихвеществ.заключение договора с надежными поставщиками сырья. |
| **Слабые стороны**1. Нацеленность законодательства против развития пивной отрасли.2. Наличие конкурентов на рынках УР и России3. Отсутствие запоминающейся торговой марки потребителю4. Невысокий уровень престижности компании.5. Менее привлекательна тара по сравнению с другими импортными аналогами. | Правильна выстроена логистика для уменьшении затрат на транспорт,повышение качества продукции, себестоимостиграмотная разработка стратегии развитии, модернизация и лиребрендинг продукции. изменение дизайна упаковки | Уменьшении количества брака на заводе, увеличение продаж о 22.00, реклама безалкогольной продукции. |

Существенные правовые риски эмитента связаны в основном с изменением политики государства в области регулирования производства и реализации пива на территории Российской Федерации, правовыми полномочиями субъектов Федерации по установлению дополнительных требований (ограничений) в области продаж пива.

Изменение законодательства РФ, регулирующего экспортно-импортные операции, вполне возможно, что отразится на деятельности эмитента

Таблица 18- Сильные стороны

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| Сильная сторона | Описание |  |
| 1. Наличие и возможность приобретения высокотехнологичного современного пивоваренного оборудования. | В компании есть возможность приобретать новое пивоваренное оборудование в рассрочку, за счёт длительных деловых отношений с поставщиками. Преимущество данной возможности состоит в том, что компания может быстро отреагировать на скачок покупательского спроса. |  |
| 2. Быстрая доставка товара покупателям, обусловленная наличием собственной доставки. | На рынке пива очень важно оперативно реагировать на покупательский спрос. Наличие собственного автопарка - гарантия максимально оперативного реагирования на заявки покупателей. |  |
| 3. Большой опыт пивоварения в компании, устоявшиеся технологии, стабильное качество, сотрудничество с чешскими производителями пива | Наличие устоявшихся технологий и поставщиков сырья - самое важное конкурентное преимущество и отличительная ОАО «Гамбринус» |  |
| 4. Наличие наработанной базы клиентов. | Наработанная база клиентов даёт возможность обеспечить безубыточность работы компании круглогодично. |  |
| 5. Квалифицированный молодой персонал предприятия | Новые идеи, новы взгляд на производство, нововведения. |  |

В течение года обществом не были совершены без одобрения общего собрания акционеров крупные сделки.

В 2016 году сделок, в совершении которых имеется заинтересованность и которые в соответствии с требованиями главы XI Закона «Об акционерных обществах» должны быть одобрены до момента их совершения, Общество не заключало.

Таблица 19- Возможности

|  |  |
| --- | --- |
| Возможность | Описание |
| 1. Приобретение нового оборудования позволит справиться с возросшей загрузкой пивоварни летом | Для поддержания стабильности качества пива, необходимо увеличивать производительность оборудования. |
| 2. Быстрая доставка покупателям дает весомое конкурентное преимущество | Оперативность реагирования на заказы клиентов очень важный фактор для формирования лояльности и долговременности отношений с партнерами. |
| 3. Стабильность качества позволяет создать хорошую репутацию у брендов. | Самое важное в продаже разливного пива - создать узнаваемость бренда и отличную репутацию среди потребителей. |
| 4. Преимущество в наличии качественного отдела продаж обеспечивает отличный рост дистрибуции брендов5.Возможности расширении рынка сбыта так в УР, так и за ее пределами | Самое важное в продаже разливного пива - создать узнаваемость бренда и отличную репутацию среди потребителей. Наличие квалифицированного персонала позволит путем переговоров и заключении договоров расширить географию поставок продукции |

Сильные стороны предприятия и его возможности - это оптимистично выраженные факторы и ресурсы организации, которые помогают преодолевать трудности и процветать. Любая фирма заинтересована, прежде всего, в получении прибыли, и поэтому очень важно своевременно выделить сильные и слабые стороны, для того, чтобы знать над чем нужно работать, а чем уже можно пользоваться. В бизнесе, как и на войне: если ты знаешь себя и противника - ты победишь, но если не знаешь даже себя, то никакое знание противника тебе не поможет выиграть войну.

Таблица 20-Слабые стороны

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| Слабые стороны | Описание |  |
| 1. Нацеленность законодательства против развития пивной отрасли. | Последнее время наблюдается тенденция к увеличению запретов к торговым точкам, осуществляющим продажу пива со стороны законодательных органов. |  |
| 2. Наличие конкурентов на рынке УР и России | Серьезная конкуренция создает трудности при заключению договоров с новыми торговыми точками. |  |
| 3. Отсутствие запоминающейся торговой марки потребителю | Слабая потребляемость брендов в торговых точках за счёт низкой узнаваемости. |  |
| 4. Невысокий уровень престижности компании. | Большинство высококвалифицированных кадров предпочитают выбирать крупные иностранные компании, за счёт этого приходится предлагать материальные условия выше, чем в них для привлечения ценных работников. |  |
| 5.Менее привлекательна тара по сравнению с другими импортными аналогами | Дизайн упаковки не очень запоминающийся потребителям. |  |
|  |  |  |

Очень важно четко сформировать слабые стороны предприятия. Причем этот список тем лучше, чем он пессимистичнее и полнее. Это позволяет трезво оценивать свои шансы на различных рынках, правильно выбирать стратегию развития. Торможение становиться существенным при слиянии (синтезе) основных слабостей организационной системы с существенными угрозами внешней среды. При этом также нельзя игнорировать сильные стороны предприятия и возможности внешней среды. Так формируется вариант пессимистической траектории организации. Она может трансформироваться в "спираль краха", если имеет место тенденция ("эффект домино") к ослаблению возможностей и сильных сторон, с одной стороны, и усилению угроз внешней среды в сочетании с нарастанием слабых сторон организации.

Таблица 21 -Угрозы

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| Угрозы | Описание |  |
| 1. Тенденция к сокращению количества точек продажи из-за ужесточения критериев для возможности торговли ( запрет на рекламу, дегустацию, продажу алкогольной продукции после 22,00) | Из-за сокращения количества торговых точек, есть угроза сокращения объёмов продаж. |  |
| 2. Тенденция к увеличению цены на продукт за счет принятия законов о лицензировании пива. | Из-за высокой цены на продукцию, есть угроза сокращения потребялемости продукции за счёт недостаточности средств у потребителей и переход их на потребление более дешёвых видов пива. |  |
| 3. Высокий уровень конкуренции в сегменте реализации пива добавляет трудностей для увеличения дистрибуции брендов компании. | Высокий уровень конкуренции ведет к увеличению длительности распространения пива и сокращению потребляемости брендов компании. |  |
| 4. Рост акциза за литр5. Изменение цен на сырье, нехватка сырья6. Запрет на использование ПЭТ-тары дл пива, объемом более 0,5л.7. Введение системы ЕГАИС для производства, оптовых поставок пива и в рознице | Акциз вырос с 15 до 18 руб.Летом, когда производственна мощность завода задействована полностью, стремительны рост заявок от потребителей может не хватить сырьяЕдиная государственная автоматизированная информационная система) — автоматизированная система, предназначенная для государственного контроля за объёмом производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции |  |

Как видно из таблицы , угроз у предприятия много, причем есть угрозы со стороны государства, которые крайне сложно преодолеть. Данный вид угроз относится к объективным. Объективные угрозывозникают без участия и помимо воли хозяйствующего субъекта в лице предпринимателя, за которым стоит все предприятие, весь персонал и все ресурсы. Как правило, это угрозы, которые в договорах прописываются, как форс-мажорные или обстоятельства непреодолимой силы: войны, локальные вооруженные конфликты, природные катастрофы, научные открытие и т.п.

Таблица 22-STEP анализ

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| STEP-Факторы | Что дает возможности | Что дает угрозу |  |
| Политические | Из-за ужесточения условий для производителей и точек распространения пива, слабые предприятия закроются, дав возможность более сильным компаниям занять их долю. | В зависимости от величины и масштаба изменений в законодательстве, сокращение может достичь и ОАО «Гамбринус» |  |
| Экономические | Увеличение стоимости лицензии и сырья пива, за счёт его лицензирования, может повлечь за собой увеличение себестоимости, отсюда, продукция некоторых конкурентов может стать неконкурентоспособной за счёт своей цены. | В зависимости от сроков принятия законов, будет зависеть, успеет ли предприятие наработать себе достаточную базу для того, чтобы держать конкурентоспособность. |  |
| Социальные | Запрет на рекламу пива в СМИ и теле, радио вещании и это может сократит потребление пива, а за счёт того, что пиво будут потреблять в допустимых количествах, нация оздоровится и сможет себе позволить финансово более дорогие виды пива, тем самым увеличивая потребление. | Государство проводит агрессивную социальную программу против алкоголя и курения. Под влиянием рекламы и социальных мероприятий, потребление пива снижается. |  |
| Технологические | Создаются более экономичные агрегаты, они занимают меньше места, обладают большей производительностью. За счёт этого можно снизить себестоимость продукции | Новые заводы могут опередить по производительности. |  |
|  |  |  |  |

Вывод: SWOT анализ показал, что за счет сильных сторон имеет возможности, которые позволяют ему успешно функционировать, снижая угрозы и постепенно уменьшая слабые стороны. Предприятие имеет все необходимое, чтобы развиваться и занять на рынке УР лидирующие позиции. STEP анализ прояснил ситуацию во внешней среде и подтвердил выводы, сделанные по SWOT анализу.

Таблица 23.Пивоваренные заводы в УР

|  |  |
| --- | --- |
| 01. [ОАО "Гамбринус"](http://comready.ru/company/4507665) | Удмуртская республика, г. Ижевск |
| 02. [ООО "Баад"](http://comready.ru/company/5133915) | Удмуртская республика, г. Камбарка |
| 03. [ООО "Пестов. Британское пиво"](http://comready.ru/company/6385665) | Удмуртская республика, Шарканский район |
| 04. [ЗАО "Сарапульский Дрожжепивзавод"](http://comready.ru/company/6774680) | Удмуртская республика |
| 05. [ООО "Пивоваренный завод"](http://comready.ru/company/7799474) | Удмуртская республика |

Таблица 24. Производители производства пива в УР на 2016год.

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование организации | Отгружено потребителям по данным деклараций (далл) |
| Баад, ООО | 332982,8 |
| Пестов Британское пиво, ООО | 132148,8 |
| Гамбринус, ОАО | 1579726,6 |
| Сарапульский дрожжепивзавод ЗАО | 21515,6 |
| Пивоваренный завод, ООО | 2794,0 |

Рассматривая производителей пива в УР можно отметить, что лидером про производству пива в УР является. ОАО «Гамбринус» всего отгружено потребителя за 2016 год 1579726,6 далл. На нижней позиции остановилась ООО Пивоваренный завод,с отгрузкой потребителям в 7055,0 далл.

Таблица 25 . Анализ доли рынка по объему продаж в УР среди пивоваренных заводов

|  |  |
| --- | --- |
| Компании | Средняя доля рынка по объему, год |
| 2012г. | 2013г. | 2014г. | 2015г. | 2016г. | Абсолютное изменение, +/- |
| Баад, ООО | 51,2 | 46,8 | 41,1 | 35,2 | 31,7 | -19,5 |
| Пестов Британское пиво, ООО | 2,6 | 1,9 | 6,9 | 5,7 | 12,1 | 9,5 |
| Гамбринус, ОАО | 15,7 | 18,3 | 16,9 | 20,1 | 23,6 | 7,9 |
| Сарапульский дрожжепивзавод ЗАО | 23,7 | 20,9 | 21,5 | 19,8 | 16,2 | -7,5 |
| Пивоваренный завод, ООО | 5,6 | 9,3 | 11,5 | 12,1 | 15,9 | 10,3 |
| Прочие производители | 1,2 | 2,8 | 2,1 | 7,1 | 0,5 | -0,7 |
| Итого: | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |   |

На основании таблицы можно сделать вывод, что лидирующие позиции по объему продаж пива в УР занимает Баад, средняя доля рынка по объему составляет 41,2 %. ОАО «Гамбринус» занимает 2местоисоставляет 18,92%. С каждым годом организация завоевывает большую долю рынка, так 2012 года доля рынка возросла на 7,9%.

Таблица 26-Отчет о прибылях и убытках.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Выручка | 400982 | 543839 | 599760 | 808203 |
| Себестоимость продаж | 241446 | 315722 | 362420 | 422044 |
| Валовая прибыль (убыток) | 159536 | 228117 | 237340 | 386159 |
| Коммерческие расходы | 82721 | 114929 | 162505 | 198748 |
| Управленческие расходы | 29692 | 36608 | 46048 | 53212 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 47123 | 76580 | 28787 | 134199 |
| Доходы от участия в других организациях | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Проценты к получению | 181 | 764 | 283 | 270 |
| Проценты к уплате | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие доходы | 16259 | 9767 | 9286 | 7424 |
| Прочие расходы | 42149 | 77318 | 29704 | 65775 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения | 21414 | 9793 | 8652 | 76118 |
| Текущий налог на прибыль | 6722 | 6232 | 68 | 12597 |
| • в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы) | 2627 | 775 | 2513 | 2970 |
| Изменение отложенных налоговых обязательств | 404 | 3286 | 2171 | 495 |
| Изменение отложенных налоговых активов | 215 | 6784 | 2004 | 5102 |
| Прочее | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Чистая прибыль (убыток) | 14504 | 7059 | 4409 | 57924 |

В 2016 году чистая прибыль ОАО «Гамбринус» составила 57924 тыс. руб., для того что бы увеличить данные показатели необходимо совершенствовать хозяйственную деятельность завода. ОАО «Гамбринус» уделяет первостепенное внимание вопросам увеличения объема продаж выпускаемой продукции, устойчивой политики в области обеспечения стабильного качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции. Для достижения данных целей необходимо постоянно развивать производство, внедрять новые технологии, современные методы организации продаж и т.д.

Общие перспективы:

1.поддерживать стабильное качество продукции путем повышения требований к качеству закупаемого сырья, водоподготовки, обеспечения санитарно-гигиенических требований, применения современного автоматизированного производства и современных технологий;

2.обеспечить постоянное производство и спрос на новые виды продукции, укрепление на рынке торговой марки «Гамбринус»;

3.расширить географию продаж продукции на новых территориях;

4.проводить взвешенную ценовую политику, обеспечивая доходность и конкурентоспособность продукции;

5.в рекламной кампании акцентировать внимание потребителей на полноценном составе сырья и современном оборудовании;

 Перспективы в области производства и реализации пива:

6.сохранить достигнутые объемы производства и реализации пива.

7.добиться максимального использования мощностей по производству пива в осеннее -зимний периоды;

8.акцентировать внимание поставщиков сырья (солода) на гарантировании стабильного качества;

9.продолжать работы по улучшению качества и дизайна тары и этикетки;

10.в условиях запрета на рекламу, кроме как в местах продаж, рекламу пива акцентировать на традиционную технологию, натуральное сырье, отсутствие заменителей.

Перспективы в области производства и реализации напитков:

В условиях продолжающегося давления на пивную отрасль, задача увеличения доли безалкогольных напитков в общем выпуске выходит в разряд приоритетных.

11.расширения географии и увеличение продаж имеющегося ассортимента кваса и газированных напитков.

12.организовать поставку напитков во все федеральные сети, представленные в УР

13.проработка новых направлений безалкогольных напитков.

**4. Совершенствование механизма управления хозяйственной деятельности ОАО «Гамбринус» г. Ижевска Удмуртской Республики.**

**4.1. Резерв повышения эффективности производства на основе модернизации участка розлива и упаковки бутылочного пива.**

Целью работы ставится проведение модернизации линии розлива пива, с целью устранения ряда конструктивных недостатков системы автоматического управления. Для выполнения работ по достижению цели дипломного проектирования будет осуществлен:

- подбор микропроцессорного управляющего узла, отвечающего заявленным требованиям и внедрен ЭВМ .

- проектирование мест расположения и выбор датчиков на линии розлива. -

- разработка информационной структуры создаваемой системы.

- разработка, написание и отладка программного обеспечения, необходимого для выполнения поставленных задач.

- Также будут рассмотрены вопросы безопасности жизнедеятельности при работе на данной линии, экологические вопросы производства , а также экономические аспекты модернизации.

Для модернизации данного участка производства предлагается внедрение

**KHS бочонка пива линии розлива 60 КЕГ / час**

Это КЕГ линия выступил KHS Till в 2002/2003 году, она имеет один внешний шайбу работы с моющим средством / пара низкого давления, один линии розлива, которая имеет 4 станций; один для каустической, один для кислоты и один для промывки горячей водой, один для пива заполнения с промывкой CO2.Линия имеет также автоматическую проверку на станции взвешивания и пневматические системы отвергают, что не полностью заполненных бочек.Линия имеет два небольших CIP танки один за едкие и один для кислоты. CO2 и пар низкого давления кормили от коммунальных растений.

Таблица 27. Технические характеристики и показатели эффективности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Старое оборудование | **KHS бочонка** |
| Тип | 2 моющие головки, 1 головка розлива | 4 моющие головки, 1 головка розлива |
| Производительность | 40 бочек при 50 л. 50 бочек при 30 л. | 50 бочек при 50 литров, 60 бочек при 30 литров. |
| Исполнение | Нержавеющая сталь | Нержавеющая сталь |
| Год выпуска | 1990 | 2003 |
| Комплектация | Входной транспортер, общая длина 2 метра | Входной транспортер с приводной станцией, общая длина 1 метр |
|  | Станция внутренней мойки | Станция наружной мойки (щеточная) |
|  | нет | Станция приготовления и подачи моющего раствора |
|  | нет | Полная трубная обвязка насосами и перепускной арматурой датчиками давления и температуры |

Производительность оборудования которое стоит на данный момент времени имеет производительность 40 КЕГ/ час. Оборудование работает 20 часов в сутки, следовательно в день производится 800 КЕГ.

С новым оборудованием производительность с 800 КЕГ/день увеличится до 1200 КЕГ/ день.

Так как оборудование автоматизированное оборудование высвобождает 2 рабочих места.

Стоимость **KHS бочонка пива линии розлива 60 КЕГ / час составляет 5432,678 тыс. руб.**

**Стоимость данного оборудования составит 1062, 075 тыс. руб. Финансирование осуществляется за счет собственных средств. Срок окупаемости равен**

Таблица 28.Показатели эффективности реализации продукции до и после внедрения **KHS бочонка пива линии розлива.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2016 г | По проекту | Абсолютное изменение +/- |
| Объем продаж, тыс. дал | 1569 | 1574, 76 | 5, 76 |
| Прибыль, тыс. руб | 28787 | 30361, 76 | 437, 30 |
| Себестоимость, тыс. руб | 362420 | 361094, 37 | -1325, 62 |
| Выручка, тыс. руб | 391207 | 391456, 13 | 249, 13 |
| Уровень рентабельности, % | 7,9 | 8,4 | 0,5 |
| Срок окупаемости | 2, 4 года |

По данным таблицы видно, что после внедрения данного мероприятия прослеживается положительная динамика изменения показателей эффективности. Так объем продаж увеличился на 5, 75 тыс. далл. Прибыль увеличилась на 437, 3 тыс. руб. уровень рентабельности увеличится на 0,5%.

**4.2. Резерв повышения эффективности производства на основе внедрения системы мембранного фильтрования**
Традиционный процесс фильтрации многоступенчатый, достаточно сложный и длительный. Цель фильтрования - сделать пиво настолько стойким, чтобы в нем на протяжении длительного времени не возникало никаких видимых изменений, и пиво сохраняло свой внешний вид. Затем пиво подвергается пастеризации, которая решает проблему длительного хранения продукта, но выхолащивает "живой" вкус пива и сводит все его полезные свойства, разрушая витамины, белки и ферменты.
Одним из последних достижений в технике фильтрации являются мембранные тангенциальные фильтры. Другое название "Crossflow". Фильтрование осуществляется тангенциальным потоком через полипропиленовые мембраны с размером пор 0,2 мкм. Эти системы позволяют фильтровать жидкости с большим содержанием взвесей сразу до стерильного уровня, причем, без применения расходных фильтрующих материалов. Применение таких фильтров также снимает необходимость пастеризации, благодаря чему называется "холодной пастеризацией".
Использование процесса микрофильтрации в производстве пива весьма актуально. Например, применение микрофильтрации вместо диатомитовых намывных фильтров устраняет проблемы, связанные с ликвидацией отходов и, кроме того, дает возможность получения стерильного продукта. Другим применением процесса микрофильтрации является выделение пива из отработанных дрожжей. Преимуществом процесса микрофильтрации в отличие от традиционных технологий являются высокое качество полученного пива и высокая степень микробиологической безопасности процесса.
Важным для сохранения качественных характеристик компонентов пива как продукта является обеспечение пропускной способности мембраны, но в полном объеме адсорбция протеинов, таких сахаридов, как бетаглюкан и крахмал, а также минералов происходит всегда внутри пор мембраны. Еще одним важным фактором в процессе микрофильтрации является размер пор мембраны. Одна из главных причин засорения кроется в глубине пор. От их размеров зависит и качество готового пива. Требуется еще раз напомнить, что при фильтрации не должны быть удалены главные компоненты пива, но в то же время дрожжи и бактерии должны быть устранены. При фильтрации пива наиболее приемлемым с точки зрения сохранения качества продукта является использование мембраны с диаметром пор 0,5 мкм.
Принцип Crossflow используется в фильтрующих системах со специальной мембраной. Во время фильтрации дрожжевая суспензия проходит посредством турбулентного течения параллельно мембране. Мембрана располагается между нефильтрованным и фильтрованным продуктом. Разница давлений дает возможность фильтрату (пиву) проходить через мембрану. Твердые частицы, оседающие на поверхности фильтрующей мембраны, уносятся суспензией благодаря турбулентному потоку. Поток фильтрата остается практически постоянным, при этом достигается равновесие между оседающими и уносимыми частицами.
Обычно по завершении брожения дрожжи считаются бесполезным осадком. Предыдущие технологии брожения не предполагали получения качественного пива из дрожжей, осевших в танках. Дрожжи обычно сушили в сушилках и использовали в качестве сухого корма для скота или продавались в жидком состоянии. Пивные дрожжи содержат высококачественный белок, углеводы, витамины и состоят исключительно из органических компонентов. Дрожжевая биомасса в ходе брожения увеличивается в 3-4 раза, так что избыточные дрожжи составляют примерно 2-3% ежегодной продукции. Из такого количества возможно снова получить 50-60%. Самый лучший момент для фильтрации дрожжей - сразу же по окончании брожения.
Цилиндроконические бродильные танки являются стандартными в современном пивоварении и делают возможным отделение дрожжей в закрытой автоматической системе при оптимальных биологических условиях. Получение пива при использовании процесса микрофильтрации Crossflow является новой технологией в современном пивоварении, которая дает экономическую выгоду в производстве пива без использования таких фильтрующих материалов, как диатомит или перлит. Преимуществами керамических мембран являются:
• стойкость по отношению воздействующему давлению до 100 атмосфер;
•инертный материал;
• большой срок службы;
• стойкость к трению (внешнему воздействию);
• гарантированная эффективность фильтрации и ее быстрота;
• стойкость по отношению к чистящим средствам, таким как детергенты, кислоты, щелочи с рН 0-14, за исключение фосфорной кислоты;
• хорошо чистятся паром и при температуре до 130°С.
В разливаемом пиве могут присутствовать фрагменты дрожжей, поэтому пастеризация или другая обработка пива уже не потребуется. Целесообразной является установка двух танков: один используется для сбора отработанных за день дрожжей, другой в это время дезинфицируется. Рециркуляционный насос для перемешивания собираемых дрожжей не дает им возможности осесть. Объем резервуара для выделенного пива равен приблизительно 60-70% резервуара для дрожжевого осадка.
Все параметры, такие, как температура, давление, скорость обратной циркуляции и скорость фильтрования устанавливаются с учетом требований процесса и обеспечиваются автоматически.
Перерыв между окончанием предыдущего и началом следующего фильтрования составляет 60 минут. Каждую неделю требуется обработка горячей щелочью и кислотой. Кислота и щелочь могут использоваться многократно. Такая обработка длится примерно 2,5 часа. Фильтрация и очистка ведутся в автоматическом режиме, а поэтому дополнительный обслуживающий персонал не потребуется.
Ниже приведена спецификация на фильтрационную систему такого типа.

Таблица 29. Технические характеристики и показатели эффективности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Пастеризатор | Трековый мембранный аппарат |
| Материал мембраны  | полиэтилентерефталат (лавсан)  | полиэтилентерефталат (лавсан)  |
| Толщина мембраны  |  | 10 мкм  |
| Ширина мембраны  |  | 320 мм  |
| Граница размера пор, мкм  |  | от 0,4 до 3,0  |
| Стерилизация  | автоклавирование при температуре до 98 С | автоклавирование при температуре до 150 С |
| Рабочий температурный диапазон  | От — 30 до 100 С | от -40 до +120 С  |
| Химическая стабильность в кислых и щелочных средах  | рН от 4 до 10  | рН от 2 до 12  |
| Площадь мембран в кассете  | - | 1,5 м2  |
| Число кассет в аппарате | - | 3  |
| Дебит фильтруемой среды |  | не менее 5000 л/ч на кассету  |
| Рабочее давление | До 0, 37 МПа  | до 0,2 МПа  |

1. Учитывая, что отфильтрованные дрожжи составляют примерно 2-3% ежегодной продукции и мембранный фильтр позволяет извлечь из этого количества 50-60% пива, получаем увеличение выпуска продукции на:
1579,73тыс.дал \* 0,025 \* 0,55 = 21, 71тыс. дал пива в год
или
21, 71 тыс.дал \* 530 руб/дал = 11506,3 тыс.руб в год

Таблица 30. Увеличение выпуска продукции за счет экономии сырья

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Продукция  | 2016 г | По проекту | Абсолютное изменение, +/- |
| Объем производства, тыс. дал | 1579, 73 | 1601, 44 | 21, 71 |
| Выручка от реализации, тыс. руб | 391207 | 402713,3 | 11506,3 |

Таким образом, можно сделать вывод, что увеличение выпуска продукции происходит за счет рационального использования используемых дрожжей.

Выручка в этом случае увеличится на 2,9%.
2. Можно реализовать по остаточной стоимости пастеризационную установку: стоимость на момент приобретения - 684,8тыс.руб, проэксплуатирована 2 года, срок эксплуатации - 5 лет, остаточная стоимость 410,88тыс. руб. Выбытие пастеризатора освобождает 3 рабочих места.

Таблица 31. **Показатели эффективности реализации продукции до и после внедрения системы мембранного фильтрования**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2016 г | По проекту | Абсолютное изменение +/- |
| Объем продаж, тыс. дал | 1569 | 1590,7 | 21, 7 |
| Прибыль, тыс. руб | 28787 | 45232,34 | 16445,34 |
| Себестоимость, тыс. руб | 362420 | 357480, 96 | -25469,2 |
| Выручка, тыс. руб | 391207 | 402713,3 | 11506,3 |
| Уровень рентабельности, % | 7,9 | 12,7 | 4,8 |
| Срок окупаемости  | 3 мес.  |

При экономии используемых ресурсов, за счет внедрения нового оборудования увеличится объем продаж на 21,7 тыс. далл, прибыль увеличится на 57, 2 %. уровень рентабельности увеличится на 4, 8%. Себестоимость уменьшится 1,4 %.

**4.3.Совершенствование производства за счет технического переоснащения**

Предприятие работает на паровом и электрическом оборудовании.

Оборудование с паровым обогревом проще, безопаснее и дешевле в обслуживании. Паровое оборудование долговечно и в отличие от электрического не выходит из строя, и все детали легко заменяются на новые.

В качестве основного аппарата принимается сусловарочный котел. Он входит в состав варочного агрегата, который имеет паровой обогрев.

Аппарат предназначен для варки сусла с хмелем и выпаривания части воды с целью получения сусла с концентрацией сухих веществ 11%. Процесс кипячения с хмелем длится около 60-70 минут. При этом происходит испарение значительного количества воды 5-6%, содержание экстракта в сусле увеличивается. Режим работы аппарата периодический, температурный режим эксплуатации котла: от 95 до 106 0С, температура в перколяторе – до 135 0С. Материал аппарата легированная сталь Х18Н10Т. Технические характеристики котла представлены в таблице 36.

Таблица 32 – Технические характеристики сусловарочного котла

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристика | Значение |
| Полная вместимость, м3 | 15 |
| Коэффициент заполнения | 0,9 |
| Поверхность теплообмена наружного контура перколятора, м2 | 12 |
| Расход пара, кг/ч | 755 |
| Рабочее давление пара в перколяторе, МПа | 0,2 |
| Габаритные размеры котла, мм | 4000х3500х5037 |
| Габаритные размеры перколятора, мм | 1700х600х2000 |
| Масса, кг:- без продукта- с продуктом | 618017000 |

Целью расчета сусловарочного котла является определение расхода греющего пара и поверхности теплопередачи.

Масса исходного сусла, подаваемого в аппарат, кг [4, c. 70]:

, (27)

где Vn=15 м3 – полная вместимость аппарата;

φ3=0,9 – коэффициент заполнения аппарата;

ρ=1034 кг/м3 – начальная плотность сусла.

 кг.

Общая масса выпариваемой воды, кг [4, c. 71]:

, (28)

где ВН =8,5% и ВК =11% – начальная и конечная концентрации сухих веществ в сусле.

 кг.

Масса получаемого после варки сусла, кг [4, c. 71]:

, (29)

 кг.

Интенсивность выпаривания воды из сусла, кг/с [4, c. 71]:

, (30)

где τ =1,2 ч – время выпаривания воды из сусла.

 кг/с.

Удельная теплоемкость исходного сусла, кДж/кг К [4, c. 71]:

, (31)

где С0=1,42 кДж/кг К – удельная теплоемкость экстрактивных веществ;

Св=4,186 кДж/кг К – удельная теплоемкость воды.

 кДж/кг К.

Общий расход теплоты в сусловарочном аппарате за цикл варки с учетом потерь в окружающую среду, кДж [4, c. 71]:

, (32)

где IВТ=2608 кДж/кг – теплосодержание вторичного пара;

tK=106°С и tH=98°C – конечная и начальная температуры сусла;

k=1,05 – коэффициент, учитывающий потери теплоты в окружающую среду.

 кДж.

Масса греющего пара на варку, кг [4, c. 71]:

, (33)

где IГП=2735 кДж/кг – теплосодержание греющего пара[10, табл. XXXIX] ;

tКН=108°С – температура конденсата греющего пара [10, табл. XXXIX].

 кг.

Удельный расход пара на 1 кг выпаренной воды, кг/кг [4, c. 72]:

, (34)

 кг/кг.

Наибольшая тепловая нагрузка – на поверхность теплопередачи при кипячении сусла. Расход греющего пара в этот период работы сусловарочного аппарата, кг/с [4, c. 72]:

, (35)

 кг/с.

Тепловая нагрузка на поверхность теплопередачи, кВт [4, c. 72]:

, (36)

 кВт.

Перепад температур между греющим паром и кипящим суслом, °С [4, c. 72]:

, (37)

где tГП=135°С – температура греющего пара.

°С.

Температура стенки определяется по формуле [1, с.81]:

, (38)

где R=1860 Вт/м2 К – коэффициент сопротивления;

α=5800 Вт/м2 К – коэффициент теплопередачи.

°С.

Коэффициент теплопередачи от греющего пара к стенке, Вт/м2 К [1, с.80]:

, (39)

где СП=0,533 кДж/кг К – коэффициент пропорциональности;

λ – коэффициент теплопроводности конденсата;

ρК – плотность конденсата;

μ – динамический коэффициент вязкости конденсата;

r – скрытая теплота парообразования;

НСТ=1,19 м – высота стенки.

 находится по средней температуре пленки конденсата °С, а  - по температуре пара tГП=135°С [1, табл. 10]:

=12120, =6,83 кДж/м2 К.

 Вт/м2 К.

Коэффициент теплоотдачи от стенки к суслу, Вт/м2 К [1, с.81]:

, (40)

где q=63805Вт/м2 – удельная тепловая нагрузка.

 Вт/м2 К.

Коэффициент теплопередачи от греющего пара к суслу, Вт/м2 К [1, с.83]:

, (41)

где λСТ=46,5 Вт/м К – коэффициент теплопроводности для стали;

δ=0,008 м – толщина стенки;

η0=0,8 – коэффициент, учитывающий сопротивление образующегося при кипячении сусла осадка на внутренней поверхности аппарата.

 Вт/м2 К.

Площадь поверхности теплопередачи аппарата, м2 [4, с.72]:

, (42)

 м2.

Площадь поверхности теплопередачи на 1 м3 полной вместимости аппарата, м2/м3 [4, с.72]:

, (43)

 м2/м3.

F>1,2 м2/м3, значит аппарат работает в нормальных условиях.

Подбор технологического оборудования

Выбор оборудования заторно-варочного отделения начинается с подбора варочных агрегатов, по производительности которых рассчитываются остальные аппараты. Варочные агрегаты подбираются по количеству зернопродуктов Qсут, т, перерабатываемому в сутки. Ввиду того, что в течение полугода имеет место напряженный период выпуска продукции пивзавода, целесообразно подобрать агрегат с учетом этого фактора. Тогда, суточный расход зернопродуктов определяется по формуле

Qсут = Qгод а / nмес, (44)

где Qгод – количество зернопродуктов, перерабатываемых за год, т;

а = 0,1– доля максимального месячного выпуска пива от годового;

nмес = 16 – число дней работы отделения в месяц.

Годовой расход зернопродуктов находится на основании данных продуктового расчета. Объем товарного пива, получаемого из Q0 = 1 т зернопродуктов, составляет в среднем  56,5 гл. С другой стороны, из Qгод зернопродуктов получается год = 9·104 гл товарного пива. Тогда годовой расход зернопродуктов определится из пропорции

Q0 / Qгод = /год, (45)

то есть

Qгод = год Q0 / ; (46)

Qгод =т.

Тогда суточный расход зернопродуктов составит:

Qсут = т.

Бункер для дробленого солода выбирается с тем расчетом, чтобы вмещать помол на одну варку. Число варок в сутки равно пяти. Масса солода на одну варку составит = 2 т. Вместимость бункера на каждую тонну дробленого зернового сырья принимается равной 3 м3, вместимость бункера Vб, м3, находится по формуле

Vб = , (47)

Vб =  м3.

Таким образом, бункер, используемый на модернизированном производстве, удовлетворяет потребностям по вместимости. Он является вертикальным, имеет квадратное сечение и пирамидальное днище. Материал бункера – сталь 17ГС (ГОСТ 17066-80).

Для осуществления процесса выбирается один четырехаппаратный варочный агрегат, имеющийся на предприятии, в составе которого один заторный чан, один фильтрационный чан, один сусловарочный котел, один сборник первого сусла и промывных вод. Число оборотов его в сутки n проверяется на основании единовременной засыпи = 2 т

n = Qсут / QТ, (48)

n= 10 / 2 = 5.

Таким образом, проектная производительность позволяет сохранить аппараты варочного агрегата в неизменном количестве и составе.

Материал аппаратов варочного агрегата – 08Х18Н10Т (ГОСТ 5632-72). Технические характеристики заторного чана, фильтрчана и сборника сусла приведены в таблицах 33 – 35.

Таблица 33 – Техническая характеристика заторного аппарата «Christiancarl»

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристика | Значение |
| Количество одновременно затираемого сухого солода, кг | 2000 |
| Полная вместимость, м3 | 13 |
| Коэффициент заполнения | 0,9 |
| Поверхность нагрева днища, м2 | 6,6 |
| Рабочее избыточное давление пара, МПа | 0,2 |
| Расход пара, кг/ч | 1110 |
| Частота вращения мешалки, об/мин | 41,5 |
| Передаточное отношение червячного редуктора | 36 |
| Мощность электродвигателя, кВт | 4,5 |
| Частота вращения вала электродвигателя, об/мин | 1500 |
| Масса, кг:- без продукта- с продуктом | 412512125 |
| Габаритные размеры (длина х ширина х высота), мм | 2800х2600х4230 |

Таблица 34 – Технические характеристики фильтрационного чана «JACOBCARL»

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристика | Значение |
| Полная вместимость, м3 | 13 |
| Коэффициент заполнения | 0,9 |
| Площадь фильтрации, м2 | 9 |
| Число спускных отверстий | 9 |
| Частота вращения рыхлительного механизма, об/мин:- при удалении дробины- при рыхлении | 120,5 |
| Привод рыхлительного механизма | Двухступенчатый с двумя электродвигателями |
| Первый электородвигатель:- мощность, кВт- частота вращения, об/мин | 1,4915 |
| Второй электродвигатель:- мощность, кВт- частота вращения, об/мин | 2,2950 |
| Масляный насос:- производительность, л/мин- давление, МПа | 7,02,45 |
| Электородвигатель масляного насоса:- мощность, кВт- частота вращения, об/мин | 1,1930 |
| Масса, кг:- без продукта- с продуктом | 435015150 |
| Габаритные размеры, мм | 4200х3800х3830 |

Таблица 35 – Техническая характеристика сборника сусла «Gresser»

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристика | Значение |
| Полная вместимость, м3 | 15 |
| Коэффициент заполнения | 0,9 |
| Поверхность теплообмена перколятора, м2 | 10 |
| Расход пара, кг/ч | 500 |
| Рабочее давление пара в перколяторе, МПа | 0,2 |
| Габаритные размеры сборника (длина х ширина х высота), мм | 3500х3500х6000 |
| Габаритные размеры перколятора (длина х ширина х высота), мм | 1200х500х1500 |
| Масса, кг:- без продукта- с продуктом | 254017540 |

Ввиду наличия резервного бака холодной воды, установки дополнительной емкости не производится, как и дополнительной единицы резервуара для горячей воды. Емкости для воды изготовлены из стали 08Х18Н10Т (ГОСТ 5632-72). Они представляют собой цилиндрические сосуды с эллиптическими днищами и крышками.

Технические характеристики и состав насосов фирмы «Hilge» не меняются. Они представлены в таблице 40.

Таблица 36 – Технические характеристики насосов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Назначение насоса (марка) | Производительность, м3/ч | Напор, м | Мощность на валу, кВт | Частота вращения вала, об/мин |
| Транспортирование холодной воды (EURO-HYGIAI) | 50 | 30 | 7,5 | 1500 |
| Транспорт горячей воды (EURO-HYGIAII) | 30 | 30 | 7,5 | 1500 |
| Перекачивание сусла в сборник (EURO-HYGIAI) | 50 | 30 | 7,5 | 1500 |
| Набор сусла в варочный котел (EURO-HYGIAI) | 50 | 30 | 7,5 | 1500 |
| Перекачивание охмеленного сусла в гидроциклонный аппарат (EURO-HYGIAII) | 30 | 30 | 7,5 | 1500 |

Материал частей насосов, контактирующих с рабочими средами – 08Х18Н10Т (ГОСТ 5632-72).

Для осветления сусла выбирается (исходя из массы зернового сырья в варочном агрегате) гидроциклонный аппарат «Gresser». Материал аппарата – 08Х18Н10Т (ГОСТ 5632-72). Его техническая характеристика приводится в таблице 37.

Таблица 37 – Техническая характеристика вирпула «Gresser»

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристика | Значение |
| Максимальная производительность, гл/сут | 600 |
| Полная вместимость, м3 | 15 |
| Коэффициент заполнения | 0,8 |
| Скорость сусла на выходе из сопла, м/с | 15 |
| Время заполнения аппарата, мин | 20 |
| Диаметр сопла, мм:- наибольший- наименьший | 9040 |
| Габаритные размеры вирпула (длина х ширина х высота), мм | 3900х3800х2500 |
| Масса, кг- сухого- в рабочем состоянии | 124613000 |

Насос для подачи сусла в охладитель - это центробежный насос EURO-HYGIAIII производительностью 10 м3/ч, создающий напор 20 м, мощность на валу равна 4 кВт, частота вращения 750 об/мин.

К теплообменному оборудованию относится нагреватель воды для пивоварения и охладитель сусла. Их замены также не производится, характеристики данных аппаратов приведены в таблицах 42 и 43.

Таблица 38 – Техническая характеристика пластинчатого подогревателя воды «FISCHER»

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристика | Значение |
| Площадь рабочей поверхности одной пластины, м2 | 0,25 |
| Число волн на пластине | 11 |
| Шаг волны, мм | 16,5 |
| Глубина волны, мм | 3,5 |
| Зазор между пластинами, мм | 1,4 |
| Ширина потока, мм | 135 |
| Диаметр угловых отверстий, мм | 34 |
| Габаритные размеры пластины, мм | 750х180х0,6 |
| Число пластин | 20 |
| Габаритные размеры теплообменника, мм | 1000х250х300 |
| Рабочее давление, МПа | 0,6 |
| Производительность, м3/ч | 15 |

Таблица 39 – Техническая характеристика пластинчатого охладителя сусла «FISCHER»

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристика | Значение |
| Площадь рабочей поверхности одной пластины, м2 | 0,545 |
| Число волн на пластине | 22 |
| Шаг волны, мм | 23 |
| Глубина волны, мм | 7 |
| Зазор между пластинами, мм | 2,8 |
| Ширина потока, мм | 270 |
| Диаметр угловых отверстий, мм | 67 |
| Габаритные размеры пластины, мм | 1500х360х1,2 |
| Число пластин в первой секции | 140 |
| Число пластин во второй секции | 60 |
| Габаритные размеры теплообменника, мм | 2500х500х1900 |
| Рабочее давление, МПа | 0,6 |
| Производительностьпо паспорту, л/ч | 1000 – 6500 |
| Производительность, л/ч | 5000 |

Материал теплообменников – 08Х18Н10Т (ГОСТ 5632-72).

Аэратор сусла, предназначенный для насыщения охлажденного сусла кислородом, устанавливается после пластинчатого охладителя. Он изготовлен из нержавеющей листовой стали 08Х18Н10Т (ГОСТ 5632-72).

Техническая характеристика аэратора приведены в таблице 44.

Таблица 40 – Техническая характеристика аэратора сусла

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристика | Значение |
| Подача воздуха, м3/ч | 1 – 6,5 |
| Рабочее давление воздуха, МПа | 0,4 |
| Габаритные размеры (длина х ширина х высота), мм | 500х20х1200 |

Изоляция аппаратов заторно-варочного отделения – трапециевидный алюминиевый лист Stucco 1,0 мм. Изоляционный материал – пена из полиуретана. Вирпул изоляции не имеет.

Применение имеющегося аэратора допустимо ввиду возможности увеличения расхода воздуха в широких пределах. На действующем производстве используется расход воздуха 2,5 м3/ч, следовательно, при возрастании производительности он должен будет составить 2,75 м3/ч, что может быть обеспечено данным аэратором. Материал аэратора – 08Х18Н10Т (ГОСТ 5632-72).

Количество пропагаторов на действующем производстве равно двум. При этом постоянно используется только один аппарат, поэтому увеличение мощности не повлечет за собой нехватку единиц оборудования для хранения и разведения дрожжей. Емкость аппарата для густых дрожжей значительно превышает количество единовременно снимаемых микроорганизмов. В то же время, увеличение мощности приведет к ускорению накопления дрожжей в дрожжегенераторе. Для разведения и хранения дрожжей используются емкости из нержавеющей стали 08Х18Н10Т (ГОСТ 5632-72), представляющие собой цилиндроконические аппараты с эллиптической крышкой. Вместимости их соответственно равны 5 и 7 м3.

Далее определяется число ЦКТ, необходимое для реализации проектной мощности.

Число цилиндроконических бродильных аппаратов nб составит [3, с.154]:

, (49)

где V’ хс – годовой объем холодного сусла, гл;

Vб – номинальная полезная вместимость ЦКТ, гл;

zб – месячная оборачиваемость аппаратов, zб = 2,143 по [3, с.154].

Kб – коэффициент заполнения ЦКТ (Kб = 0,8).

Годовой объем холодного сусла определяется на основании продуктового расчета:

V’хс = . (50)

где V – годовой объем пива, гл;

Vхс – объем холодного сусла;

VТП – объем товарного пива.

V’хс =  гл.

Тогда число ЦКТ будет равно

.

Таким образом, согласно проекту, необходимо установить дополнительно 1 ЦКТ.

Из насосного оборудования необходимо два вихревых насоса для дрожжей и один центробежный насос для отправки пива на фильтрацию. Ввиду периодичности процесса производства установки дополнительных насосов, равно как и их замены, не проводится. Для перекачки пропагаторных дрожжей используется насос Sipla 12.1, для густых – Sipla 3.1. Перекачка пива на фильтрование ведется насосом EURO-HYGIAIII. Материал насосов – 08Х18Н10Т (ГОСТ 5632-72). Характерситики насосов приведены в таблице 45.

Таблица 41 – Технические характеристики насосов отделения брожения - дображивания

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Назначение насоса (марка) | Производительность, м3/ч | Напор, м | Мощность на валу, кВт | Частота вращения вала, об/мин |
| Перекачка густых дрожжей (Sipla 3.1) | 4,5 | 23 | 0,75 | 750 |
| Подача пропагаторных дрожжей (Sipla 12.1) | 12 | 25 | 2,2 | 750 |
| Перекачивание пива на фильтрование (EURO-HYGIA) | 10 | 30 | 4 | 750 |

Фильтрпресс «FISCHER-100» для фильтрования пива комплектуется дозаторной станцией для автоматической подачи кизельгура. Впрыск кизельгура осуществляется согласно расчетам процесса фильтрации пива (скорость 1,5 м3/ч). Все детали и узлы дозаторной станции и каркас фильтрпресса изготовлены из нержавеющей стали 08Х18Н10Т (ГОСТ 5632-72).Техническая характеристика фильтровального комплекта для осветления пива представлена в таблице 46.

Таблица 42– Технические характеристики фильтрпресса «FISCHER-100» и дозатора кизельгура

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристика | Значение |
| Габаритные размеры плит и рам, мм | 1400х1400 |
| Поверхность фильтрования, м2 | 50 |
| Количество плит в первой секции | 72 |
| Количество плит во второй секции | 38 |
| Количество рам | 73 |
| Производительность фильрпресса, гл/ч | 100 |
| Объем дозатора кизельгура, л | 600 |
| Максимальное рабочее давление фильтрования, МПа | 0,6 |
| Габаритные размеры фильтрпресса (длина х ширина х высота), мм | 8000х2000х1980 |
| Усилие зажима, МН | 0,2 |
| Масса аппарата, кг | 3500 |

Отфильтрованное пиво направляется в форфасы – цилиндрические емкости с эллиптическим днищем и крышкой. Материал форфасов– 08Х18Н10Т (ГОСТ 5632-72). Полезная вместимость – 580 гл.

## Заключение

В современных условиях каждое предприятие заинтересовано в своем эффективном функционировании, которое предполагает наличие успешной конкурентной стратегии. В частности, ему нужно знать, как анализировать рыночные возможности, отбирать подходящие целевые рынки, разрабатывать эффективный комплекс стратегий и успешно управлять претворением в жизнь маркетинговых усилий. Таким образом, суть стратегического маркетинга, а также стратегического менеджмента заключается в опирающемся на современный инструментарий поиске решений, направленных на удовлетворение потребностей потребителей и на получение у них преимуществ по сравнению с конкурентами с помощью специальных рыночных мероприятий. Выбор стратегии зависит от ситуации, в которой находится предприятие. Грамотное, обоснованное решение поможет предприятию выжить в неблагоприятной внешней среде.

В ходе выполнения дипломного проекта была достигнута поставленная цель и решены все соответствующие задачи.

В данной работе был проведен анализ хозяйственной деятельности ОАО «Гамбринус», было выявлено, что предприятие тяжело выдерживает новые законопроекты (увеличение акциза), в результате чего и страдает. Для того, чтобы понять, что является его слабой стороной в 3 главе был проведен Swot – анализ. В ходе, которого выявлены следующие слабые стороны:

* слабая политика распределение;
* недостаточная политика продвижения.

С целью повышения эффективности деятельности предприятия был проведен расчет показателей , нуждающих для увеличения продаж. Анализ показал, что в результате привлечения торговых агентов, улучшаются финансовые показатели по чистой прибыли и абсолютному отклонению. Таким образом, появление нового оборудования – является целесообразным и экономически выгодным. Это позволит пиву ОАО «Гамбринус» стать более доступным своим потенциальным покупателям, появиться на прилавках большего числа торговых точек.

Качественное и недорогое пиво может не пользоваться спросом у потребителей, потому что они не знают о его существовании. В качестве рекламных носителей избраны те, которые в наибольшей степени соответствуют целевой аудитории потребителей пива. Были предложены мероприятия по стимулированию сбыта, включающие в себя: проведение дегустаций и розыгрышей призов, а также подарки руководителям магазинов-посредников. Эти мероприятия должны увеличить лояльность потенциальных потребителей и тем самым повысить потенциальную прибыль предприятия.

Было проведено прогнозирование объемов продаж после проведения данных мероприятия.

Список используемой литературы:

1. Пищевая ценность, классификация пива. [Электронный ресурс].Режим доступа: http://agro-molmash.ru/texnologii/texnologiya-proizvodstva-piva/pishhevaya-czennost-i-klassifikacziya-piva/

2. Гусева Е.П. Менеджмент - М.:. 2008. – 416 с

3. Шарафутдинова Л.А., Коваленко С.С., Дикова Е.С. Развитие отечественной сырьевой базы для производства пива.// Вопросы экономики. 2008, № 4.– С.5-7.

4. Устав ОАО «Гамбринус»

5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности 2012

 6.Экономическая газета [Электронный ресурс]. – 2008-2009. – Режим доступа: http://neg.by

7.Бедрина Е.Б., Козлова О.А., Саламатова Т.А., Толпегин А.В. Введение в экономическую теорию. 2009 год.

8.В.А. Богомолов редактор. Экономическая безопасность. Уч. пособ. 2-е изд. 2009 год. 295 стр

9.В.В. Бочаров. Инвеститции. 2- изд. 2009 год. 384 стр.

10.И.В. Бурханова. Бюджетная система Российской Федерации. Конспект лекций. 2008 год.

11.Вечканова Г.Р., Вечканов Г.С. Микроэкономика. Завтра экзамен. 2010 год. 209 стр

12.Г. С. Вечканов. Экономическая теория. Учебник. 2008 год. 210 стр.

13.Носова Н.С., Роньшина Н.И. Международная экономика.2008 год.

14.Райзберг Б.А. Современный экономический словарь.

15.Асимптотические модели для прогнозирования долгосрочной демографической и экономической динамики - Акаев А.А., Соколов В.Н., Акаева Б.А., Сарыгулов А.И. 2009

16.Основание теории фидуциальных вероятостей - Беленький В.З., Заславский А.А.2009

17.Теоритические предпосылки построения монетарной макроэкономической модели Российской экономики - Маневич В.Е., Николаев Л.К., Овсиенко В.В., Савельев И.В.2009.19-30 2

18.Моделирование динамики отраслевых уровней цен-Мартынов Г.В., Малков У.Х.2009.31-43 1

19.Анализ эффективности мер противодействия нелегальной деятельности в условиях коррупции- Левин М.И., Покатович Е.В.2009.44-55 1

20.Стохастическая модель износа машин- Смоляк С.А.2010.56-66 2

21.Степенные производственные функции комплексных переменных - Светуньков И.С., Светуньков С.Г.2010,67-79 6

22.Фидуциальный подход в инвариантной задаче оптимальной остановки-Беленький В.З., А Заславский А.А. 2010,80-93 0

23.Научные осуждения о реформе регулирования хозяйства - Завельский М.Г.2010,94-1020

24.Проблемы стимулирования спроса и предложения в Российской экономике -Славянов А.С.2010.

25.Модели оценки человеческого капитала компании, основанные на концепции стохастической границы-Айвазян С.А., Афанасьев М.Ю.2010.45-632

26.Модели индетификации естественных монополий - Белоусова Н.И., Васильева Е.М., Лившиц В.Н.2011, 64-78 23

27.Экономико-математическая модель управления-Саакян А.А2011,79-90 0

28.Инвестиционная эффективная процентная ставка для анализа доходности - Жевняк А.В.2012,95-1050

29.Модель жизненного цикла продукта - Семёнычев В.К., Коробецкая А.А.2012

30.Открытость информации - основа реализации инновационной стратегии экономики России - Малышев В.Л.2013,3-183

31.Экономическая рецессия - Хесус У.Д.С.2013,19-320

32.Изменение стиля менеджмента - Дрогобыцкий И.Н.2013.33-410

33.Отрасленые проблемы-Калмыков Л.Б., Хрусталев Е.Ю.2013

34. Сосненко. Л.С.Комплексный экономический анализ: Учеб. пособие / Л.С. Сосненко, А.Ф. Черненко. – М.: КРОКУС, 2014. – 301с.
35. Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учеб. / Е.С. Стоянова. - М.: Перспектива, 2013. – 406с.
36. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учеб. /Пер. с англ. / Под редакцией Л.Г. Зайцевой, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, 2012. – 317с.
37. Финансовый менеджмент: Учеб. для вузов /Под ред. Г.Б. Поляка – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 259с.
38. Финансовый менеджмент /Под ред. проф. Колчиной Н.В. - М.: Юнити, 2013. – 206с.

39. Крейнина М. Н. Финансовое состояние предприятия и методы его оценки: Учебник / М. Н. Крейнина. – М.: Дело и сервис, 2011. – 224 с.
40. Мельник М.В., Герасимова Е.Б. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебное пособие. – М.: Форум: ИНФРА-М, 2008.– 192 с.
41. Палий В.Ф., Суздальцева Л.П. Технико-экономический анализ производственно - хозяйственной деятельности предприятий: Учебное пособие. – М.: Машиностроение, 2010. – 356 с.
42. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – М.: Инфра-М, 2011. – 536 с.
43. Савицкая Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2011. – 288 с.
44. Фомин Я.А. Диагностика кризисного состояния предприятия – М. Московская финансово-промышленная академия. 2009. – 61 с.
45. Чечевицына Л.Н., Чуев, И.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник. – М.: «Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2010. – 352 с
46. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. – М: ИНФРА-М, 2010. – 415 с.
47. Шеремет А.Д. Финансы предприятий: менеджмент и анализ / А.Д. Шеремет, А.Ф. Ионова. – М.: Инфра – М, 2009. – 497 с.
48. Шеремет А.Д., Ионова А.Ф. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, А.Ф. Ионова. – М. ИНФРА-М, 2009. – 208 с.
49. Экономический анализ: Учебник для вузов /Под ред. Л.Т. Гиляровской. – 2-е изд., доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 615 с.
50. Илясов Г. Оценка финансового состояния предприятия // Экономист – 2010, №6. – 49-54 С.
51. Кельчевская Н, Зимненко И. Комплексный анализ и целевое прогнозирование финансового состояния предприятия // Проблемы теории и практики управления. – 2012, №1. – 93-99 С.
52. Климова Н.В. Направления совершенствования методики анализа финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия / Н.В. Климова // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 6. – С. 24-
53. Лебедева Н.М. Анализ финансовой отчетности организации // Справочник экономиста. - 2010, №3.
54. Паламарчук А.С. Методические рекомендации по диагностике финансового состояния предприятия //Справочник экономиста. – 2009, №2. – 14-20 С.
55. Зарубинский В.М., Зарубинская Н.С., Демьянов Н.И., Семеренко И.В. К вопросу об управлении финансовым состоянием предприятия // Финансовый менеджмент – 2010, №3.
56. Хайруллин А.Г. Управление финансовыми результатами деятельности организации // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – № 10. – С. 38 – 41.

Приложение 1