

УДК 373.167.1:366

**ПУТИ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХЛЕБОПЕ-
КАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СИСТЕМЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЙ-
ПОТРЕБСОЮЗА**

Першакова Т.В. – к. т. н., доцент

Дейнека А.В. – к. э. н., доцент

Ищенко О.В. – старший преподаватель

Краснодарский кооперативный институт (филиал БУПК)

В статье проанализированы основные тенденции развития хлебопекарной промышленности системы потребительской кооперации Краснодарского края. Определены пути реструктуризации отрасли, позволяющие повысить эффективность хлебопекарного производства на современном этапе.

Хлебопекарная промышленность России относится к ведущим пищевым отраслям АПК. Производственная база хлебопекарной промышленности Российской Федерации включает в себя более 1500 хлебозаводов, более 5000 предприятий малой мощности и обеспечивает ежегодную выработку около 20 млн. тонн продукции, в том числе около 12,5 млн. тонн вырабатывается на крупных хлебозаводах.

Хлебные изделия являются одними из основных продуктов питания человека. Суточное потребление хлеба в разных странах составляет от 150 до 500 г на душу населения.

В России его потребляют традиционно много – в среднем до 330 г в сутки. В периоды экономической нестабильности потребление хлеба неизбежно возрастает, так как хлеб относится к наиболее дешевым продуктам питания.

Приведенные на рис. 1 данные показывают, что хлебная группа занимает значительное место в продовольственной корзине России. Ей принадлежит более 20 % общего рациона питания жителей нашей страны, и наблюдается тенденция к увеличению.

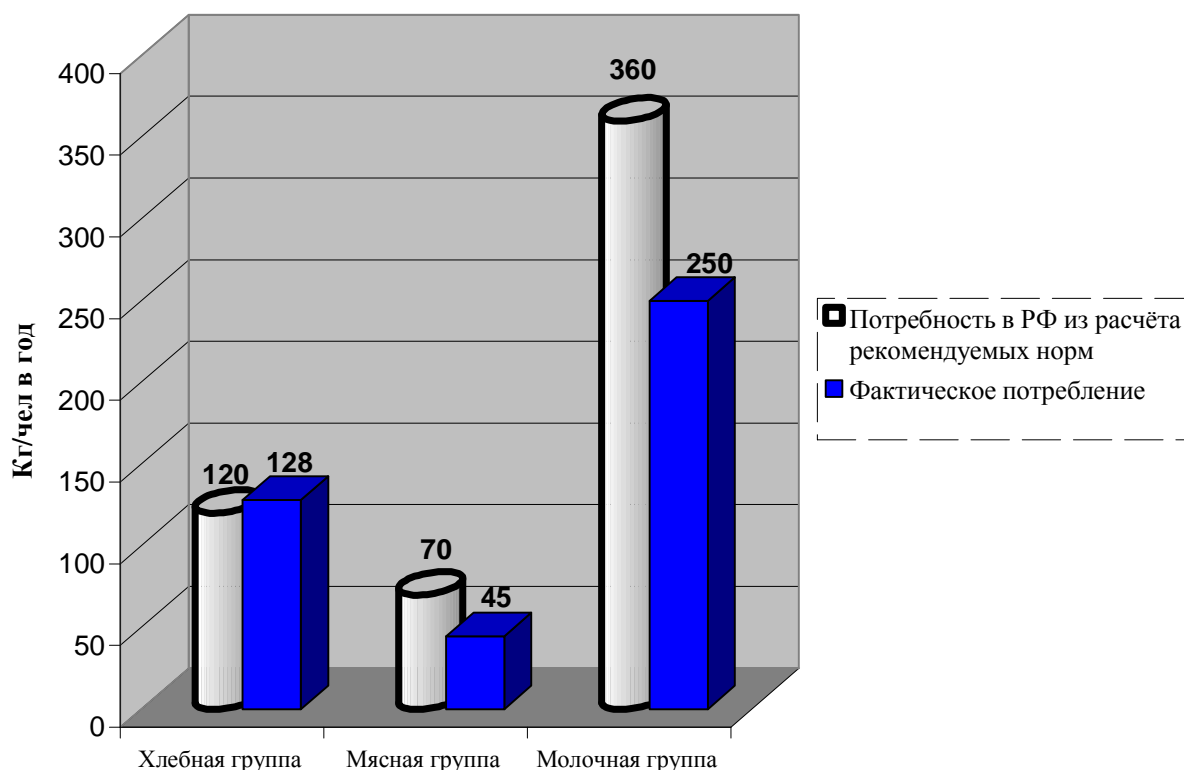


Рисунок 1 – Доля потребления основных групп продуктов питания

Традиционно хлебопечение в системе крайпотребсоюза является одной из основных отраслей деятельности и занимает ведущее место как в потребительской кооперации, так и в крае в целом. В системе Центросоюза РФ хлебопечение края занимает первое место. На долю хлебопекарной промышленности потребительской кооперации приходится 26 % от объема краевой выработки хлеба и хлебобулочных изделий. Производством потребительских товаров занято 66 хлебопекарных предприятий с производ-

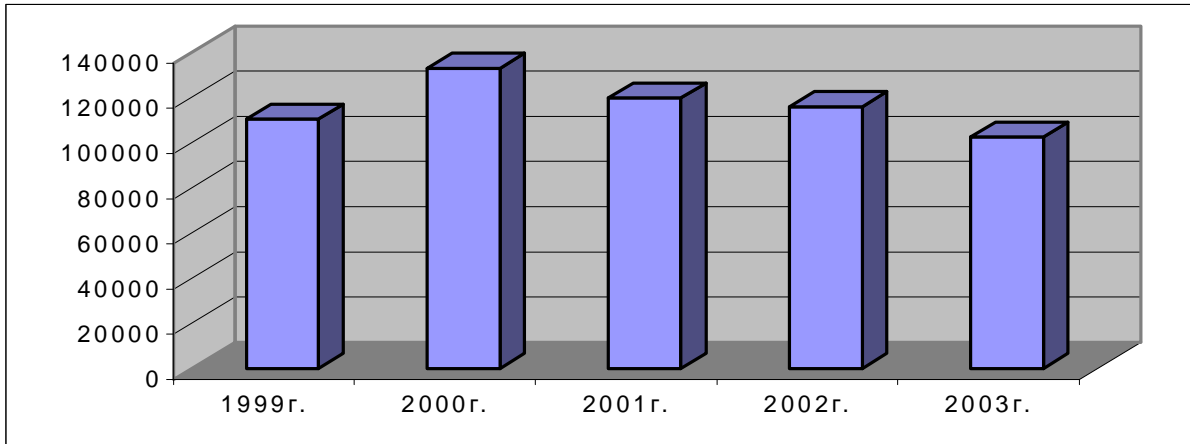
ственной мощностью 940 тонн в сутки, которые вырабатывают широкий ассортимент хлебобулочных, кондитерских и макаронных изделий. Потребительская кооперация располагает хлебозаводами, мини-заводами и хлебопекарнями. Потребительская кооперация имеет возможность значительно увеличить производство хлеба и хлебобулочных изделий, повышая использование производственных мощностей (в настоящее время производственные мощности используются менее чем на 41 %).

За 2002, 2003 годы имело место снижение выработки хлебобулочных изделий (рис. 2) по сравнению с 2001 годом, что обусловлено:

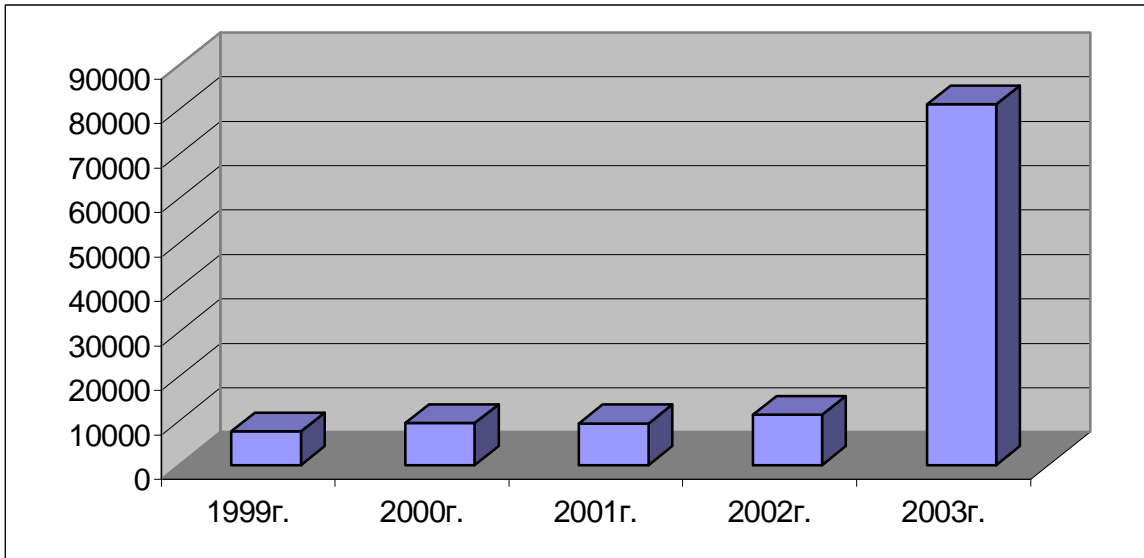
- увеличением цен на хлебобулочную продукцию;
- выбытием двух хлебопекарных предприятий;
- развитием частного хлебопекарного сектора и колхозных пекарен.

В то же время прослеживается тенденция роста объемов производства булочных и кондитерских изделий (рис. 3, 4), связанная с тем, что в условиях жесткой конкуренции предприятия расширяют ассортимент за счет этих видов продукции.

Ассортимент хлебобулочной продукции насчитывает 280 наименований, большое внимание уделяется расширению лечебно-профилактической группы изделий. На 95 % хлебопекарных предприятий внедрены ржаные и ржано-пшеничные сорта хлеба, 70 % предприятий освоили целлофановую упаковку хлебобулочных изделий, 64 % предприятий производят макаронные изделия. Применяемые технологии позволяют вырабатывать конкурентоспособную продукцию стабильного качества.



**Рисунок 2 – Объем выработки хлебобулочных изделий
предприятиями системы Краснодарского крайпотребсоюза**



**Рисунок 3 – Объем выработки булочных изделий
предприятиями системы Краснодарского крайпотребсоюза**

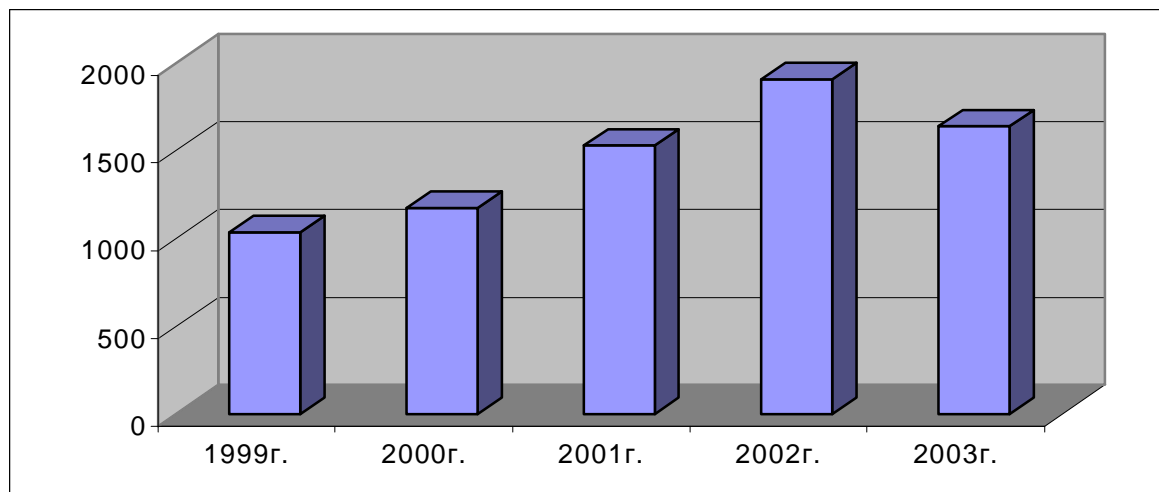


Рисунок 4 – Объем выработки кондитерских изделий предприятиями системы Краснодарского крайпотребсоюза

В натуральном выражении рост выработки хлебобулочных изделий к 2001 году составил: по кондитерским товарам 128 %, по булочным – 121 %, по макаронным – 108 %. Рост выработки булочных изделий к 1997 году составил 116 %.

В то же время предприятия хлебопекарной промышленности испытывают ряд трудностей, что вызвано:

- увеличением цен на хлебобулочную продукцию;
- выбытием двух хлебопекарных предприятий Московского района;
- развитием частного хлебопекарного производства и колхозных пекарен.

Рост цен на хлебобулочную продукцию вызван высокими затратами производителей. Состав и структура затрат хлебопекарного производства в сравнении с промышленным производством представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Рентабельность производства

	Хлебопекарная промышленность	В среднем по отраслям
--	------------------------------	-----------------------

Полная фактическая себестоимость, тыс. руб.	688638,0	688673,0
Товарная продукция в оптовых ценах, тыс. руб.	693993,0	699536,0
Реализовано и отпущено по оптовым ценам тыс. руб., оптовые цены, в том числе:	713623,0	692417,0
по фактической себестоимости	707699,0	680038,0
Финансовый результат, тыс. руб.	25802,0	12379,0
Затраты на рубль товарной продукции	0,9923	0,9845
Уровень рентабельности производства, %	3,75	1,79

Как видно из таблицы 2, хлебопекарная промышленность по сравнению с другими производственными отраслями имеет более высокий уровень рентабельности – 3,75 % (в сравнении с 1,79 %).

Наибольший удельный вес в структуре себестоимости (табл. 2) составляют материальные затраты (52,2 %). Рост цен на зерно и муку повлек повышение себестоимости продукции хлебопечения. В связи с тем, что цена на хлеб, произведенный из муки регионального фонда, ограничивается, рентабельность оказывается ниже возможной.

Программой развития потребительской кооперации края на период до 2005 года предусмотрено производство продукции на промышленных предприятиях (включая выработку в общественном питании):

- хлеба и хлебобулочных изделий в 2004 году – 130 тыс. тонн, в 2005 году – 133 тыс. тонн;
- кондитерских изделий – соответственно 1200 тонн и 1300 тонн.

Таблица 2 – Структура себестоимости производства 2003 г.
(тыс. руб.)

Статьи затрат	Величина затрат, всего			
	по хлебопечению		в среднем по отраслям	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Сырье и основные вспомогательные материалы	359716,0	52,2	394955,0	57,35
Топливо и энергия на технологические цели	44047,0	6,4	39912,0	5,8
Внутрихозяйственные отчисления	11185,0	1,6	8487,0	1,2
Прочие прямые расходы	18960,0	2,8	26814,0	3,9
Общепроизводственные и общехозяйственные	49088,0	7,1	42796,0	6,21
Фонд развития ПК	10896,0	1,6	9862,0	1,4
Внепроизводственные расходы	5812,0	0,8	5794,0	0,8
Расходы по оплате труда	132191,0	19,2	121099,0	17,6
Налоги и сборы	42701,0	6,2	38963,0	5,7
Полная фактическая себестоимость, тыс. руб.	688638,0		688673,0	

Для реализации этой программы потребительской кооперации необходимо будет сосредоточить усилия на всех направлениях работы.

Общим антикризисным методом выступает метод реструктуризации как комплекс необходимых мер по перестройке деятельности. Цель реструктуризации потребительской кооперации, и в частности хлебопекарных предприятий как структурных звеньев, – повышение конкурентоспособности и привлекательности потребительской кооперации для пайщиков,

юридических лиц и других слоев населения.

Повышение конкурентоспособности предприятий хлебопечения возможно без реструктуризации процессов управления и производства, взаимодействия предприятий через единый центр управления.

Краснодарским крайпотребсоюзом постоянно осуществляется контроль за соблюдением правовых норм в системе потребительской кооперации Краснодарского края.

Функционирование хлебопекарных предприятий потребительской кооперации требует реструктуризации современного информационно-аналитического обеспечения, которое следует рассматривать не обособленно, а в увязке с экономическими и социальными аспектами деятельности, то есть с ориентацией на конечные результаты.

Особое внимание следует уделить маркетинговой деятельности, которая должна быть направлена на удовлетворение потребностей покупателей хлебобулочных изделий, и, следовательно, должна стать выгодной в целом для системы потребительской кооперации. Маркетинг создает и поддерживает спрос на товары и услуги, позволяет повышать объемы деятельности и деловую активность организаций. Для эффективности управления необходимо в структуру районных потребительских обществ и союзов, составной частью которых являются хлебопекарные предприятия, ввести должности заместителя председателя правления по маркетингу или маркетолога. В Краснодарском крайпотребсоюзе необходимо обеспечить координацию маркетинговой деятельности, проведение исследований регионального рынка, разработку отраслевых маркетинговых стратегий, руководство маркетинговым планированием.

Современный этап рыночных преобразований характеризуется либерализацией цен и тарифов на большинство товаров, работ, услуг. В особых условиях оказываются хлебопекарные предприятия, где на социально значимые изделия цену фиксируют местные органы власти. Поэтому при

формировании ценовой политики необходимо учитывать специфику потребительской кооперации. Цены на хлебобулочные изделия должны обеспечивать финансовую устойчивость предприятия и при этом быть максимально ориентированными на социальные задачи:

- увеличение покупательской способности обслуживаемого населения;
- стимулирование потребления социально значимых товаров и услуг;
- предоставление ценовых льгот пайщикам;
- гарантированное обеспечение жизненно важными товарами и т.п.

Стратегическая линия в управлении финансами – переход от стратегии финансовой стабилизации к устойчивому экономическому росту. Ближайшей тактической задачей следует считать достижение безубыточной деятельности хлебопекарных предприятий, укрепление финансового состояния, обеспечение собственными оборотными средствами, повышение платежеспособности. Для предприятий, достигших финансовой стабилизации, необходимы финансовые стратегии, ориентированные на использование рыночных механизмов хозяйствования и основанные на принципе самофинансирования, что будет способствовать получению необходимых финансовых результатов, обеспечению инвестиционной привлекательности.

Необходимо переориентировать инвестиционные потоки, сокращая инвестиции на расширение производств, базирующихся на старых технологиях.

Инвестиционная политика включает в себя:

- установление приоритетных направлений вложения средств и их экономическое обоснование;
- объем необходимых инвестиций по приоритетным направлениям

и прогрессивным инвестиционным проектам;

- источники финансирования инвестиций.

Инвестиционная политика в отношении хлебопекарных предприятий предусматривает следующие приоритетные направления:

- реконструкцию и техническое перевооружение производства;

- обновление техники и технологий;

- улучшение качества собственной продукции и обеспечение ее конкурентоспособности;

- развитие малых высокоэффективных производств.

Таким образом, реструктуризация хлебопекарных предприятий представляет собой процесс изменения организационно-правовой структуры, менеджмента и имущества, а также основных направлений деятельности (маркетинг, финансы, производство, кадры), направленных на организацию стабильной и эффективной работы предприятия.

Список литературы:

1. Сборник основных показателей хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Краснодарского края за 1998–2002 гг. – Краснодар, 2003.
2. О повышении роли потребительской кооперации в обеспечении населения продовольствием. Постановление Правительства РФ №24 от 7 января 1999 г.
3. Дьяченко К.П., Дьяченко В.П. Потребительская кооперация в городской социальной сфере, торговле и производстве. Законодательство, основы организации, хозяйственные и финансовые механизмы работы. М.: Институт индустрии Моды, 2000. – 176 с.
4. Программа стабилизации и развития потребительской кооперации Российской Федерации на 1998–2002 гг.: Принята на 119 Общем Собрании представителей потребительских обществ Российской Федерации 30 июня 1998 г. М.: Центрсоюз России, 1998.
5. Молодых В.В. Становление отечественной хлебопекарной промышленности // Хлебопечение России. – 2003. – №3. – С. 18–19.

6. Логинов В., Курнышева И. Реструктуризация промышленности в условиях экономического кризиса // Вопросы экономики. – 1996. – №11. – С. 33–48.