

Андреева Т.В.¹, Ермакова Ж.А.²¹Орский гуманитарно-технологический институт (филиал)
Оренбургского государственного университета²Оренбургский государственный университет
E-mail: andreeva-orsk@mail.ru; 5bermakova@mail.ru

ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В СИСТЕМЕ АНАЛИЗА ЦЕПОЧКИ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ

В статье проведен анализ цепочек производства хлебобулочной, макаронной и мучной кондитерской продукции на основе показателей добавленной стоимости и прибыли от продаж. Выявлены пропорции распределения добавленной стоимости и прибыли между основными участниками цепочек. Установлены основные факторы, влияющие на величину добавленной стоимости каждого участника цепочки. Определены перспективные виды деятельности для производителей хлебобулочных с целью увеличения доли добавленной стоимости и улучшения ее структуры.

Ключевые слова: цепочка создания стоимости продукции, добавленная стоимость, структура добавленной стоимости, пищевая промышленность.

Добавленная стоимость и стоимость конечного продукта являются взаимосвязанными экономическими категориями. При создании стоимости продукта в отдельной отрасли каждый из участников цепочки производства, осуществляя свою деятельность, создает не просто стоимость промежуточного продукта, а добавленную стоимость. Продажная цена конечного продукта определяется суммированием добавленной стоимости каждого этапа производства и реализации продукта. Добавленная стоимость возрастает по мере роста числа переделов в продуктовой цепочке от производства сырья до реализации продукции. Именно поэтому углубленная переработка сырья, диверсификация производства приводят к росту добавленной стоимости на отдельных стадиях цепочки создания продукта и к росту цены конечного продукта отрасли.

Исследование стоимости конечной продукции, в том числе добавленной стоимости и прибыли, осуществлялось в рамках концепции цепочки создания стоимости на примере хлебопекарной, макаронной и кондитерской отраслей пищевой промышленности Оренбургской области.

В таблице 1 приведены средние цены на пшеницу, муку и основные хлебопродукты в Оренбургской области за 2005–2010 гг.

Данные таблицы 1 показывают, что стоимость муки находится в прямой зависимости от ценовой политики сельхозпроизводителей и зерновых трейдеров. Это объясняется тем, что в себестоимости производства муки 72–80% составляют затраты на основное сырье.

Соотношение цен на основные хлебопродукты за 2005 и 2010 гг. к уровню цен на основное сырье (муку пшеничную) для хлебопекарной, кондитерской и макаронной отраслей пищевой промышленности существенно изменилось. Если в 2005 г. цены на хлеб и булочные изделия из пшеничной муки первого, второго и высшего сортов, бараночные и булочные сдобные изделия по сравнению с оптовыми ценами на муку были выше на 138, 192, 405 и 544% соответственно, то уже в 2010 г. данное соотношение оказалось намного выше уровня 2005 года. Это объясняется значительным снижением цен на муку в 2010 г. и продолжающимся ростом цен на основные хлебопродукты (кроме макаронной продукции), то есть снижение цен на основное сырье не привело к ожидаемому снижению цен на хлебопродукты, что подтверждает отсутствие прямой ценовой зависимости между ними. Но, несмотря на это, любое колебание цен на муку, безусловно, влечет за собой корректировку цен на хлебопродукты, так как доля затрат на муку в себестоимости хлебобулочной продукции – более 30%, макаронной продукции – более 50%, в зависимости от технологии производства.

Средняя оптовая цена муки не является основным фактором изменения цен на такие хлебопродукты, как бараночные изделия, сдобные булочные и мучные кондитерские изделия. Это подтверждают высокие показатели соотношения цен на эти хлебопродукты по сравнению с ценами на муку пшеничную, в частности цены на сдобные булочные изделия и мучные конди-

терские изделия в 2010 г. выше цен на муку в 7 и 19 раз соответственно.

В 2006–2008 гг. отмечался рост цен на пшеницу и муку, при этом в 2008 г. зафиксирован максимальный прирост цен, который составил 38 и 40% соответственно. В Оренбургской области за последние два года происходило снижение цен на пшеницу и муку в сравнении с данными 2008 г., такая тенденция позволила в 2010 г. приблизить цены на зерно к уровню 2007 года. Такое снижение, безусловно, положительно отразилось на стоимости основных хлебопродуктов, хотя темпы роста цен на них оказались значительно выше, чем на основное сырье (за исключени-

ем цен на макаронные изделия). Такая тенденция изменения в уровне цен связана прежде всего с ростом цен на другие сырье и материалы, а также тарифов на энергоресурсы, потребляемые в процессе выращивания зерна, производства муки, хлебобулочных, кондитерских и макаронных изделий (рисунок 1).

За 2005–2010 гг. средние потребительские цены на пшеницу и муку выросли на 52,6 и 45,2%, а цены на газ – на 120,1%, электроэнергию – на 77,2% и бензин – на 69,3%. Также опережающими темпами растут цены на электроэнергию и газ по сравнению с ценами на хлеб, булочные, макаронные и мучные кондитерские изделия, что приводит к увеличению их себестоимости

Таблица 1. Динамика средних розничных цен на пшеницу, муку и основные хлебопродукты в Оренбургской области за 2005–2010 гг., руб./т [1]

Вид продукции	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Соотношение цен к уровню цен на муку пшеничную, %	
							2005 г.	2010 г.
Пшеница	3370	3702	4705	6487	5000	5142	58,4	61,4
Индекс цен, в % к предыдущему году	–	109,9	127,1	137,9	77,1	102,8	–	–
Мука пшеничная (оптовая цена для перерабатывающих производств)	5771	6059	7802	10897	8854	8378	100,0	100,0
Индекс цен, в % к предыдущему году	–	105,0	128,8	139,7	81,3	94,6	–	–
Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки 1 и 2 сортов	13753	14378	16430	20260	22464	22517	238,3	268,8
Индекс цен, в % к предыдущему году	–	104,5	114,3	123,3	110,9	100,2	–	–
Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки высшего сорта	16862	18071	20947	27152	28318	29183	292,2	348,3
Индекс цен, в % к предыдущему году	–	107,2	115,9	129,6	104,3	103,1	–	–
Бараночные изделия	29128	31588	35275	44410	54825	58179	504,7	694,4
Индекс цен, в % к предыдущему году	–	108,4	111,7	125,9	123,5	106,1	–	–
Булочные изделия сдобные из муки высшего сорта штучные	37183	41046	46533	56245	65210	65604	644,3	783,1
Индекс цен, в % к предыдущему году	–	110,4	113,4	120,9	115,9	100,6	–	–
Мучные кондитерские изделия (торты, кексы, рулеты и др.)	96141	104183	113579	131695	152637	161432	1665,9	1926,9
Индекс цен, в % к предыдущему году	–	108,4	109,0	116,0	115,9	105,8	–	–
Макаронные изделия из пшеничной муки высшего сорта	21132	20113	23038	32978	31493	29047	366,2	346,7
Индекс цен, в % к предыдущему году	–	95,2	114,5	143,1	95,5	92,2	–	–

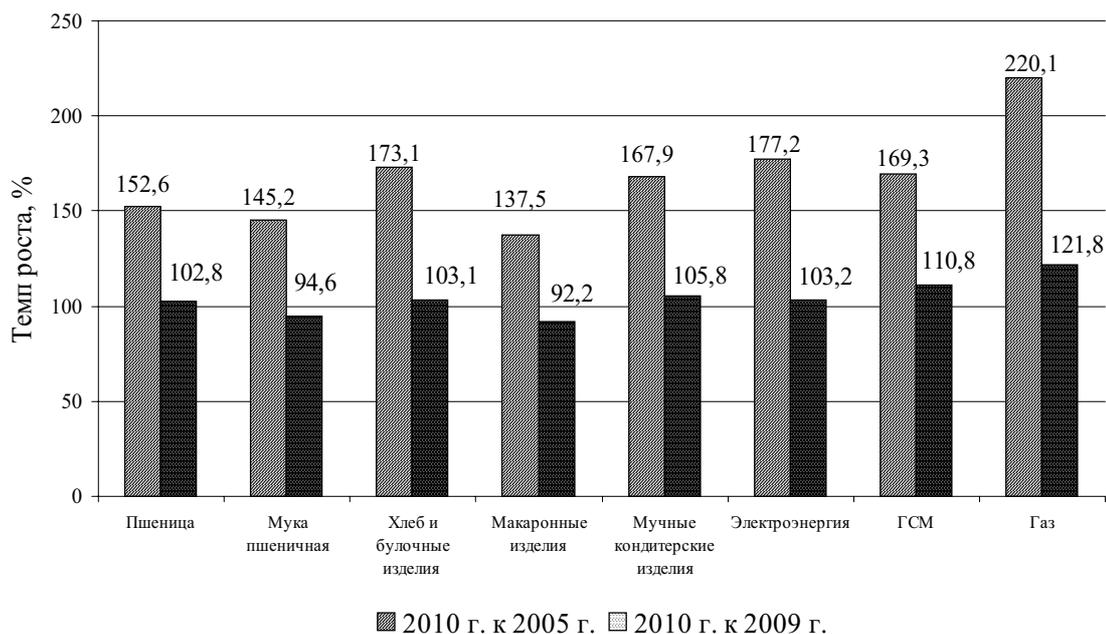


Рисунок 1. Индексы потребительских цен (тарифов) на пшеницу, муку, хлебобулочные и энергоресурсы в Оренбургской области за 2005-2010 гг.,%

и, как следствие, вызывает рост цен на данные продовольственные товары.

В таблице 2 представлен состав розничных цен на хлеб и хлебобулочные изделия из пшеничной муки высшего сорта, макаронные и мучные кондитерские изделия в разрезе основных хозяйствующих субъектов, осуществляющих различные виды деятельности по созданию стоимости данных продуктов, начиная от выращивания зерна до их реализации конечному потребителю. В качестве основных хозяйствующих субъектов выделены сельскохозяйственные товаропроизводители, поставляющие зерно; производители основного сырья (муки) – мукомольные предприятия; поставщики прочего сырья и материалов; производители хлебобулочных изделий (хлебозаводы и макаронные фабрики); предприятия розничной торговли в пределах города (в котором непосредственно осуществляется производство хлебобулочных изделий) и близлежащих областей. Влияние предприятий оптовой торговли (посреднического звена) на формирование цены для конечных потребителей не рассматривалось в данном исследовании.

Поставщики энергоресурсов, работ и услуг не выделены в числе субъектов в таблице 2, их влияние на конечную цену готовых хлебобулочных изделий учтено в составе затрат каждого субъекта. Оценка влияния деятельности поставщиков

прочего сырья на формирование стоимости хлебобулочных изделий также затруднена ввиду невозможности точного определения средних цен на все виды вспомогательных материалов, потребляемых при производстве хлебобулочных изделий, расходов на их производство и соответственно прибыли от продаж. В связи с этим оценка влияния деятельности поставщиков прочего сырья и материалов при формировании розничных цен на основные хлебобулочные изделия осуществлялась на основе проведенного анкетирования руководителей наиболее крупных предприятий пищевой промышленности Оренбургской области.

Расчет затрат на производство и реализацию продукции, а также прибыли каждого участника цепочки осуществлялся на основе средних цен на сырье (пшеницу, муку) и хлебобулочные изделия в Оренбургской области в 2010 г. (таблица 1), нормативного расхода сырья на одну тонну готовых изделий, статистических данных о структуре розничных цен на хлеб из пшеничной муки высшего сорта, макаронные и кондитерские изделия [2], среднего уровня рентабельности продукции и размеров торговых надбавок.

В частности, при расчете прибыли учитывался факт регулирования отпускных цен и торговых надбавок на хлеб со стороны администрации области. Постановление Правительства Оренбургской области от 24 октября 2007 г.

№366-п «О мерах по стабилизации ситуации на продовольственном рынке Оренбургской области» устанавливает для производителей пшеничного и ржаного хлеба предельный уровень рентабельности не более 13 процентов, предельные размеры торговых надбавок к отпускной цене товаропроизводителей не более 10 процентов. Для макаронных и мучных кондитерских изделий такие ограничения не установлены, что позволяет производителям и предприятиям розничной торговли получать больше прибыли на один рубль затрат.

По данным таблицы 2 видно, что зависимость производителей хлебобулочной и макаронной продукции от стоимости муки весьма значительная, что не прослеживается в производстве мучных кондитерских изделий. Средний расход муки

на производство одной тонны хлебобулочных изделий составляет от 730 до 750 кг, макаронных изделий – от 950 до 975 кг, на производство мучных кондитерских изделий – в среднем до 500 кг. В структуре отпускной цены производителей с НДС затраты на муку составляют для хлебобулочной продукции около 22%, макаронных изделий – 30%, кондитерских изделий – около 3%. Эти данные свидетельствуют о том, что для первых двух видов хлебопродуктов мука является основным сырьем. Для мучных кондитерских изделий муку нельзя признать основным сырьевым ресурсом, так как затраты, приходящиеся на прочие виды сырья и материалов, занимают значительный удельный вес (около 40%) в структуре отпускной цены производителей кондитерской продукции по сравнению с затратами на муку.

Таблица 2. Цепочки создания стоимости продукции в хлебопекарном, макаронном и кондитерском производствах Оренбургской области в расчете на одну тонну готовых изделий (по данным 2010 г.)

Субъекты цепочки создания стоимости	Добавленная стоимость, в том числе:						Прибыль от продаж, в том числе:					
	хлебопекарное производство		макаронное производство		кондитерское производство		хлебопекарное производство		макаронное производство		кондитерское производство	
	сумма, руб.	%	сумма, руб.	%	сумма, руб.	%	сумма, руб.	%	сумма, руб.	%	сумма, руб.	%
Вариант 1. Реализация продукции осуществляется через розничную торговую сеть в пределах города												
Сельскохозяйственные товаропроизводители	4020,48	13,78	4983,09	17,16	2601,80	1,61	476,74	9,86	590,88	9,72	308,51	1,02
Мукомольный завод	2401,11	8,23	2976,01	10,25	1553,85	0,96	761,45	15,74	943,77	15,52	492,76	1,63
Поставщики прочего сырья и материалов	2259,64	7,74	1397,73	4,81	65227,97	40,41	-	-	-	-	-	-
Хлебозавод (макаронная фабрика)	17610,06	60,34	14451,92	49,75	58173,14	36,04	2749,7	56,86	2823,17	46,43	18016,5	59,46
Розничная торговая сеть в пределах города	2892,04	9,91	5237,92	18,03	33866,32	20,98	848,27	17,54	1723,3	28,34	11480,1	37,89
Итого	29183,33	100,00	29046,67	100,00	161423,08	100,00	4836,16	100,00	6081,12	100,00	30297,87	100,00
Вариант 2. Реализация продукции осуществляется через розничную торговую сеть Оренбургской области и других областей												
Сельскохозяйственные товаропроизводители	4020,48	13,06	4983,09	16,28	2601,80	1,52	476,74	9,62	590,88	9,35	308,51	0,97
Мукомольный завод	2401,11	7,80	2976,01	9,72	1553,85	0,91	761,45	15,37	943,77	14,93	492,76	1,55
Поставщики прочего сырья и материалов	2259,64	7,34	1397,73	4,57	65227,97	38,22	-	-	-	-	-	-
Хлебозавод (макаронная фабрика)	17610,06	57,22	14451,92	47,20	58173,14	34,09	2749,70	55,50	2823,17	44,68	18016,49	56,78
Автотранспортное предприятие	1314,56	4,27	1190,44	3,89	6377,84	3,74	-	-	-	-	-	-
Розничная торговая сеть Оренбургской области и других регионов	3168,09	10,29	5618,87	18,35	36707,64	21,51	966,57	19,51	1961,4	31,04	12915,1	40,70
Итого	30773,94	100,00	30618,06	100,00	170642,24	100,00	4954,46	100,00	6319,22	100,00	31732,88	100,00

Розничная цена на хлебобродукты, реализованные в пределах города, в котором непосредственно осуществлялось их производство, отличается от розничных цен на данные продукты, реализованные населению в близлежащих населенных пунктах Оренбургской области, в среднем на 5,5%. Это отклонение возникает в результате значительных расходов на транспортировку продукции от производителя до магазинов розничной торговли. Расходы по доставке продукции в среднем составляют 5% от отпускных цен производителей с НДС.

В таблице 2 приведены два варианта цепочек производства хлебобродуктов, которые различаются затратами на транспортировку продукции. Первый вариант описывает цепочку создания стоимости хлебобродуктов, когда реализация продукции осуществляется через розничную торговую сеть в пределах города. При этом варианте затраты на доставку продукции в пределах города учтены в составе затрат хлебозавода (макаронной фабрики). Цепочка создания стоимости хлебобродуктов, реализация которой осуществляется через магазины розничной торговли, расположенные на территории Оренбургской области и других регионов выделена в таблице 2 отдельно (вариант 2). Необходимо отметить, что второй вариант цепочки создания стоимости хлебобулочной продукции встречается очень редко, так как хлеб является продуктом первой необходимости и потребности населения в данном продукте, как правило, полностью покрываются местными производителями.

Показатели эффективности выполнения каждого вида деятельности в значительной степени зависят от ценовых соотношений по цепочке стоимости, то есть от пропорций распределения общей суммы добавленной стоимости и прибыли между хозяйствующими субъектами, входящими в ее состав. При этом добавленная стоимость является необходимым фактором образования прибыли, которая должна позволять прирастать собственному капиталу. Показатели прибыли на один рубль добавленной стоимости в разрезе субъектов цепочки производства хлебобродуктов приведены в таблице 3.

Данные таблиц 2–3 наглядно показывают, что добавленная стоимость и прибыль распределяются неравномерно между участниками каждой цепочки. Управляющее звено в цепочке задает пропорции распределения добавленной

стоимости между участниками. Поэтому для участника отраслевой цепочки, ставящего целью повышение собственной эффективности посредством формирования цепочки стоимости, определяющим является идентификация управляющего звена в цепочке.

Анализ показателей двух вариантов цепочек создания стоимости хлеба и хлебобулочных изделий из пшеничной муки высшего сорта установил:

- основная часть стоимости хлебобулочной продукции создается хлебозаводами, на долю которых приходится около 57–60% от общей величины добавленной стоимости. Это свидетельствует о том, что цепочка создания стоимости продукции в хлебопекарном производстве относится к управляемой производителями хлебобулочной продукции (хлебозаводами). Из суммарной прибыли в размере 4836 руб. в расчете на одну тонну хлебобулочной продукции на долю хлебозавода приходится около 57% при рентабельности продукции в пределах административных ограничений 13%;

- добавленная стоимость производства зерна колеблется от 13 до 14%, а доля прибыли, приходящаяся на сельхозпроизводителей, составляет около 10% при рентабельности производства 15%;

- добавленная стоимость мукомольного предприятия на одну тонну хлебобулочной продукции составляет 2401 руб., или 8,23% (7,34%) от общей суммы добавленной стоимости, созданной всеми участниками данной цепочки. При этом доля прибыли, приходящаяся на этот вид деятельности, характеризуется более высоким удельным весом – 15,7% (15,4%) при рентабельности производства 15%. На долю поставщиков прочего сырья и материалов приходится лишь 7% добавленной стоимости;

- добавленная стоимость, созданная предприятиями розничной торговли, составляет в среднем 10%, а доля прибыли, приходящаяся на данный вид деятельности, – 17,5–19,5%, данные значения превышают соответствующие показатели мукомольного предприятия. Автотранспортные предприятия, осуществляя доставку хлебобулочной продукции в магазины розничной торговли Оренбургской области и других регионов, создают около 4% добавленной стоимости и тем самым увеличивают розничную цену хлеба;

- наибольшую величину прибыли на один рубль добавленной стоимости получают муко-

Таблица 3. Прибыль на один рубль добавленной стоимости в разрезе отдельных субъектов цепочки производства хлебопродуктов в Оренбургской области (по данным 2010 г.), руб.

Субъекты цепочки создания стоимости	Прибыль на один руб. добавленной стоимости		
	хлебопекарное производство	макаронное производство	кондитерское производство
Сельскохозяйственные товаропроизводители	0,12	0,12	0,12
Мукомольный завод	0,32	0,32	0,32
Хлебозавод (макаронная фабрика)	0,16	0,20	0,31
Розничная торговая сеть в пределах города производителя	0,29	0,33	0,34
Розничная торговая сеть за пределами города производителя	0,31	0,35	0,35

мольные предприятия (0,32 руб.) по сравнению с другими субъектами цепочки создания стоимости хлебобулочной продукции. На втором месте по уровню данного показателя находятся предприятия розничной торговли – 0,29 руб. (0,31 руб.), на третьем – производители хлеба (0,16 руб.) и на последнем – сельхозпроизводители (0,12 руб.). Низкие значения прибыли на один рубль добавленной стоимости отрицательно характеризуют качественный состав созданной добавленной стоимости.

В процессе исследования выявлено, что пропорции распределения добавленной стоимости и прибыли между предприятиями макаронной промышленности аналогичны хлебопекарному производству. Основная часть добавленной стоимости (47–50%) и прибыли (45–47%) создается производителями макаронных изделий при средней рентабельности продукции 15%. На долю предприятий розничной торговли приходится 18% добавленной стоимости в пределах города и 18,35% на территории Оренбургской области и других регионов. Большая доля добавленной стоимости розничной торговли макаронными изделиями по сравнению с хлебобулочными объясняется отсутствием административного регулирования розничных цен на макаронную продукцию. Средняя торговая надбавка на макаронную продукцию в Оренбургской области, по данным 2010 г., составляла 20% к отпускной цене (с НДС) производителей макарон. Высокую эффективность розничной торговли макаронными изделиями также подтверждает показатель прибыли на один рубль добавленной стоимости, составляющий 0,33 руб. (0,35 руб.). При этом макаронная фабрика как производитель получает лишь 0,2 руб. прибыли на один рубль добавленной стоимости.

Сельхозпроизводители и производители муки в цепочке создания стоимости макарон концентрируют значительную долю добавленной стоимости и прибыли в сравнении с хлебопекарным производством. Это связано прежде всего с нормой расхода муки на производство одной тонны макаронной продукции, которая в среднем на 25–30% больше, чем при производстве хлеба.

Таким образом, анализ структуры розничных цен на хлебобулочную и макаронную продукцию установил, что управляющими звеньями цепочек создания стоимости продукции в хлебопекарном и макаронном производствах являются хлебозавод и макаронная фабрика, концентрирующие около 50–60% добавленной стоимости (без учета добавленной стоимости посреднического звена).

В отличие от цепочки в хлебопекарной и макаронной отраслях пищевой промышленности производство мучных кондитерских изделий представляет пример цепочки, управляемой поставщиками (производителями) сырья и материалов, совместно создающими от 41 до 43% добавленной стоимости (таблица 2). В том числе поставщики прочего сырья и материалов создают 38–40% стоимости кондитерской продукции, сельхозпроизводители – 2%, а производители муки – лишь 1%. Низкие значения добавленной стоимости, приходящиеся на сельхозпроизводителей и производителей муки, связаны с незначительной долей затрат на муку в себестоимости мучных кондитерских изделий по сравнению с другими материалами, потребляемыми в процессе производства.

Производители мучных кондитерских изделий концентрируют 34–36% добавленной стоимости, занимая при этом второе место после по-

ставщиков сырья и материалов. Предприятия торговли, осуществляя реализацию кондитерских изделий конечным потребителям, дополнительно создают 21% стоимости, что приводит к значительному росту розничных цен. Это прежде всего связано с высокой торговой надбавкой, которая в среднем достигает 22,5% к отпускной цене производителей кондитерских изделий. При такой наценке предприятия розничной торговли получают от 0,34 руб. (0,35 руб.) прибыли на один рубль добавленной стоимости.

Отсутствие административного регулирования цен и ежегодный рост потребления мучных кондитерских изделий в среднем на 1,5% придают этому виду производства большую привлекательность по сравнению с производством хлебобулочных изделий. При рентабельности производства 20% производители кондитерских изделий получают 0,31 руб. прибыли на один рубль добавленной стоимости, что на 0,15 руб. больше, чем при производстве хлебобулочных изделий. В связи с этим одним из перспективных направлений развития хлебопекарных предприятий является диверсификация производства путем освоения или расширения выпуска мучных кондитерских изделий с целью повышения эффективности деятельности.

На основе анализа цепочек создания стоимости хлебопродуктов выявлены перспективные виды деятельности для промышленных предприятий в цепочке производства продукции. В частности, для производителей хлебобулочной про-

дукции перспективным направлением является частичная интеграция «назад», то есть в переработку зерна в муку, а также хранение и складирование зерна; для производителей мучной кондитерской продукции – наоборот, интеграция «вперед», то есть на уровень розничной торговли, а для производителей макарон – одновременно интеграция «вперед» и «назад». При этом вертикальная интеграция может проходить двумя путями: производитель хлебопродуктов создает подразделения (или предприятия) в других звеньях отраслевой цепочки либо поглощает другие предприятия, действующие в этих звеньях.

Проведенное исследование показало, что добавленная стоимость и прибыль распределяются неравномерно между различными экономическими субъектами. Выявлено, что величина добавленной стоимости, полученная хозяйствующим субъектом, зависит, во-первых, от его места (положения) в цепочке создания стоимости конечной продукции (или от осуществляемого вида (видов) экономической деятельности), во-вторых, от вида выпускаемой и реализуемой продукции и, в-третьих, от механизма государственного регулирования цен на отдельные группы товаров.

Таким образом, изучение состава и структуры добавленной стоимости в рамках цепочки производства продукции выступает основой для принятия взвешенных управленческих решений, направленных на повышение эффективности деятельности хозяйствующих субъектов и укрепление их конкурентных позиций на рынке.

16.05.2011

Список литературы:

1. Центральная база статистических данных. Цены. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики [сайт]. URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi>.
2. Цены в России. 2010: Стат. сб./ Росстат [Текст]. М., 2010. С. 93-98.

Сведения об авторах:

Андреева Татьяна Викторовна, старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита экономического факультета Орского гуманитарно-технологического института (филиала) Оренбургского государственного университета, e-mail: andreeva-orisk@mail.ru
Ермакова Жанна Анатольевна, заведующий кафедрой управления персоналом, сервиса и туризма, экономический факультет Оренбургского государственного университета, доктор экономических наук, профессор
460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13, ауд. 6405, тел. (3532) 37-24-48, e-mail: 56ermakova@mail.ru

UDC 338.6P8

Andreyeva T.V.¹, Yermakova Zh.A.²

¹Orsk Humanities and Technology Institute (branch) of Orenburg State University; ²Orenburg State University, e-mail: andreeva-orisk@mail.ru; 56ermakova@mail.ru

VALUE ADDED IN THE SYSTEM OF ANALYSIS OF THE PRODUCTION CHAIN (FOR EXAMPLE, THE FOOD INDUSTRY OF THE ORENBURG REGION)

The authors carried out the analysis of the production chain of bakery, pasta and flour confectionery products based on value added and return on sales. The authors identified the proportions of the distribution of added value and profits between the principal actors in the chain. The main factors affecting the amount of value added of each participant in the chain are defined as well as far-reaching activities for producers of bread products with a view to increasing the value added and improving its structure.

Key words: value chain of production, value added, the structure of value added, food industry