Годовой отчет о деятельности
ТОО «БЕККЕР и К»
за 2013 год

Оглавление:

1.	**Информация о ТОО «Беккер и К»**	**Стр.4-10**
2.	**Производственная структура**	**Стр.10-13**
3.	**Основные события отчетного года**	**Стр.13**
4.	**Анализ отрасли**	**Стр.14-24**
5.	**Анализ Бизнеса**	**Стр.24-33**
6.	**Сведения о конкурирующих организациях**	**Стр.33-37**
7.	**Стратегия деловой активности**	**Стр.38-39**
8.	**Финансово-экономические показатели**	**Стр.39-47**
9.	**Управление рисками**	**Стр.47-48**
10.	**Социальная ответственность, организация труда**	**Стр.48-52**
11.	**Защита окружающей среды**	**Стр.52-56**
12.	**Контроль качества продукции**	**Стр.56-58**
13.	**Взаимодействие с потребителями**	**Стр.58-59**
14.	**Участие в благотворительных и социальных проектах**	**Стр.59-61**
15.	**Корпоративное управление**	**Стр.61-63**
16.	**Аудированная финансовая отчетность**	**Стр.63-66**
17	**Цели и задачи на 2014 год**	**Стр.66**
18	**Контактные данные**	**Стр.67**
19	**Приложения**	**Стр.68-74**

Уважаемые инвесторы!

Группа компаний «БЕККЕР и К» за 23 года работы сформировала диверсифицированный и непрерывно улучшающийся портфель брендов с высоким уровнем узнаваемости и качества. Компания позиционирует себя как старейшего крупнейшего регионального производителя колбасных изделий и замороженных продуктов премиум класса по г. Алматы, путем подбора наличия мощных линий производства, тщательного подбора закупаемого сырья и качества выпускаемых продуктов. Это позволило Компании занять около 50% доли рынка колбасных продуктов и полуфабрикатов в г. Алматы.

За прошедший 2013 год, в соответствии со стратегией Компании, реализованы цели по поиску новых путей развития Компании. В 2013 году в г. Алматы были открыты шесть новых супермаркетов. Увеличены продажи по неосновным видам производства.

Потребители высоко ценят качество продукции Компании, которая ориентируется на верхний ценовой сегмент. Качество продукции является ключевым фактором успеха Компании, так как вся продукция изготавливается из натурального сырья и имеет небольшие сроки хранения, что подтверждает отсутствие в ней консервантов. Данное качество является приоритетом по отношению к импортной, так как завозимые товары требуют большего срока хранения из за транспортировки. Сегодня наши потребители уверенны том, что приобретаемый ими продукт изготовлен на предприятии, в котором соблюдаются этичные принципы и права трудящихся, что деятельность нашей Компании содействует социальному и экологическому благополучию.

Компания в течение пяти лет является участником Глобального договора ООН, понимая все преимущества социальной ответственности, сегодня принципы Глобального договора – это часть стратегии, культуры и повседневной работы сотрудников Компании. Действующая в компании интегрированная система менеджмента в соответствии с требованиями международных стандартов ISO 9001, 14001, 22000, а также элементами менеджмента профессиональной безопасности, охраны труда OHSAS 18001 и социальной ответственности ISO 26000, позволяет планомерно реализовать принципы Глобального договора и предоставляет конкурентное преимущество Компании.

Компания за последние годы показывает значительные консолидированные финансовые результаты, вследствие присутствия на высокорентабельном рынке продукции премиум-класса.

Впереди у нас большие планы по наращиванию объемов производства, открытию новых производственных площадок и торговых точек. При этом, вступая в новый этап развития, мы продолжаем следовать тем традициям и корпоративной культуре, которые сложились за годы работы Компании.

Настоящий отчет о деятельности Компании – это успешное продолжение пути её устойчивого развития.

Руководство придерживается принципов прозрачности в деятельности Компании. Поэтому мы полностью открыты для продуктивной работы с инвесторами, поставщиками, потребителями и иными заинтересованными лицами.

В завершение, от лица всего Руководства, хочу выразить благодарность акционерам, партнерам и всем коллегам за плодотворное сотрудничество, доверие, понимание и поддержку стратегического курса развития ТОО «Беккер и К».

С Уважением,

Генеральный директор ТОО «БЕККЕР и К»

Абдикадирова Акнура Аппазовна

Информация о ТОО «БЕККЕР и К»

Краткая история, информация о продукции.

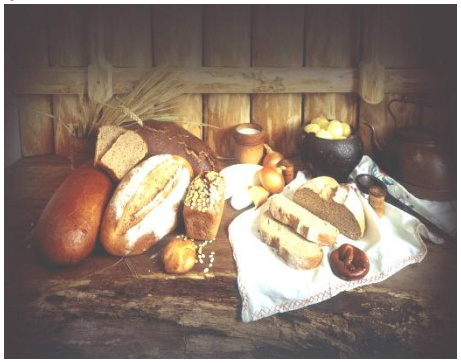
Предприятие в форме товарищества с ограниченной ответственностью «БЕККЕР и К» создано в начале 1991 года. Для осуществления своей деятельности Компанией был осуществлен выкуп земельного участка в черте города, застройка участка административными зданиями и производственными цехами и поэтапное их введение в эксплуатацию.

В составе предприятия пивоваренный завод и четыре производственных подразделения: пекарня и кулинария, мясоперерабатывающий цех, цех замороженных полуфабрикатов.

В конце 1994 года был введен в действие пивзавод, мощность пивоваренного оборудования 50 декалитров пива в сутки, 12 тонн пива в месяц. Компания имеет государственную лицензию на производство пива № 0002081 от 31 марта 1999 года, выданную Комитетом по государственному контролю над производством и оборотом алкогольной продукции. Пиво «Becker Bier» светлое, темное и нефильтрованное пользуется высоким спросом. Пиво производится по классической немецкой технологии на комплектном оборудовании фирмы KASPAR SCHULZ. Все основные процессы осуществляются в автоматическом режиме под компьютерным контролем. При варке «Becker Bier» используется высококачественное сырьё, поставляемое из Германии (солод, хмель, дрожжи), и вода. Пиво не подвергается пастеризации и не содержит консерванты, поэтому оно «живое», срок годности 9 суток**.**

С января 1995 года начал работать ресторан «Пруссия». Интерьер ресторана выдержан в старинном немецком стиле и представляет собой немецкий постоялый двор. Ресторан «Пруссия» имеет три зала на 120 посадочных мест: «Центральный зал», «Банкетный зал» для VIP – персон и «Каминный зал», удобный для проведения банкетов и торжеств. В летнее время работает летняя площадка на 180 посадочных мест. Возле ресторана имеется удобная парковка. В ресторане «Пруссия» представлены блюда европейской и национальной немецкой кухни.

Колбасный цех открыт в 1996 году, мясоперерабатывающее производство является Основным направлением деятельности ТОО «БЕККЕР и К». Ежедневно вырабатывается около 10 тонн мясных продуктов из свинины, конины, говядины, баранины и птицы. Ассортимент выпускаемой продукции насчитывает более 130 наименований. Мясное сырьё приобретается у фермерских хозяйств Казахстана. Использование только свежеохлажденного сырья, высококачественных специй, применение на производстве высокого уровня механизации и автоматизации, соблюдение санитарно-гигиенических требований, наличие компетентного персонала -определяет безопасность и высокое качество продукции, удовлетворенность потребителей и приверженность их к торговой марке «Беккер».



В июле 2000 года в эксплуатацию запущена пекарня. В сутки вырабатывается 2 тонны готовой продукции. Ассортимент пекарни насчитывает более 90-ти видов хлеба, хлебобулочных и мучных кондитерских изделий: хлеб «Берлинский», «Бородинский», «Картофельный», «Зерновой», багеты, булочки, слоеные изделия. Большая часть продукции производится по классической немецкой технологии на ржаных закваскаx с добавлением натуральных компонентов: цельных зерен пшеницы и ржи, картофеля, лука, орехов и т.д.

В 2001 году организован цех замороженных полуфабрикатов**.** Сейчас в ассортименте: пельмени, вареники с картошкой от Беккера, с капустой и телятиной, с картошкой и грибами от Беккера, манты, котлеты, фрикадельки, тефтели и т.д. Производственная мощность – 3,5 тонны в сутки. Освоен ассортимент замороженных полуфабрикатов для детей: пельмени, пельмени говяжьи, манты. Вся продукция Пельменного цеха изготавливается из отборного сырья с добавлением высококачественных специй и является продуктом исключительно ручного приготовления.

В 2006 году была открыта кулинария. В настоящее время в ассортименте кулинарии холодные и горячие закуски, разнообразные салаты, маринованные овощи, пироги, пирожки, рулеты и т.д. В сутки вырабатывается 1,7 тонны готовой продукции.

Реализация собственной продукции «БЕККЕР и К» осуществляется через ТОО «Немецкий двор», созданное в 2005 году, которое включает в себя сеть фирменных супермаркетов и торговых точек, ресторанный бизнес.

На данный момент Компания имеет собственную торговую сеть, состоящую из 13 супермаркетов из которых 1 супермаркет в собственности и 12 в операционной аренде, а также из 18 фирменных торговых точек (ФТТ) в г. Алматы, 2-х ФТТ в г. Астана. В супермаркетах помимо продукции собственного производства реализуется высококачественная продукция сторонних компаний. Компания сотрудничает и поставляет свою продукцию во все крупные торговые сети:

«Магнум», «Рамстор», «Метро», «Green Mart», «Silk Way City», «Дастархан», «Интерфуд», «Скиф трейд», «Галмарт» и «A-store» по всему Казахстану. Ежегодно Компания расширяет как внутреннюю торговую сеть так и внешнюю, минимум на 15% по всему Казахстану.

Таблица №1. Адреса фирменных торговых точек и супермаркетов Компании.

Адреса			
ФТТ		СМ	
1	г. Астана, ТД «Евразия»	1	Центральный, ул. Панфилова, 144/121
2	г. Астана, ТД «Сары-Арка»	2	Орбита, Орбита 1, ул. Навои, 6
3	ул. Мустафина, д. 9 (мкр. Орбита 4)	3	Достык, пр. Достык, 109 Б
4	Рынок «Сары- Арка», м-он-4	4	Жибек жолы, ул.Жибек жолы, 39/6
5	Универсам – 100 Жибек Жолы - Фурманова	5	Гоголя, ул. Гоголя, 144/99
6	ул. Карасай батыра, д.88б (Никольский рынок)	6	Розыбакиева. Ул. Розыбакиева, 95
7	ул. Ташкентская 507А, (маг. Арзан)	7	Тастак, ул. Туркебаева, 92
8	ул. Толе би, 171	8	Аскарова, ул. Аскарова, 2Б
9	Рынок «Жулдыз», Розыбакиева-133\1	9	Ремизовка, ул. Байшешек, 2/1
10	ул. Желтоксан, 74 кв. 32 (Аэровокзал)	10	Баганашыл, ул. Сыргабекова, 30
11	ЦКР (Зеленый базар), Жибек жолы, 53	11	Виноградова, пр. Достык, ул. Виноградова,
12	ул. Тимирязева, 15 (уг. Космонавтов)	12	Шаляпина, Мамыр 3д.23
13	ул. Жубанова, 22а, уг. Момыш-Улы	13	Ауэзова, Ауэзова, 106, уг. Джандосова
14	ул. Розыбакиева, 95		
15	«Ак-Сункар», ул. Майлина – 11, Аэропорт		
16	мкр. Алмагуль, ул. Жарокова, 281		
17	ул. Джандосова, 162 А, уг. Берегового		
18	пр. Сейфулина 168 “Б”, Магазин «Салман»		
19	ТД «Туркестан», Пушкина, 34		
20	мкр. Казахфильм, Исиналиева, 13		

Миссия, Видение, Ценности, Политика и Цели в области качества, Политика в области обеспечения безопасности пищевой продукции, Политика в области экологии, производственной безопасности и здоровья и Экологические цели ТОО «БЕККЕР и К» являются неотъемлемой частью общей стратегии деятельности Компании, нацеленной на производство продукции в соответствии с мировыми стандартами качества, с использованием только высококачественного сырья, без применения консервантов и генетически модифицированного сырья, а также на максимальное удовлетворение ожиданий всех заинтересованных сторон (см. **Приложение** 1 «Миссия, Видение, Ценности, Политика», «Цели Компании на 2013 год», «Политика в области обеспечения безопасности пищевой продукции», «Политика в области экологии, производственной безопасности и здоровья»).

При разработке политики, стратегии и совершенствовании интегрированной системы менеджмента Компания рассматривает долгосрочные перспективы в части экономического, экологического, социального и промышленного развития, ожиданий и потребностей заинтересованных сторон.

***Миссия компании**:*

- *Сохранить традиции потребления экологически чистых продуктов питания*

Ценности компании:

- *Лидерство*
- *Вовлеченность сотрудников*
- *Социальная ответственность*
- *Непрерывное совершенствование*
- *Качество производимых товаров и оказываемых услуг*

Портрет компании:

- Мы коммерческая организация, преследующая общественные интересы. Общественные интересы – это интересы: потребителей, сотрудников, топ менеджмента, поставщиков, общества (государственных, общественных организаций и физических лиц)

Внедрение международных стандартов

ТОО «Беккер и К» в ноябре 2003 года успешно прошло сертификацию системы менеджмента качества (СМК) на соответствие международному стандарту ISO 9001:2000 и получило сертификаты международно-признанного органа по сертификации SAI Global Limited и IQNET. В января 2005 года Компания приступила к разработке и внедрению интегрированной системы менеджмента (ИСМ), которая включает в себя:

Систему менеджмента качества, отвечающую требованиям международного стандарта ISO 9001:2008;
Систему экологического менеджмента, отвечающую требованиям международного стандарта ISO 14001:2004;
Систему менеджмента безопасности пищевой продукции, отвечающую требованиям международного стандарта ISO 22000:2005.

Ежегодно внешние аудиторы проводят инспекционные проверки всех основных процессов СМК компании, ИСМ, принципы НАССР, подтверждают их функционирование, улучшение и соответствие всем требованиям стандартов.

Согласно внутреннему приказу в Компании утвержден список внутренних аудиторов интегрированной системы менеджмента, состоящий из директора по качеству, специалиста и начальника отдела системного менеджмента, технического директора. Аудиторы имеют сертификаты «Внутренний аудитор интегрированной системы управления качеством, охраной окружающей среды, охраной труда, техникой безопасности, и пищевой безопасности», выданные ТОО «Бюро Веритас Казахстан».

Компания является участником Глобального договора ООН, шестой год подряд представляет социальный отчет, подготовленный с учетом требований Руководства по отчетности в области устойчивого развития GRI.

Политика компании в области качества состоит из 23 пунктов и включает в себя 8 принципов ISO 9000.

Цели в области качества и Экологические цели формируются на уровне Компании, а также дифференцируются на уровне структурных подразделений, являются измеримыми и согласуются с Политикой Компании в области качества, Политикой в области обеспечения безопасности пищевой продукции и Политикой в области экологии, производственной безопасности и здоровья. Мониторинг достижения Целей в области качества и Экологических целей осуществляется на заседаниях Координационного совета.

Высшим руководством Компании разработано и утверждено «Положение о системе стратегического управления», в соответствии с которым осуществляется стратегическое управление ТОО «БЕККЕР и К». Стратегическое управление включает в себя постановку стратегических целей и задач Компании и поддержание взаимоотношений между компанией и внешней средой, которые позволяют ей добиваться своих целей и оставаться восприимчивой к внешним требованиям, а также оценку и анализ результатов реализации стратегии, которые используются в качестве механизма обратной связи для корректировки Перечня ранжированных стратегий и методов их реализации.

Процесс оценки и анализа осуществляется на Координационном совете, в состав которого входит все высшее руководство. Деятельность Координационного совета регламентируется документированной процедурой «Анализ со стороны руководства». По результатам оценки и анализа результатов реализации стратегии компании высшим руководством принимаются соответствующие решения.

Для оценки экологической эффективности деятельности Компании в рамках функционирования интегрированной системы менеджмента, проводятся внутренние аудиты на соответствие требованиям МС ISO 14001:2004.

Таблица №2. Основные консолидированные показатели Компании, т. тенге.

Показатель	2013г.	2012г.	2011г.	2010г.
Активы	**6 744 525**	6 204 625	4 981 265	3 801 458
Уставный капитал	**1 146 250**	1 146 250	1 146 250	1 146 250
Собственный капитал	**3 569 164**	3 031 652	2 843 669	3 330 650
Краткосрочные обязательства	**1 504 524**	1 505 533	459 938	222,4
Доход от реализации продукции	**7 453 118**	7 768 888	6 770 410	5 687 212
Прибыль (убыток) до налогообложения	**806 939**	449 034	332 812	454 539
Чистая прибыль	**754 121**	397 998	287 067	328 274

АО «Рейтинговое агентство Регионального финансового центра города Алматы» подтвердило долгосрочный кредитный рейтинг Компании на уровне BBB1, краткосрочный рейтинг Компании на уровне P2, и подтвердило долгосрочный рейтинг долговым обязательствам на уровне BBB3, и краткосрочный рейтинг долговых обязательств на уровне P3. Прогноз стабильный.

Компания обладает восьмью лицензиями №0037262 от 01.03.2007г., №0041651 от05.07.2013г., серии АА-8 №0058802 от 10.04.2008г., АА-8 №0058562 от 19.02.2008г., АА-8 №0058289 от 21.12.2007г. позволяющими ей производить пиво и реализовывать алкогольную продукцию в магазинах своей торговой сети.

За достижения в области качества выпускаемой продукции, Компания неоднократно была отмечена высокими наградами на различных казахстанских и международных выставках.

Участвуя в 2006 году в первом национальном конкурсе «За достижение в области качества», Компания «Беккер и К» получила премию Президента Республики Казахстан в номинации «Лучшее предприятие, выпускающее товары для населения».

Таблица №3. Награды Компании за 2011-2013 годы.

Дата	Место проведения	Наименование выставки	Награда	Номинация	Наименование продукта
2011 год					
Апрель	Казахстан, Астана	Inter Food Astana 13-я Казахстанская международная выставка «Пищевая Промышленность-продукты питания и напитки, ингредиенты, оборудование и упаковка	Диплом за участие в конкурсе «Лучшая выставочная композиция»	1.Вдохновение. 2.Самый вкусный стенд.	
Апрель	Казахстан, Алматы	13-я Казахстанская международная выставка	Диплом + гран при	Хлеб, мука, мед:	Булка «Баварская»
			Диплом + золотая медаль	Мясные изделия	Колбаса варено-копченая «Московская от Беккера»
			Диплом + золотая медаль	Полуфабрикаты	Котлеты «Домашние от Беккера»
			Диплом + золотая медаль	Пиво	Пиво светлое от Беккера
2012 год					
Март	Россия, Москва	Международная выставка «Молочная и мясная индустрия»	Диплом + гран при	За высокое качество продукции	Казы, грудка индейки сырокопченая, колбаски для жарки «Восточные от Беккера»,
			Диплом потребителя	За высокое качество продукции колбаса по ГОСТ 16351-86	Колбаса п/к «Краковская от Беккера»
				За высокое качество продукции	Рулет «Радужный»
			Диплом + золотая медаль	За высокое качество и оригинальность продукции	Колбаса «Паштетная от Беккера», «Сардельки с томатом», «Колбаса из конины п/к»
Апрель	Казахстан, Алматы	14-я Казахстанская международная выставка	Диплом + золотая медаль	Полуфабрикаты	Пельмени «Детские говяжьи Беккеренок»
			Диплом + золотая медаль	Полуфабрикаты	«Вареники с картофелем и грибами от Беккера»
			Диплом + золотая медаль	Полуфабрикаты	«Котлеты из индейки»
			Диплом + золотая медаль	Мясные изделия	Колбаса вареная «Восточная конская от Беккера»

Дата	Место проведения	Наименование выставки	Награда	Номинация	Наименование продукта
			Диплом + золотая медаль	Мясные изделия	Колбаса п/к «Таллинская от Беккера»
			Диплом + золотая медаль	Потребительская дегустация «Выбор года №1»	Колбаса вареная «Московская от Беккера»
Декабрь	Россия, Москва	Первый профессиональный конкурс мясной продукции	Диплом + золотая медаль	Мясной продукт года 2012	Казы в/к
				Мясной продукт года 2012	Колбаса из конины от Беккера
2013 год					
Август	Казахстан, Алматы	Лучшие продовольственные товары	Третье место	В номинации продовольственных товаров	
Декабрь	Россия, Москва	Второй профессиональный конкурс мясной продукции	Диплом + золотая медаль	За высокое качество продукции	«Баранья нога по баварски» в/к, «Шейка конская» вареная, «Сало охотничье» в/к, «Жая» в/к, «Казы» в/к
			Диплом + серебряная медаль	За высокое качество продукции	Сардельки «Гурман», колбаса «Украинская»

Высокие показатели деятельности Компании успешно сформировались благодаря реализации ряда стратегических инициатив:

- Компания ориентируется на продукты с высокой рентабельностью. Она позиционирует себя как производитель высококачественных продуктов. Компания выпускает широкий спектр продуктов, что позволяет сбалансировано сочетать традиционную мясную продукцию, пиво, хлебобулочные и кулинарные продукты с высокой добавленной стоимостью, делая акцент на премиум-рынке;
- Для поддержки роста создаются новые торговые точки по сбыту. Для увеличения роста продаж было создано дочернее предприятие ТОО «Немецкий двор», которое использует схемы прямых продаж через собственные торговые супермаркеты и арендные точки. Это позволяет дочерней компании осуществлять более тщательный контроль над сбытовой сетью и ликвидировать чрезмерные надбавки в цене при реализации продукции в сторонних торговых сетях, которые неблагоприятно сказываются на продажах продукции конечным потребителям;
- Оптимизация производства и разделение общих функций, обеспечивают эффективность производства и сокращение затрат;
- Консервативный рост Компании и высокий уровень управления. Благодаря эффективной системе финансового менеджмента и поддержке учредителей, Компания показывает высокие финансовые показатели. Консервативный рост Компании во многом обеспечен концентрацией собственных средств и достаточно высоким уровнем корпоративного управления, что формирует значительный уровень доверия со стороны поставщиков сырья и крупных торговых сетей.

Производственная структура

Интегрированная система менеджмента (ИСМ) введенная на предприятии распространяется на все структурные подразделения ТОО «Беккер и К», на деятельность предприятия, связанную с приемкой и хранением сырья, производством мясной и кулинарной продукции, замороженных полуфабрикатов, хлебобулочных и мучных кондитерских изделий.

Руководство определяет организационную структуру управления ТОО «Беккер и К» и принимает на себя обязательство по постоянному повышению эффективности ИСМ. Структурные подразделения ТОО «БЕККЕР и К», см. **Приложение 2** к Годовому отчету. Общее количество работников составляет 689 (офис 58, производство 631) человек на 01.06.2014г.

Деятельность предприятия основывается на процессном и системном подходах. Каждый процесс рассматривается с точки зрения добавленной ценности. Управление процессами

осуществляется в соответствии с документированными процедурами, положениями и инструкциями.

Таблица №4. Управленческие, основные и вспомогательные процессы, необходимые для ИСМ.

Наименование процесса	Состав процесса	Руководитель процесса
Управленческие процессы		
Стратегическое управление	1. Управление документами 2. Управление записями 3. Анализ со стороны руководства 4. Мониторинг удовлетворенности заинтересованных сторон 5. Управление внутренним аудитом 6. Экологический мониторинг 7. Контроль соблюдения технологической дисциплины и нормативных документов, санитарных и ветеринарных требований	Генеральный директор
Основные процессы		
Разработка и внедрение продукции	1. Управление документами 2. Управление записями 3. Мониторинг удовлетворенности заинтересованных сторон	Директор развития сети ТОО «Немецкий двор»
Закупки	1. Управление документами 2. Управление записями 3. Верификация закупаемых сырья и материалов 4. Контроль соблюдения технологической дисциплины и нормативных документов, санитарных и ветеринарных требований 5. Управление несоответствиями 6. Управление корректирующими и предупреждающими действиями	Коммерческий директор
Производство мясных изделий Производство замороженных полуфабрикатов	1. Управление документами 2. Управление записями 3. Контроль соблюдения технологической дисциплины и нормативных документов, санитарных и ветеринарных требований 4. Верификация готовой продукции 5. Управление несоответствиями 6. Управление корректирующими и предупреждающими действиями 7. Управление подготовкой к аварийным ситуациям и реагирование на них	Директор по мясоперерабатывающему производству и технологии
Производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий	1. Управление документами 2. Управление записями 3. Контроль соблюдения технологической дисциплины и нормативных документов, санитарных и ветеринарных требований 4. Верификация готовой продукции 5. Управление несоответствиями 6. Управление корректирующими и предупреждающими действиями 7. Управление подготовкой к аварийным ситуациям и реагирование на них	Директор по хлебопекарному и кондитерскому производству
Производство кулинарных изделий	1. Управление документами 2. Управление записями 3. Контроль соблюдения технологической дисциплины и нормативных документов, санитарных и ветеринарных требований 4. Верификация готовой продукции 5. Управление несоответствиями	Директор по производству кулинарных изделий

Наименование процесса	Состав процесса	Руководитель процесса
	6. Управление корректирующими и предупреждающими действиями 7. Управление подготовкой к аварийным ситуациям и реагирование на них 8. Предоставление услуг общественного питания сотрудникам	
Вспомогательные процессы		
Управление компетентностью персонала	1. Управление документами 2. Управление записями 3. Мониторинг удовлетворенности заинтересованных сторон 4. Управление подготовкой к аварийным ситуациям и реагирование на них	Директор по персоналу
Техническое обслуживание и ремонт оборудования	1. Управление документами 2. Управление записями 3. Управление средствами для мониторинга и измерений 4. Управление несоответствиями 5. Управление корректирующими и предупреждающими действиями 6. Управление подготовкой к аварийным ситуациям и реагирование на них	Технический директор
Техническое обслуживание и ремонт автотранспорта	1. Управление документами 2. Управление записями 3. Управление несоответствиями 4. Управление корректирующими и предупреждающими действиями 5. Управление подготовкой к аварийным ситуациям и реагирование на них	Начальник автотранспортного отдела
Подготовка спецодежды, столового белья, мягкого инвентаря	1. Управление документами 2. Управление записями 3. Управление несоответствиями 4. Управление корректирующими и предупреждающими действиями 5. Управление подготовкой к аварийным ситуациям и реагирование на них	Технический директор

Согласно Анализу процессов за 2013 год, из 30 показателей процессов: улучшение по 14 показателям (46,6%); ухудшение по 10 показателям (33,3%); стабильно по 6 показателям (20,0 %).
ТОО «Беккер и К» осуществляет контроль за процессами, отданными на сторону, утвержден перечень процессов, отданных на аутсорсинг.

Последовательность и взаимодействие, входы и выходы процессов ИСМ, внутренние и внешние поставщики определены в положениях о структурных подразделениях, документированных процедурах путем перекрестных ссылок, а также в виде схемы взаимодействия процессов. К процессам ИСМ предприятия применяется цикл PDCA (планирование-действие-проверка-корректировка - циклически повторяющийся процесс принятия решения, используемый в управлении качеством).

ТОО «Беккер и К» планирует и обеспечивает производство и реализацию продукции в управляемых условиях. Управляемые условия включают наличие документации на продукцию, оборудования и средств измерений, проведение мониторинга и измерений, осуществление производства и поставки продукции.

Предприятие обеспечено нормативными документами по стандартизации на сырье, продукцию и методы испытаний. Для наиболее полного удовлетворения требований и ожиданий потребителей разработаны национальный стандарт и стандарты организации на различные виды продукции, технологическая документация. При разработке нормативной и технологической документации используются международные стандарты, европейские нормы и правила. Рабочие инструкции содержат описание выполнения процесса.

Предприятие оснащено, в основном, германским оборудованием по производству мясных изделий – фирм REICH, Bastramat, Nimatek Frey, Seydelmann, RISCO; хлебобулочных изделий – Winkler, Kolb и других фирм. Применяемые на предприятии средства измерений позволяют производить продукцию с заданными параметрами.

Производство продукции, с учетом валидации, идентификации и прослеживаемости, а также оценки и анализа процессов осуществляется в соответствии с процедурами Управление производством мясных изделий, Управление производством хлебобулочных и мучных кондитерских изделий, Управление производством замороженных полуфабрикатов, Управление производством кулинарных изделий.

ТОО «Беккер и К» постоянно повышает эффективность ИСМ посредством использования Политики и Целей в области качества, Политики в области обеспечения безопасности пищевой продукции, Политики в области экологии и производственной безопасности и здоровья и Экологических целей.

Предприятие применяет методы непрерывного совершенствования, такие как процессный подход, анализ со стороны руководства, анализ данных, мониторинг, корректирующие и предупреждающие действия, внутренние аудиты, самооценка.

Основные события отчетного года

Приоритетные задачи поставленные на 2013 год, это увеличение прибыли Компании за счет сокращения издержек, частичное обновление изношенного оборудования и открытие супермаркетов.

Касательно оборудования решена проблема стоков канализации - установлен жироуловитель с производственного здания. Обновлено оборудование в мясоперерабатывающем цехе: новый шприц, новый клипсатор, новая универсальная печь «Агро-Терм». Компания постоянно занимается инвестированием собственных средств для закупа оборудования, отвечающего современным требованиям. Общий объем реинвестирования с 2004 года составил более 0,6 млрд. тенге.

В июне 2013 года открыт супермаркет «Центральный», задача выполнена. На запуск данного супермаркета затрачено 180 млн. тенге. Также открыли еще 2 супермаркета в феврале 2013 года «Жибек Жолы» и в сентябре 2013 года «Аскарова».

Прибыль, увеличили почти в 2 раза, валовой доход увеличили на 8,5 %, себестоимость снизили на 9%, административные расходы и расходы по реализации снизили на 7%. Налоговую нагрузку уменьшили, данные мероприятия отразятся в значительной степени в 2014 году в особенности КПН. Оборот Компании планировали увеличить на 7 %, но в связи с закрытием СМ «Астана» и СМ «Аксай», данный план не выполнили.

В начале 2013 года было принято решение о закрытии двух супермаркетов «Астана» и «Аксай», причина – проекты себя не оправдали, убытки от вложенных средств и падение общего оборота Компании.

Качество продукции, выпускаемой ТОО «Беккер и К», отмечено высокими наградами, полученными на выставках, конкурсах, фестивалях, ярмарках.
В 2013 году ТОО «Беккер и К» стало победителем «Второго профессионального конкурса мясной продукции» (ГНУ ВНИИМП им. Горбатова г. Москва). Продукция мясоперерабатывающего производства удостоена четырех золотых медалей и двух серебряных медалей, и права использовать надпись «Мясной продукт года 2013».
В августе 2013 года ТОО «Беккер и К» была удостоена 3-го места на Выставке «Лучшие продовольственные товары» в номинации продовольственных товаров.

Анализ достижения целей компании за 2013 год в области ISO см. в **Приложении 3.**

Операционная деятельность

АНАЛИЗ ОТРАСЛИ

Пищевая промышленность является очень важной отраслью для любой экономики, т.к. производство продуктов питания напрямую влияет на экономическую и продовольственную безопасность страны. Пищевую промышленность Республики Казахстан в основном составляют производства следующих видов продуктов: мяса и мясопродуктов, молока и молокопродуктов, сахара, муки, макаронных изделий, растительного масла, овощей и фруктов.

РЫНОК КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Ежегодный средний рост рынка колбасных изделий Казахстана до 2008 года составлял порядка 20% в год, где объем рынка достигал 68 388 тонн колбас, увеличившись на 13% по отношению к 2007 году. Однако в результате негативного снижения экономической активности в Республике Казахстан в 2009 году наблюдалось снижение объема рынка до 67 572 тонн продуктов или снижение на 1% к 2008 году.

В 2010 году объем рынка колбасных изделий составил 47 678 тонн, снизившись относительно показателей 2009 года на 29%.

С 2011 года началось восстановление объема рынка, прирост относительно 2010 года составил 3% (48 993 тонн).

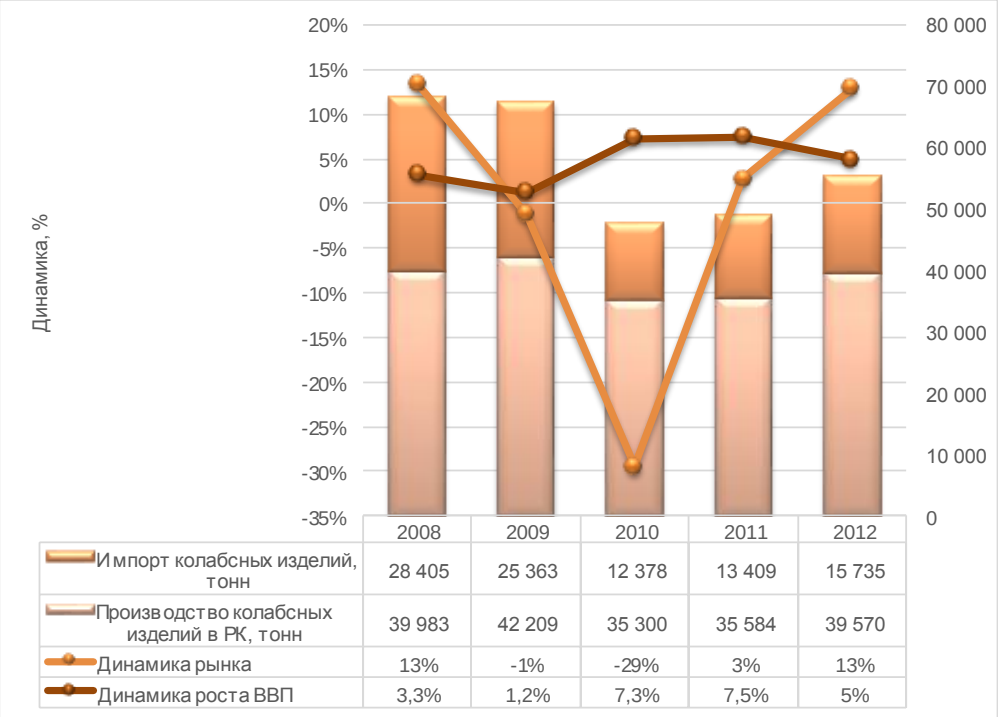
В 2012 году объем рынка колбасных изделий составил 55 305 тонн, прирост относительно показателей 2011 года составил 13%.

Таблица №5. Объем рынка колбасных изделий в Республике Казахстан, тонн.

	2008	2009	2010	2011	2012
Производство колбасных изделий в РК, тонн	39 983	42 209	35 300	35 584	39 570
Динамика роста производства, %	4,72%	5,57%	-16,37%	0,80%	11,20%
Импорт колбасных изделий, тонн	28 405	25 363	12 378	13 409	15 735
Объем рынка колбасных изделий в РК, тонн	68 388	67 572	47 678	48 993	55 305
Динамика рынка колбасных изделий в РК, %	13%	-1%	29%	3%	13%
Доля импорта колбасных изделий в РК, %	42%	38%	26%	27%	28%
Экспорт колбасных изделий, тонн	13	2	0,3	0,1	0,1

По данным Агентства статистики Республики Казахстан

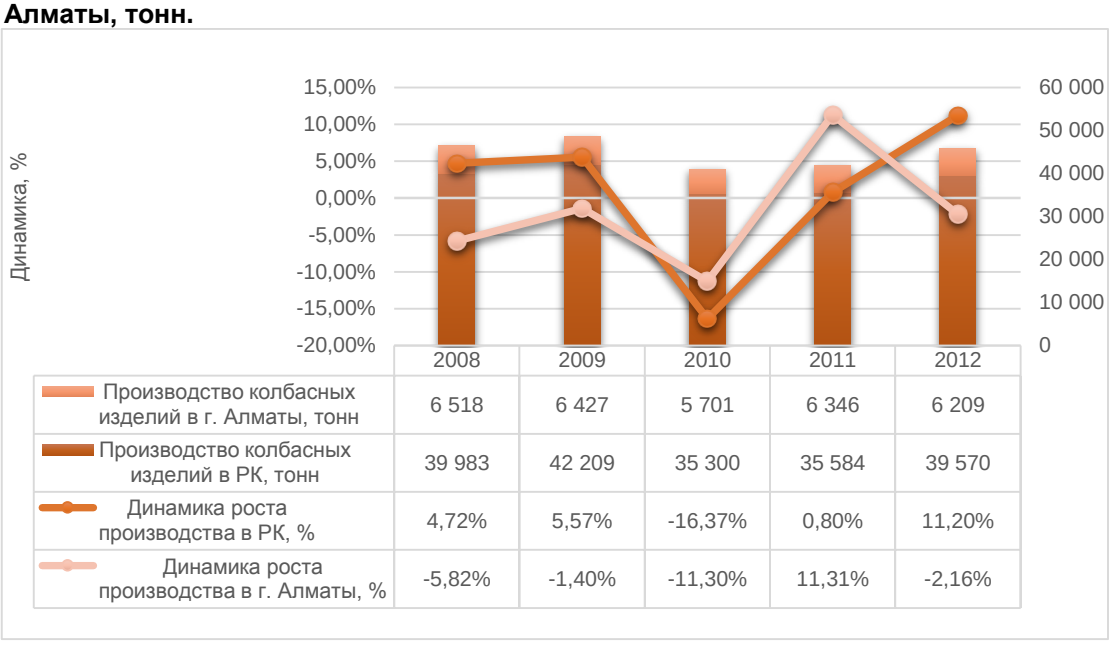
График №1. Объем рынка колбасных изделий в Республике Казахстан, тонн



	2008	2009	2010	2011	2012
Импорт колабсных изделий, тонн	28 405	25 363	12 378	13 409	15 735
Производство колбасных изделий в РК, тонн	39 983	42 209	35 300	35 584	39 570
Динамика рынка	13%	-1%	-29%	3%	13%
Динамика роста ВВП	3,3%	1,2%	7,3%	7,5%	5%

По данным Агентства статистики Республики Казахстан

График №2. Объем производства колбасных изделий по Республике Казахстан и г. Алматы, тонн.



	2008	2009	2010	2011	2012
Производство колбасных изделий в г. Алматы, тонн	6 518	6 427	5 701	6 346	6 209
Производство колбасных изделий в РК, тонн	39 983	42 209	35 300	35 584	39 570
Динамика роста производства в РК, %	4,72%	5,57%	-16,37%	0,80%	11,20%
Динамика роста производства в г. Алматы, %	-5,82%	-1,40%	-11,30%	11,31%	-2,16%

По данным Агентства статистики Республики Казахстан

Производство колбасных изделий в 2007 году в г. Алматы составило 6 921 тонн. В 2008 году было произведено 6 518 тонн, снижение к 2007 году составило 5,82%.

В 2009 году было произведено 6 427 тонн, снижение к 2008 году составило 1,40%.

В 2010 году производство колбасных изделий упало до 5 701 тонн, снижение к 2009 году составило 11,30%. Однако в 2011 году ситуация на рынке производства колбасных изделий

улучшилась: было произведено 6 346 тонн, то есть рост по отношению к показателям 2010 года составил 11,31%.

В 2012 году было произведено 6 209 тонн, снижение к 2011 году составило 2,16%.

При этом в 2012 году объем производства колбасных изделий в целом по Республике Казахстан увеличился на 11,20% по отношению к показателям 2011 года, и составил 39 570 тонн.

Доля производства г. Алматы составляет в общем объеме производства колбасных изделий по республике: в 2008 году: 16,30%, в 2009 году: 15,23%, в 2010 году: 16,15%, в 2011 году: 17,83%, в 2012 году: 15,69%.

График №3. Объем рынка мяса и субпродуктов по Республике Казахстан, Алматинской области и г. Алматы, тонн.

	2008	2009	2010	2011	2012
Мясо и мясные продукты в г. Алматы, тонн	637	852	1 180	2 868	3 366
Мясо и мясные продукты в РК, тонн	113 526	129 263	157 177	164 934	188 058
Динамика роста производства в РК, %	3,03%	13,86%	21,59%	4,94%	14,02%

По данным Агентства статистики Республики Казахстан

Производство мяса и субпродуктов в 2007 году в г. Алматы и Алматинской области составило 249 тонн. В 2008 году было произведено 637 тонн, рост составил в 2,6 раза к показателям 2007 года.

В 2009 году было произведено 852 тонны, рост к 2008 году составил 33,75%.

В 2010 году производство мяса и субпродуктов составило до 1 180 тонн, рост к 2009 году составил 38,50%. В 2011 году ситуация на данном рынке улучшилась: было произведено 2 868 тонн, то есть рост по отношению к показателям 2010 года составил в 2,4 раза.

В 2012 году было произведено 3 366 тонн, рост к 2011 году составил 17,36%.

При этом в 2012 году объем производства мяса и субпродуктов в целом по Республике Казахстан увеличился на 14,02% по отношению к показателям 2011 года, и составил 188 058 тонн.

Таблица №6. Объем рынка мяса и субпродуктов по Республике Казахстан, Алматинской области и г. Алматы, тонн.

	2008	2009	2010	2011	2012
Мясо и мясные продукты в РК, тонн	113 526	129 263	157 177	164 934	188 058
Динамика роста производства в РК, %	3,03%	13,86%	21,59%	4,94%	14,02%
Мясо и мясные продукты в г. Алматы, тонн	637	852	1 180	2 868	3 366

	2008	2009	2010	2011	2012
Динамика роста производства в г. Алматы, %	155,82%	33,75%	38,50%	143,05%	17,36%
Доля г. Алматы %	0,56%	0,66%	0,75%	1,74%	1,79%

По данным Агентства статистики Республики Казахстан

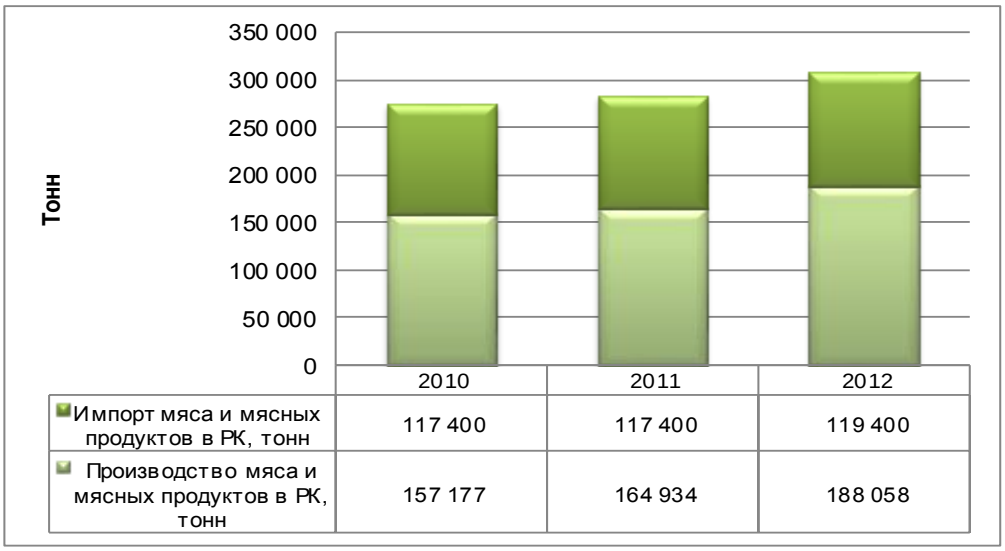
Доля производства г. Алматы составляет в общем объеме производства мяса и субпродуктов по республике: в 2008 году: 0,56%, в 2009 году: 0,66%, в 2010 году: 0,75%, в 2011 году: 1,74%, в 2012 году: 1,79%.

Сырьевая база

Показатели рынка мяса и мясопродуктов во многом зависят от показателей роста экономики Республики Казахстан, активности развития сельскохозяйственного комплекса, роста потребления и экономической активности. Показатели рынка мяса за 2012 год по сравнению с 2011 годом продемонстрировали увеличение производства мяса и продуктов на 14,02% в натуральном выражении. Прирост показателей, в основном, произошел за счет увеличения импортных поставок: Казахстан испытывает дефицит мяса. Например, по сравнению с итогами первого полугодия 2012 года, в аналогичном периоде 2013 года поголовье птицы снизилось с 38,4 миллиона до 37,7 миллиона, свиней - с 1 644 тысяч до 1 326,4 тысячи голов, овец и коз - с 23,5 миллиона до 19,9 миллиона голов, крупного рогатого скота - с 6 977,4 тысячи до 6 971,7 тысячи голов, верблюдов с 194,1 тысячи до 183,2 тысячи голов.

Основная доля в структуре импорта мясной продукции приходится на Российскую Федерацию - более 90 процентов. Также мясная продукция завозится из Беларуси, Китая, Аргентины, Бразилии. Ввоз говядины составил в 2012 году - 13,9 тысячи тонн, в 2013 году - 15,4 тысячи тонн. Ввоз мяса свинины в 2010 и 2011 годах составил 7,4 тысячи тонн, в 2012 году - 9,4 тысячи тонн, в 2013 году - 9,4 тысячи тонн. Объем ввоза мяса птицы остается в среднем на уровне 110 тысяч тонн.

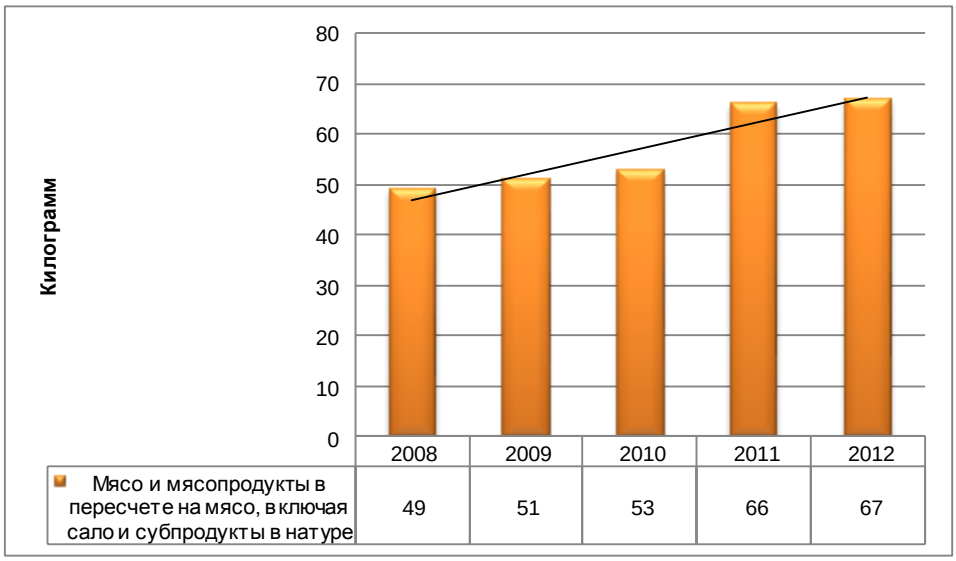
График №4. Объем рынка мяса и мясопродуктов в Республике Казахстан, тонн.



По данным Агентства статистики Республики Казахстан

Евразийская экономическая комиссия (ЕЭК) утвердила квоты на импорт мяса в Таможенный союз в 2014 году. Квоты на ввоз мяса в Казахстан - изменились незначительно. Квоты на замороженную говядину увеличились до 15,4 тысячи тонн с 15,3 тысячи тонн в 2013 году, мяса птицы - до 110 тысяч тонн (100 тысяч тонн в 2013 году). Квота на ввоз свинины не изменилась, и составит 9,7 тысячи тонн.

График №5. Потребление мяса и мясопродуктов в Республике Казахстан, кг.

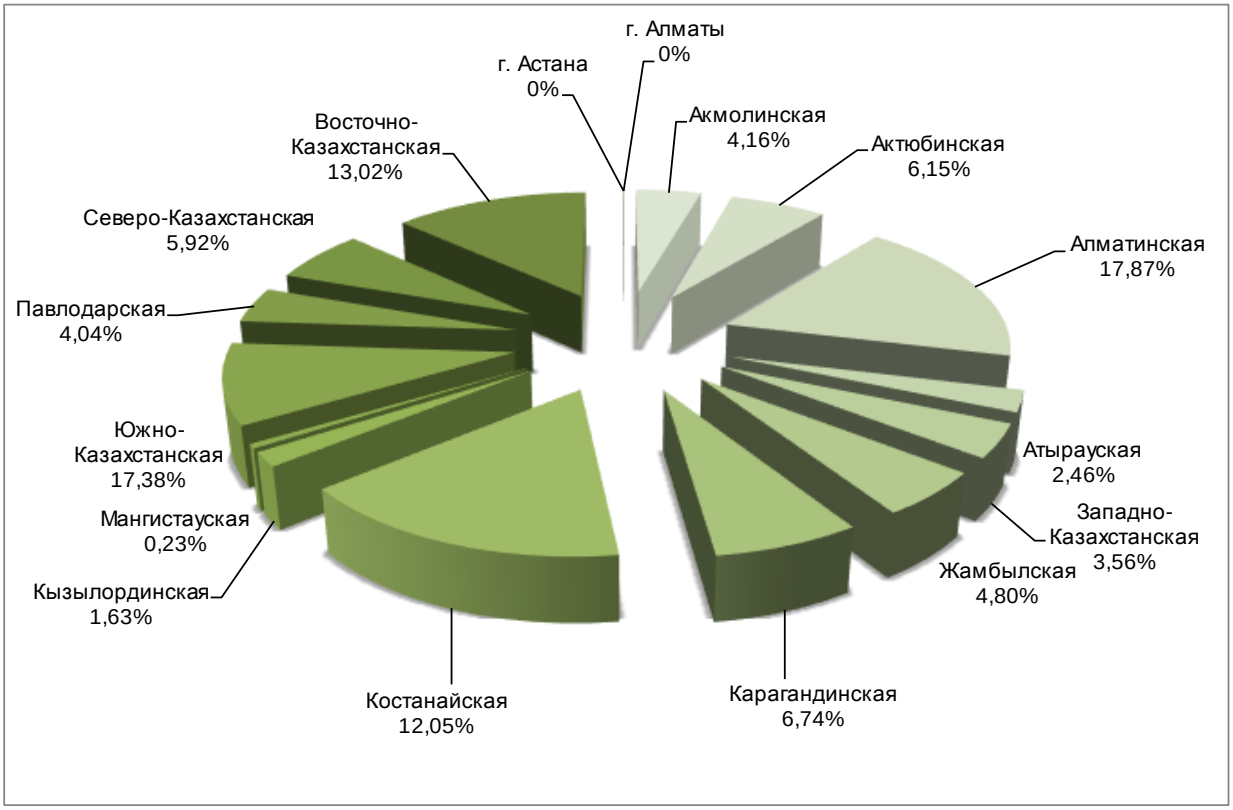


По данным Агентства статистики Республики Казахстан

Потребление мяса и мясопродуктов в Республике Казахстан в 2009 году возросло на 4,08% относительно показателей 2008 года, в 2010 году возросло на 3,92% относительно показателей 2009 года, в 2011 году возросло на 24,53% относительно показателей 2010 года, в 2012 году потребление возросло на 1,52% относительно показателей 2011 года.

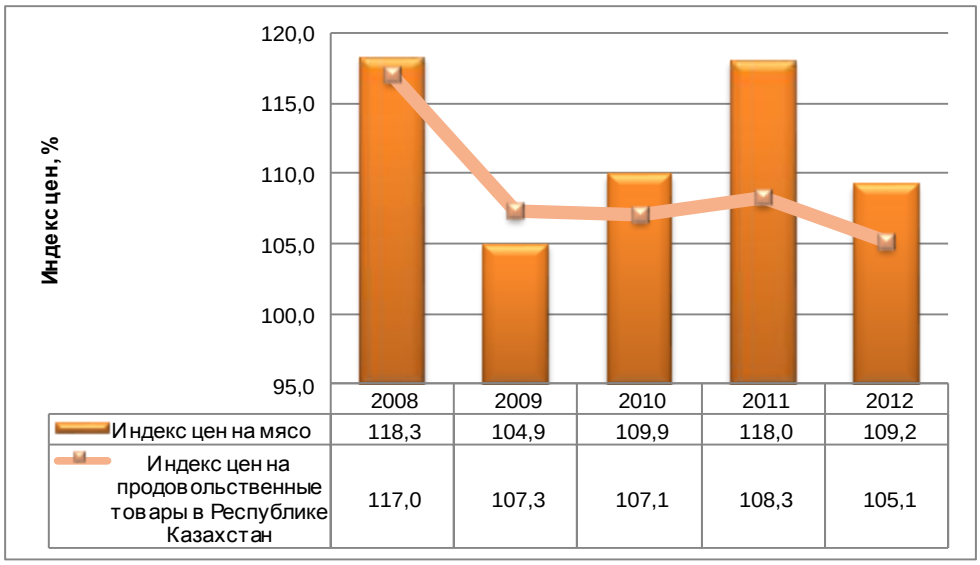
Потребления мяса и мясопродуктов напрямую связано с ростом/снижением уровня доходов населения.

Диаграмма №1 Структура по производству мяса (в убойном весе) за 2012 год, %



По данным Агентства статистики Республики Казахстан

График №6. Индексы цен на мясо и продовольственные товары в Республике Казахстан.



По данным Агентства статистики Республики Казахстан

Сегмент мяса и мясопродуктов показывает динамику индекса цен с 25% в 2007 году до 9,2% в 2012 году. В будущем, тенденция увеличения стоимости мяса с большей вероятностью негативно отразится на казахстанских производителях мясных продуктов, коммерческие цели которых будут все больше стремиться к предпочтению более дешевого импортного мяса. Тем самым, РА РФЦА прогнозирует рост импорта мяса в будущем, пропорционально увеличению квот в Республике Казахстан.

Ближайшими импортерами мяса и мясных субпродуктов в Казахстан, безусловно, являются страны Таможенного Союза: Россия и Беларусь. Помимо импорта этой продукции из России и Беларуси, Казахстан импортирует колбасы также из Германии, Португалии, Аргентины и прочих стран. То есть на казахстанском рынке наблюдается очевидное насыщение импортной продукцией, так как казахстанские компании не имеют возможности удовлетворить всю внутреннюю потребность рынка. В связи с этим, отмечается высокий уровень конкуренции со стороны завозимой продукции, и в ближайшей перспективе ситуация на рынке не претерпит существенных изменений, и, доля импортной продукции будет все же преобладать.

Таблица №7. Товарный состав взаимной торговли государств-членов Таможенного союза за 2012 год.

Наименование товара	Экспорт Беларуси в Казахстан и Россию		Экспорт России в Беларусь и Казахстан		Экспорт Казахстана в Беларусь и Россию	
	Казахстан	*Россия*	*Беларусь*	*Казахстан*	*Беларусь*	*Россия*
Говядина свежая или охлажденная (тонн)	232,1	74 542,2	23,9	238,8	-	0,3
Говядина замороженная (тонн)	6 051,0	26 084,3	67	954,6	-	
Свинина (тонн)	249,5	60 168,7	9 207,2	159,3	-	152,4
Баранина или козлятина (тонн)	-	-	9,0	67,1	-	0,4
Колбасы и аналогичные продукты из мяса (тонн)	734,4	69 031,7	48,5	33 879,00	-	14,6
Готовые или консервированные	282,4	30 089,6	1 816,00	6 460,30	-	1 006,1

Наименование товара	Экспорт Беларуси в Казахстан и Россию	Экспорт России в Беларусь и Казахстан	Экспорт Казахстана в Беларусь и Россию
продукты из мяса (тонн)			

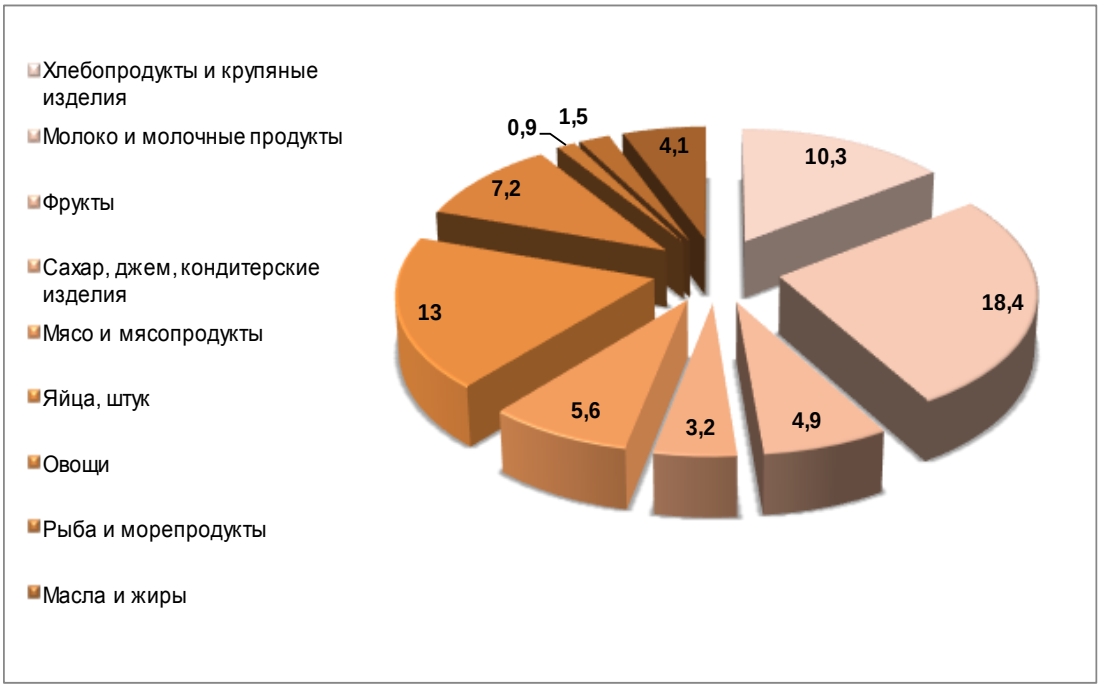
Источник: По данным Евразийской экономической комиссии

Барьеры для входа в отрасль незначительные, ввиду небольших капиталовложений для открытия производства колбасных изделий, широкой доступности сырьевой базы и прочих продуктов, равно как и технологий и отсутствия лицензии на деятельность. Учитывая данные факторы, уровень конкуренции в данном сегменте очень высокий, который характеризуется большим числом компаний по Республике Казахстан.

В г. Алматы около 60 компаний, производящих продукты питания, со средней мощностью 1-3 тонн колбас в сутки, из которых самые известные «Назик», «Oraz», «Верненские колбасы», «Бижан», «Первомайские», «Алимпиев», «Тяновские колбасы», «Еткон», «Ардагер» и «Бремен». Жесткий уровень конкуренции на рынке заставляет производителей идти по пути расширения ассортимента, создания новой продукции и достижения уровня качества, превосходящего конкурентов. В связи с чем, большинство заводов занимаются обновлением производства, оформлением и маркетингом товара, созданием новых продуктов. В долгосрочной перспективе альтернатива колбасным изделиям, ввиду консервативности предпочтений населения к продукту, не предвидится, и угроза ее замены незначительна.

Динамику развития сегмента колбасных продуктов во многом предопределяет развитие розничного товарооборота и номинальных расходов домашних хозяйств на душу населения.

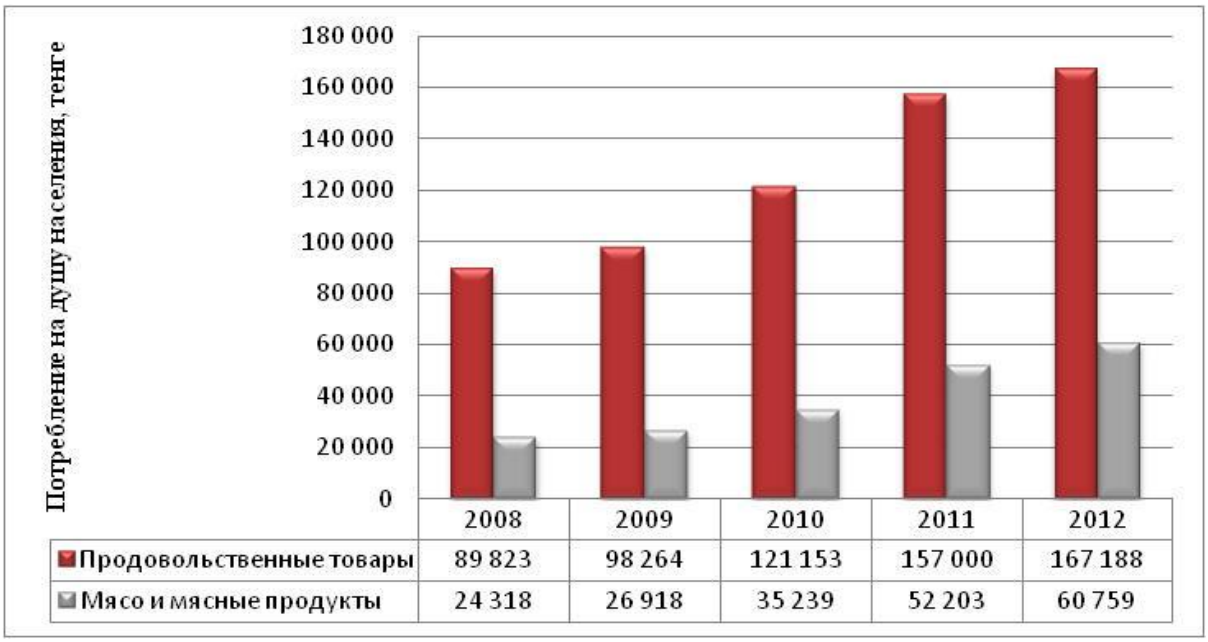
Диаграмма №2. Потребление продуктов питания населением в 2012 году, в среднем на душу населения в месяц, в натуральном выражении.



По данным Агентства статистики Республики Казахстан

По данным Агентства статистики Республики Казахстан, потребление продуктов питания населением в 2012 году, в среднем на душу населения в месяц, составило:
Молоко и молочные продукты – 18,4 литров, хлебопродукты и крупяные изделия – 10,3 кг, овощи – 7,2 кг, мясо и мясопродукты 5,6 кг, фрукты 4,9 кг, картофель – 4,1 кг, сахар, джем, кондитерские изделия – 3,2 кг, масла и жиры – 1,5 кг, рыба и морепродукты – 0,9 кг, яйца – 13 штук.

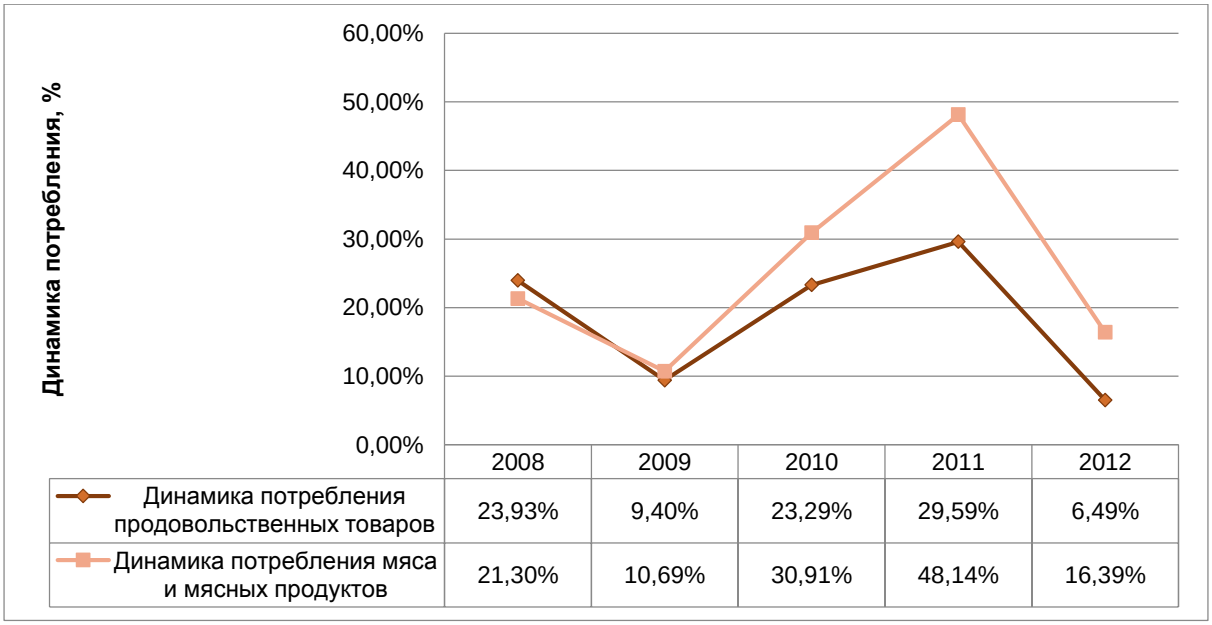
График №7. Потребительские расходы по Республике Казахстан на душу населения, тенге.



	2008	2009	2010	2011	2012
Продовольственные товары	89 823	98 264	121 153	157 000	167 188
Мясо и мясные продукты	24 318	26 918	35 239	52 203	60 759

По данным Агентства статистики Республики Казахстан

График №8. Динамика потребительских расходов по Республике Казахстан на душу населения, %.



	2008	2009	2010	2011	2012
Динамика потребления продовольственных товаров	23,93%	9,40%	23,29%	29,59%	6,49%
Динамика потребления мяса и мясных продуктов	21,30%	10,69%	30,91%	48,14%	16,39%

По данным Агентства статистики Республики Казахстан

Основным двигателем роста производства колбасных продуктов, будет являться широкая поддержка государством сельскохозяйственной отрасли, что может отразиться в замедлении индекса цен на сырье, увеличении товарооборота в Республике Казахстан и улучшении экономической ситуации в целом. РА РФЦА оценивает прогноз развития отрасли средний, ввиду сохраняющихся позиций импорта в общем рынке колбасных изделий.

РЫНОК ХЛЕБА И ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

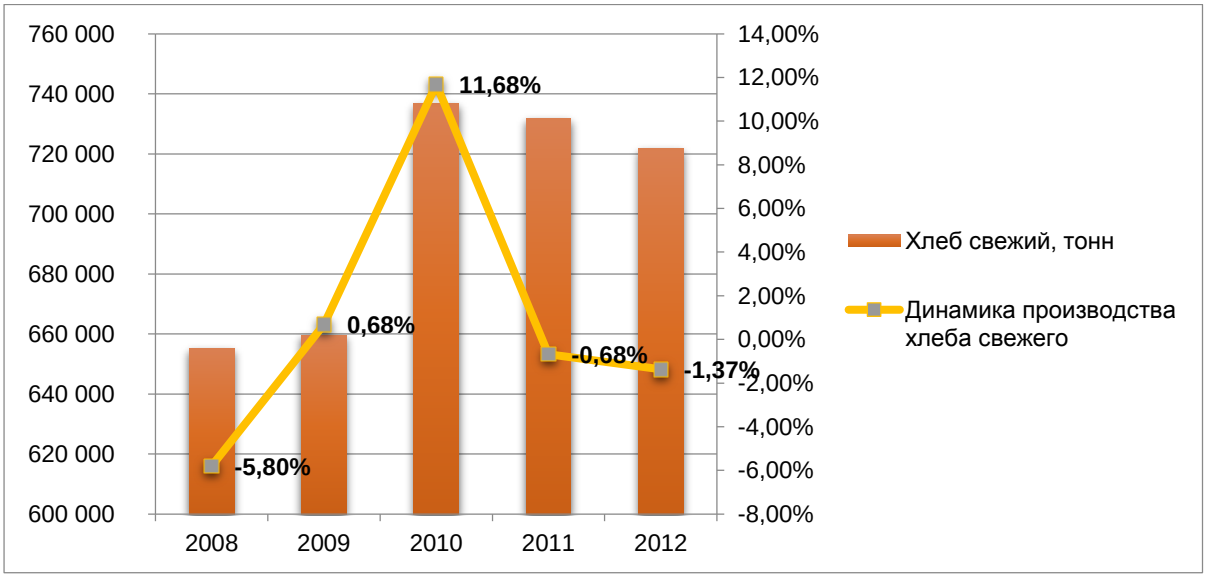
Таблица №8. Производство хлеба и хлебобулочных изделий в Республике Казахстан, тонн.

	2008	2009	2010	2011	2012
Хлеб свежий	655 161	659 629	736 692	731 689	721 673
Изделия булочные	25 181	19 771	19 393	19 915	24 929
Хлеб диабетический	346	830	633	636	482
Торты и кондитерские изделия	19 904	24 523	24 940	22 449	24 725
Изделия хлебобулочные без подслащивающих добавок	4 231	4 312	4 659	4 637	4 336
Итого хлебобулочные изделия:	**704 823**	**709 065**	**786 317**	**779 326**	**776 145**
Динамика:	-5,15%	0,60%	10,89%	-0,89%	-0,41%

По данным Агентства статистики Республики Казахстан

В 2008 году производство хлеба и хлебобулочных изделий снизилось по отношению к данным 2007 года на 5,15%. В 2009 году производство возросло по отношению к данным 2008 года на 0,60%. В 2010 году производство хлеба и хлебобулочных изделий возросло по отношению к данным 2009 года на 10,89%. В 2011 и 2012 годы наблюдается снижение на 0,89% и 0,41% соответственно.

График №9. Производство хлеба свежего (тонн) и динамика его производства (%) в Республике Казахстан.

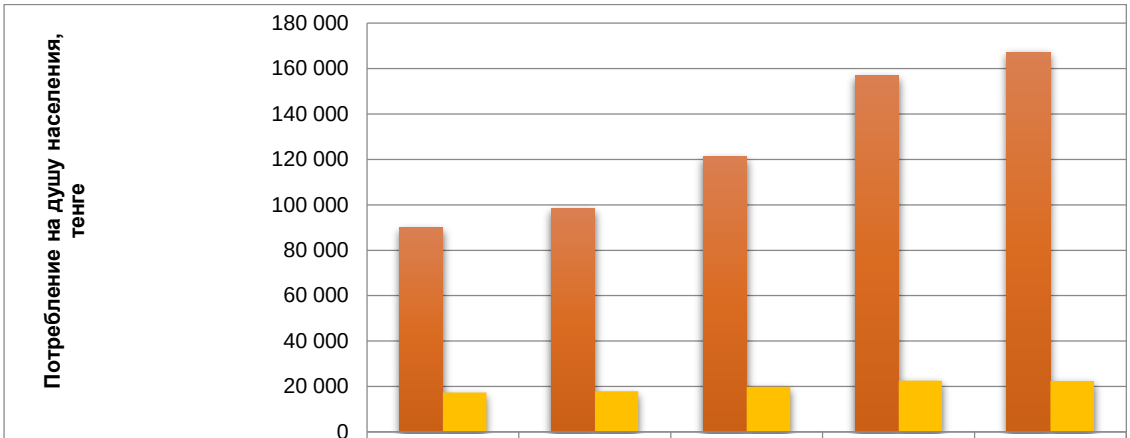


По данным Агентства статистики Республики Казахстан

Рынок хлеба в основном представлен отечественными производителями и практически не включает в себя импорт, ввиду наличия множества производителей: от крупных хлебобулочных комбинатов до мини-пекарен, с различным качеством и применяемыми рецептами. Хлебобулочные изделия можно поделить на несколько основных групп: хлеб из пшеничной муки, хлеб из ржаной муки, хлеб из смеси ржаной и пшеничной муки, булочные изделия, которые в настоящем отчете учитываются как один продукт.

Доля производства хлеба свежего в общем производстве хлебобулочных изделий составляет 93%.

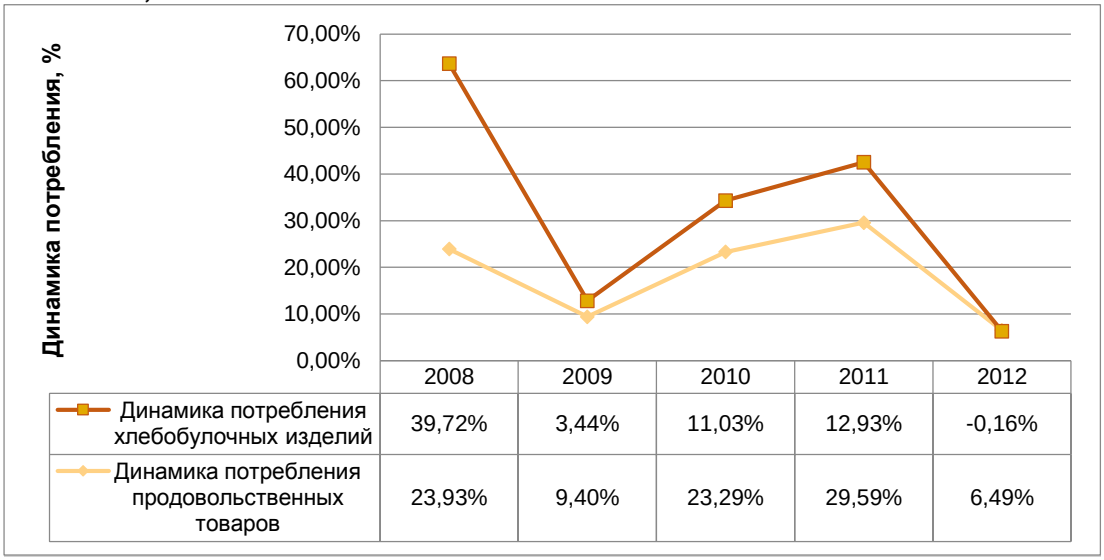
График №10. Потребительские расходы по Республике Казахстан на душу населения, тенге.



	2008	2009	2010	2011	2012
Продовольственные товары	89 823	98 264	121 153	157 000	167 188
Хлебобулочные изделия	17 358	17 955	19 935	22 512	22 475

По данным Агентства статистики Республики Казахстан

График №11. Динамика потребительских расходов по Республике Казахстан на душу населения, %.



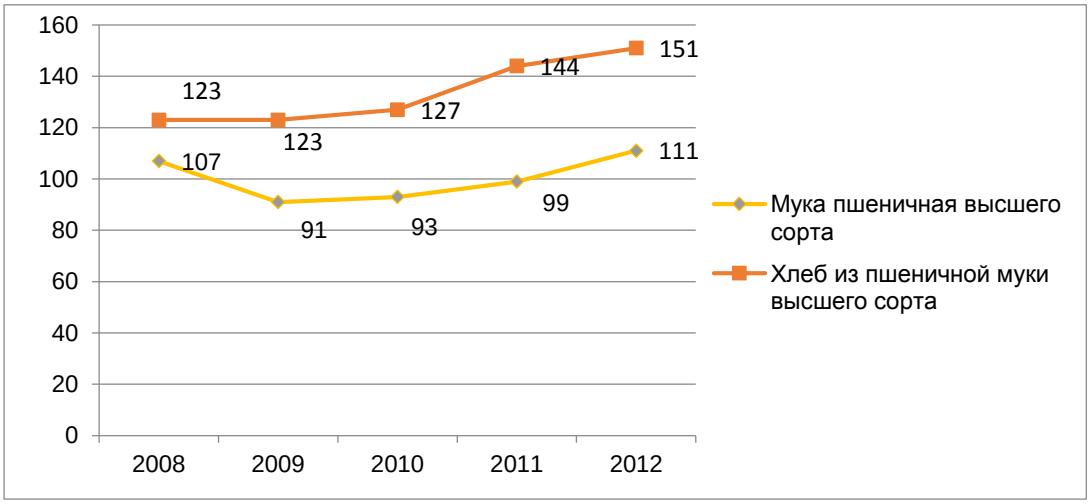
	2008	2009	2010	2011	2012
Динамика потребления хлебобулочных изделий	39,72%	3,44%	11,03%	12,93%	-0,16%
Динамика потребления продовольственных товаров	23,93%	9,40%	23,29%	29,59%	6,49%

По данным Агентства статистики Республики Казахстан

Хлеб считается основным стратегически и социально значимым продуктом, в связи с чем, цены на продукт регулируются Агентством Республики Казахстан по защите конкуренции. По итогам 2012 года цена на хлеб из пшеничной муки высшего сорта составила 151 тенге за кг, в 2011 году цена составила 144 тенге за кг, в 2010 году цена составляла 127 тенге за кг.

Цены на муку также растут: 111 тенге за кг в 2012 году, 99 тенге за кг в 2011 году, 93 тенге за кг в 2010 году. Правительство Республики Казахстан, учитывая последние изменения цен на зерно, использует методы подписания меморандумов с участниками рынка для сохранения ценового диапазона, что, в большей мере сдерживает объективные коммерческие цели компаний. Однако вместе с этим, государством оказывается ограниченная поддержка и в предоставлении более дешевого сырья.

График №12. Цены за 1 кг хлеба и 1 кг муки, тенге.



По данным Агентства статистики Республики Казахстан

Учитывая особенности рынка хлебобулочной продукции, ожидается, что объем выпуска хлеба будет стабильным, и будет выпускаться в прежних объемах. Данный рынок является сформированным и регулируемым, в связи с чем, прогнозируется смещение интересов участников рынка к сегменту более дорогого премиального хлеба, который является более гибким в свободном ценообразовании.

Угроза замещения в данном сегменте ввиду стратегического значения и поддержки Правительства минимальна. Уровень барьера для входа в отрасль оценивается как ниже среднего, ввиду незначительного объема капиталовложений, доступности сырья и отсутствия необходимости приобретения лицензий.

Мучные кондитерские изделия включают в себя разнообразные виды печенья, вафель, сухарей, рулетов, кексов, сушек, пряников, а также торты, пирожные и сдобу. В последние несколько лет рынок тортов и кондитерских изделий развивался достаточно устойчиво, показав рост с 19,9 тыс. тонн в 2008 году до 24,7 тыс. тонн в 2012 году. Столь медленный темп роста связан с повышением цен на муку.

Уровень конкуренции на данном рынке высокий и доля рынка традиционных хлебобулочных и кондитерских изделий будет увеличиваться за счет темпов развития экономической активности населения и расширения ассортимента со стороны участников рынка.

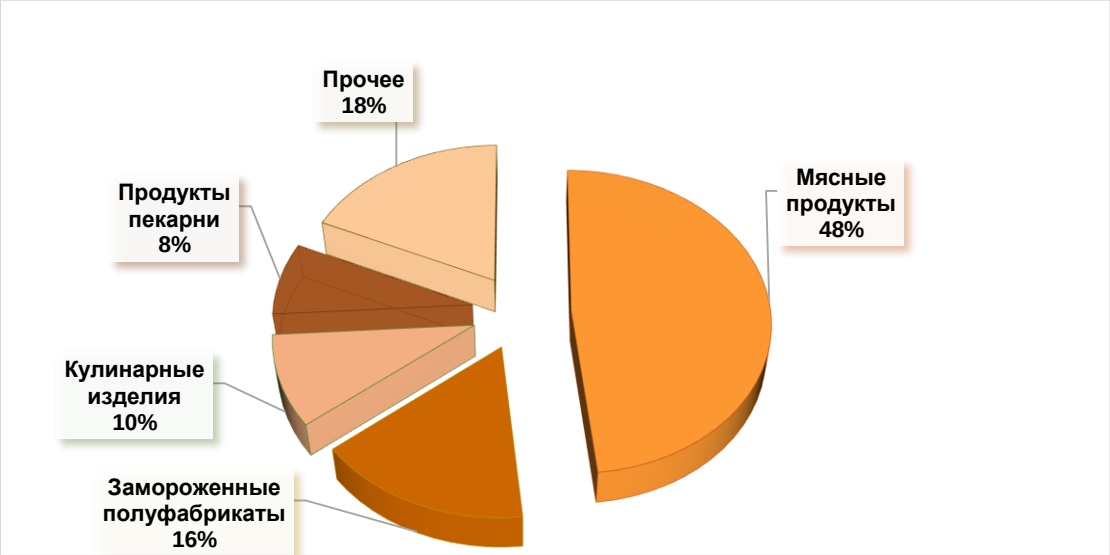
В будущем, данный сегмент не сразу восстановит свои докризисные позиции, и будет развиваться сдержанными темпами.

АНАЛИЗ БИЗНЕСА

Таким образом, мы рассмотрели основные показатели отрасли пищевой промышленности, в том числе и развитие рынка мясных и колбасных изделий, производство которых является основным направлением деятельности ТОО «БЕККЕР и К». Теперь сравним эти показатели с итогами деятельности Компании.

Казахстанский рынок продуктов питания устойчиво растет благодаря стабильному уровню потребления. Показатели роста Компании с 2004 по 2008гг. были выше показателей роста в отрасли и составили порядка 23% в год. Однако объем продаж за 2009г. уменьшился на 9% по сравнению с 2008г. (18%) ввиду негативных эффектов от экономического спада. В 2010-2013гг. объемы продаж Компании вновь приобрели тенденцию к росту.

Диаграмма № 3. Структура выручки по итогам 2013 года.



Сегменты мясной продукции и полуфабрикатов являются наиболее прибыльными, на их долю приходится основная часть рентабельности, в то время как показатели в остальных сегментах намного ниже. С учетом снижения общего объема рынка производства колбас по г. Алматы, мы предполагаем укрепление позиций Компании на рынке колбасной продукции, замороженных полуфабрикатов и кондитерских изделий.

График №13. Анализ реализации продукции, кг.

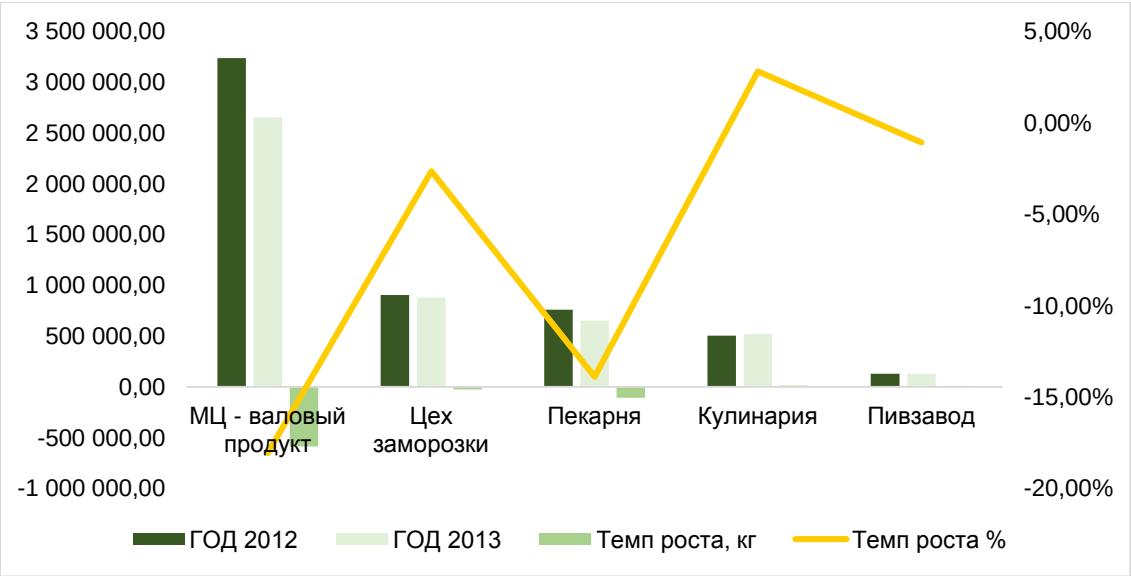


График №14. Мясо переработка, основные подгруппы, кг.

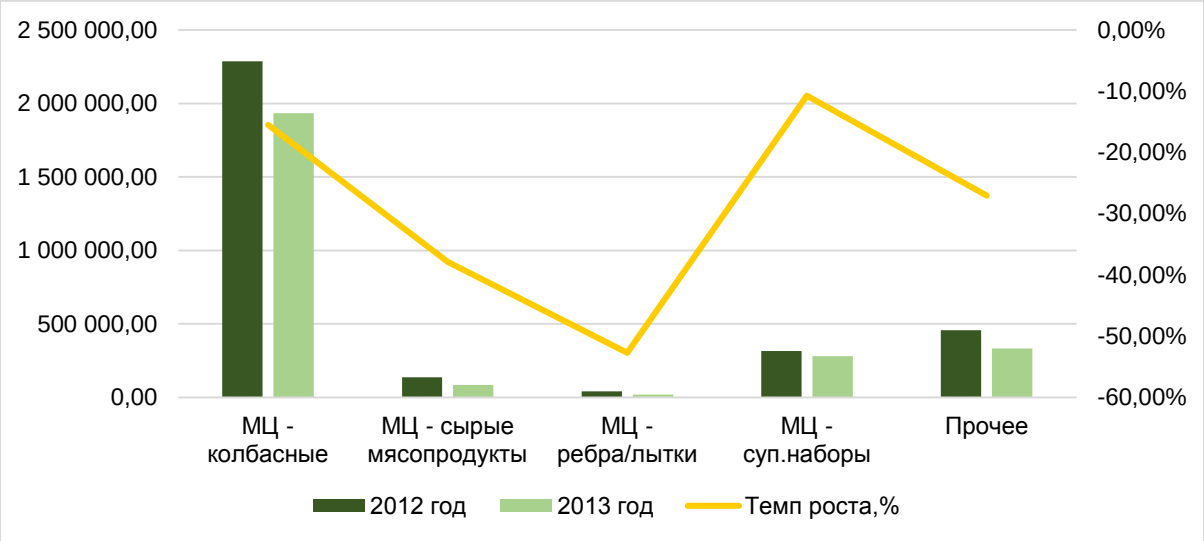
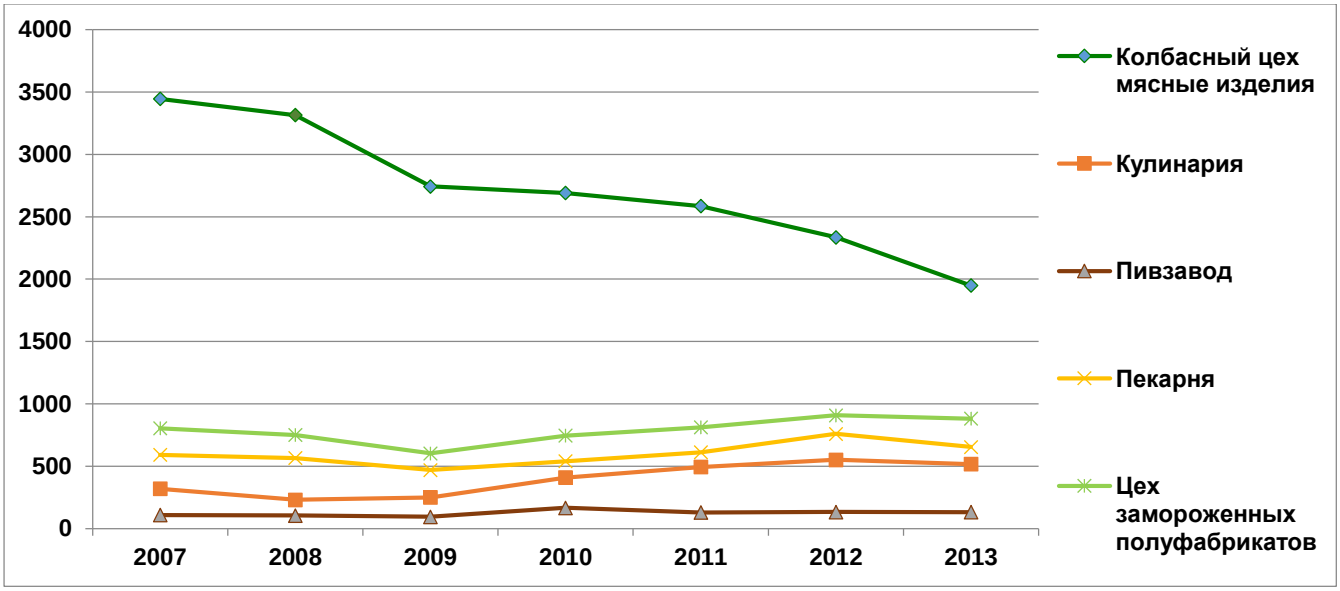


График № 15. Объем продаж ТОО «Беккер и К», тонн.



Характер экономического спада на мировых рынках и увеличения цен на сырье, обуславливает основные риски в деятельности Компании. Высокий уровень цен на сырье снижает эффективность деятельности в области выпуска мясной продукции. Кроме того, растущая конкуренция в сегменте премиум-класса негативно влияет на формирование уровня цен на конечную продукцию.

Противодействие этим рискам осуществляется через повышение конкурентоспособности, применение гибких ценовых стратегий, увеличение ассортимента, увеличение сбытовых точек в г. Алматы.

19 февраля 2014 года Компания повысила цены на продукцию для внутренней сети, 24 февраля произошло повышение цен для внешней сети. В процентном выражении повышение цен выглядит следующим образом:

Таблица №9. Повышение цен на продукцию Компании.

Наименование цеха	Внешняя сеть	Внутренняя сеть
Мясной цех	8,7%	3,9%
Цех замороженных продуктов	15,8%	8,8%

Наименование цеха	Внешняя сеть	Внутренняя сеть
Пекарня	4,9%	4,9%
Кулинария	4%	4%

Таблица №10. Консолидированные показатели Компании.

	2013	2012	2011	2010
Активы	6 744 525	6 204 625	4 981 265	3 801 458
Собственный капитал	3 569 164	3 031 652	2 843 669	3 330 650
Доход от реализации продукции	7 453 118	7 768 888	6 770 410	5 687 212
Прибыль (убыток) до налогообложения	806 939	449 034	332 812	454 539
Совокупная чистая прибыль	754 121	397 998	287 067	328 274
ROA	11%	6,41%	5,76%	8,64%
ROE	21%	13,13%	10,09%	9,86%
ROS	11%	5%	4%	6%
Леверидж	0,89	1,05	0,75	0,14

Колбасные продукты и замороженные полуфабрикаты

В течение нескольких лет Компания занимает лидирующее положение на рынке продуктов г. Алматы. Однако, объемы выпуска колбасной продукции в республике и по г. Алматы по-прежнему характеризуются динамикой снижения.

С начала основания Компании, основным направлением является производство колбасных изделий и ее дальнейшая реализация по г. Алматы (48% выручки по итогам 2013г.). Оборудование для мясоперерабатывающего производства в основном представлено известными международными марками Bastramat, Kramer & Grebe, Franke&C, Bayha, Handtmann. Средний возраст всего оборудования составляет порядка 10 лет. Годовая мощность переработки составляет 4000 тонн или 10 тонн в сутки, и на сегодняшний день загружена полностью. Выпускаемая колбасная продукция подразделяется на колбасы вареные, сосиски, сардельки, полу копчёные и варено-копченые колбасы, ветчины, деликатесы сырокопченые и варено-копченые и охлажденные мясные полуфабрикаты. Также с 2001г. Компания наладила производство замороженных полуфабрикатов мощностью 3 тонны в сутки или 1 тыс. тонн в год. Продукция подразделяется на пельмени, вареники, котлеты, манты, самса и прочее. Вся продукция изготавливается по немецкой технологии с использованием различных европейских и местных рецептур. Продукция реализуется день в день. Общая доля сегментов в выручке Компании составила 16% по итогам 2013г. Ассортимент выпускаемой продукции насчитывает более 180 наименований и продолжает расти за счет введения новых сортов. Ежедневно вырабатывается до 15 тонн мясных продуктов из свинины, конины, говядины, баранины и птицы.

Диаграмма № 4. Структура выпуска продукции по видам мясных изделий по итогам 2013 года

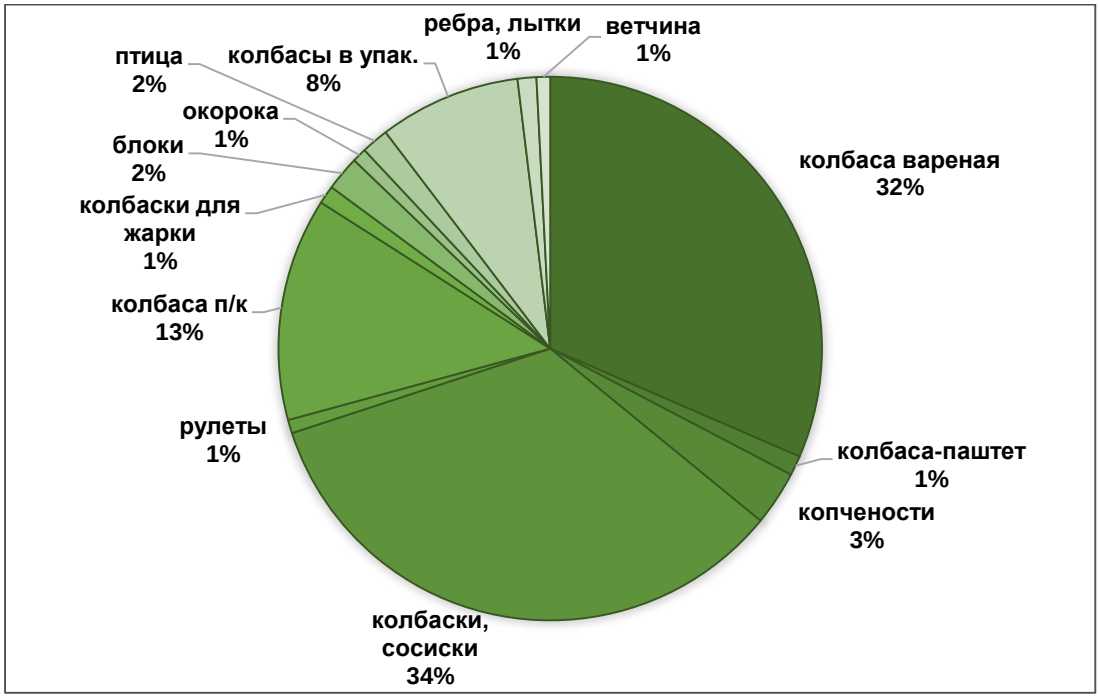
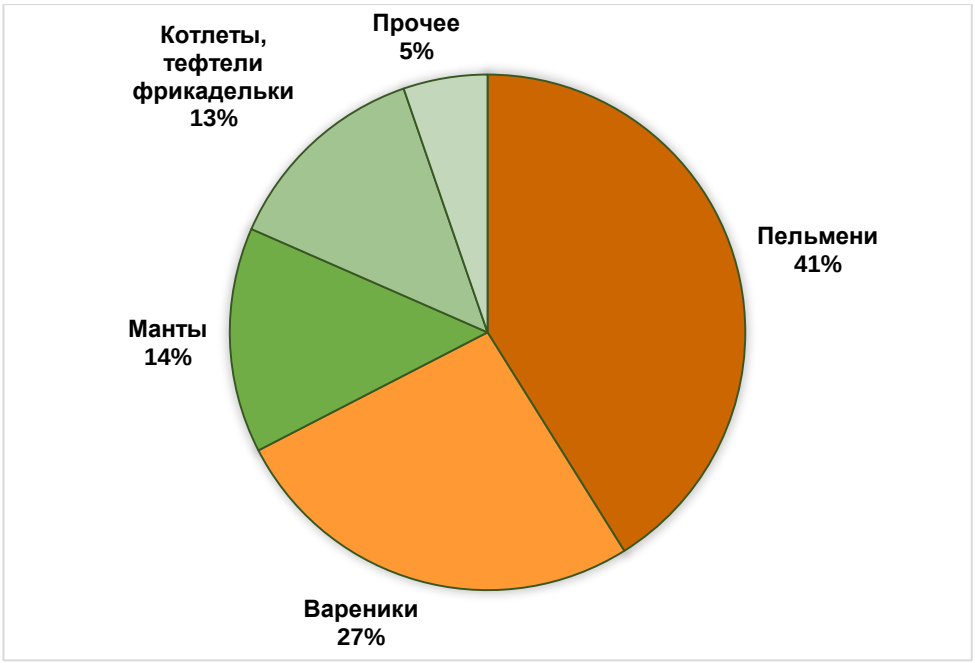
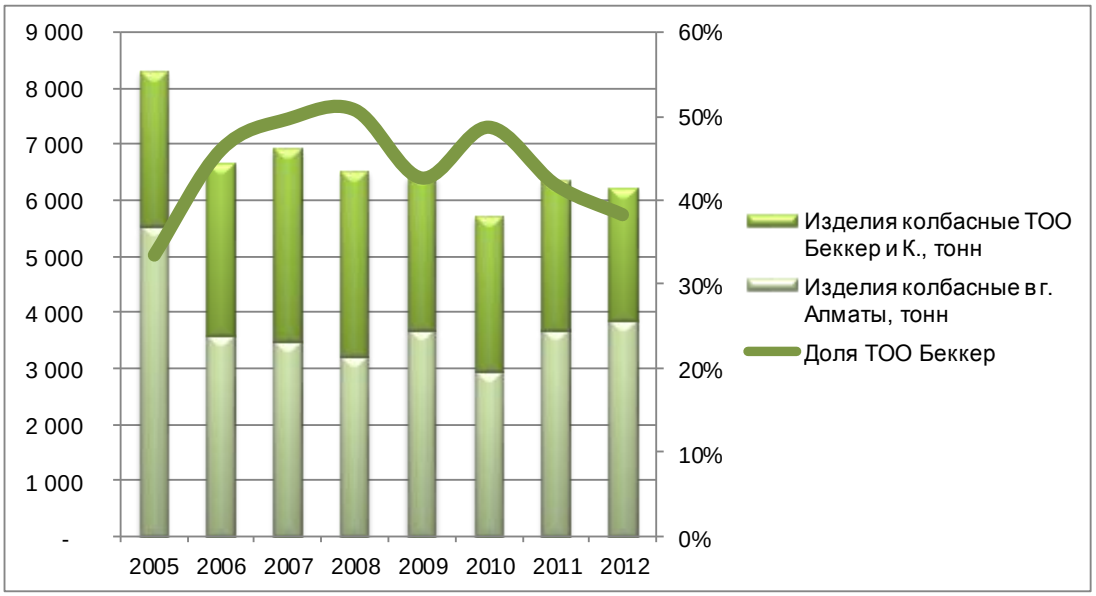


Диаграмма № 5. Структура выпуска по видам замороженных полуфабрикатов по итогам 2013 года



В общей структуре колбасных продуктов наибольший объем занимает по-прежнему колбаса «Докторская», где из 10 тонн колбасных изделий, ежедневно отправляемых на реализацию, ее доля составляет около 2 тонн.

График № 16. Доля ТОО «Беккер и К» на рынке производства колбасных изделий г. Алматы, тонн



Данные АС РК и ТОО «Беккер и К»

В 2012г. в городе Алматы наблюдается общее снижение производства колбасной продукции на 2% по сравнению с 2011г.

Компания является серьезным игроком на рынке сырьевой продукции, которой ежемесячно требуются свыше 300 тонн мяса, в т.ч. свинины - 45% от всего объема закупа, говядины - 35%, конины - 13%, баранины - 3,5% и птицы - 3,5%. Данные объемы, учитывая надежность и своевременность оплаты, позволяют Компании находиться в привилегированном положении в отношении выбора поставщиков и условий.

Динамика цен на сырье играет серьезную роль в формировании ценовой характеристики выпускаемой продукции премиум-класса. Стоимость продукции чувствительно реагирует на повышение цены, пропорционально подтягивая с собой уровень цен на колбасы и мясные полуфабрикаты.

Таблица №11. Средняя цена закупа на мясо и средняя цена колбас Компании.

	2010	2011	2012	2013
Средняя цена закупа на мясо тенге/1 кг.	642	820	928	936
Средняя цена колбас ТОО Беккер и К., тенге/1 кг.	1418	1705	1908	2042

Сдерживающим фактором в формировании улучшения показателей рентабельности является отсутствие собственного сырьевого производства, чтобы снизить будущую неопределенность, связанную с поставками удорожаемого сырья. В будущем Компания будет развивать собственную сырьевую базу за счет введения в строй существующей производственной базы в Карасайском районе г. Алматы.

Хлебобулочные изделия Компании

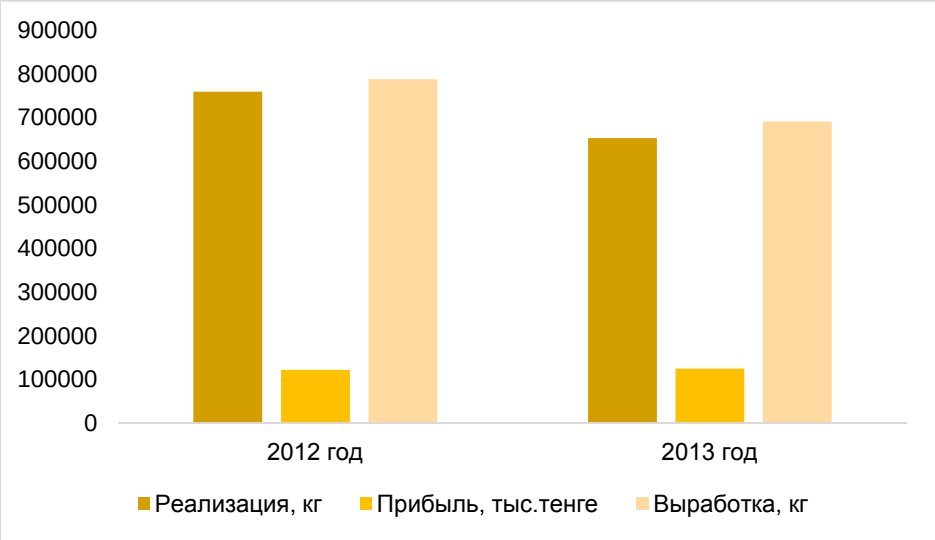
Пекарня была запущена в эксплуатацию в 2000 году. Пекарня занимает часть производственного корпуса общей площадью 531 м^2. Оборудование со средним сроком эксплуатации 3 года, представлено оборудованием зарубежных марок Winkler-Wachtel, Rototherm, Diosna. Мощность оборудования 1,5 тонны в сутки. Цех осуществляет производство шестидесяти типов хлебобулочных и мучных изделий – хлеб «Берлинский», «Бородинский», «Ржаной зерновой», «Картофельный», «Зерновой», багеты, булочки, слоеные изделия. Ассортимент

поддерживается классическими немецкими технологиями. Данный сегмент в течение нескольких лет занимает 8% в общей выручке Компании.

Общая доля Компании на рынке г. Алматы с 10% за 2006г. показала увеличение до 11% в 2008г. Последующие два года динамика показывала аналогичные результаты, а по итогам 2011г. доля Компании достигла показателя в 13%. По итогам 2013г. доля Компании остается на прежним уровне.

В 2013 году освоен выпуск 21 наименований новой продукции, из них 5 наименований сняты или готовятся к снятию в связи со снижением спроса и нерентабельностью. В 2014 году будут разработаны гриссини к празднику Пива, новые пироги к сентябрю, Новому году.

График №17. Выработка, реализация продукции, прибыль по пекарни.



В 2013 году несмотря на снижение объемов реализации (снижение на 13,8%) прибыль выросла на 2% (3 165,2 т.т).

РА РФЦА считает, что Компания является лидером на высокорентабельном рынке колбасных изделий. Сильные позиции также отражаются на рынке замороженных полуфабрикатов и хлебобулочном сегменте, даже с учетом некоторого падения объемов как рынков, так и в самой Компании. РА РФЦА предполагает, что конкуренция и возрастающие издержки на сырье, Компания будет компенсировать высокой добавленной стоимостью своих продуктов премиум-сегмента. Существующие позиции Компании позволяют сформировать хорошую предсказуемость потоков с учетом существующего объема реализации. Активное внедрение в практику деятельности Компании признанных традиций с учетом местной культуры населения и сертифицированных норм корпоративного поведения, будет продолжать держать направление на рост репутации среди населения, партнеров по бизнесу и улучшение людского потенциала Компании.

Таблица №12. Крупные поставщики сырья.

Вид сырья	Наименование поставщика	Объем закупа в тыс. тенге 2010г.	Объем закупа в тыс. тенге 2011г.	Объем закупа в тыс. тенге 2012г.	Объем закупа в тыс. тенге 2013г.
Мясо	ТОО АК PLAST ZHETISU (АК Пласт Жетесу)	596353			
	ТОО Meat Production and Servic Мит Продакшн энд С	178476			
	ТОО КАДСнабСтрой	464535			
	ТОО DAKVO CORPORATION		644408	809377	162066
	ТОО Grand Аваль Group		573110		
	ТОО А и БАК		468489		3211

Вид сырья	Наименование поставщика	Объем закупа в тыс. тенге 2010г.	Объем закупа в тыс. тенге 2011г.	Объем закупа в тыс. тенге 2012г.	Объем закупа в тыс. тенге 2013г.
	ТОО Луговской конный завод			341946	203332
	ТОО Нурлы-Шанырак			836249	994297
	Абая ТОО				788607
	ТОО Волынский АПК				333676
Мука	ТОО Акнар фирма	39900	40081	43186	52117
	ИП Дуйсекеев Е С		172		
	ТОО АлБак			366	440

Таблица №13. Крупные поставщики оборудования.

	Наименование поставщика (в том числе импорт)	Объем закупа в тыс. тенге 2010г.	Объем закупа в тыс. тенге 2011г.	Объем закупа в тыс. тенге 2012г.	Объем закупа в тыс. тенге 2013г.
Производственное оборудование	ТОО KAZ FROST SERVICE		5 568		
	Беккер гмбх	86 289	10 501		
	ТОО Интер-Холод	3 366	15 650		8 447
	Vertax Trade & Logistics GmbH		73 619	1 097	
	ТОО РЕНСНАБ		5 900		
	ТОО Инокс ЛТД	1 995		657	3 355
Производственное оборудование	Rondo Burgdorf AG Фирма			12 213	
	ТОО Soc Trade.KZ.Co			2 792	
	ТОО КОМПО ВИТЕР СП			2 144	
	ТОО Торговый Дизайн Сов.Каз. -Росс. Предприятие			1 260	
	ИП Шелкова Людмила Николаевна			1 489	
	ТОО Mo LIFT group				8 890
	ТОО Завод Гидромаш-Орион	2 596	1 173		
	ТОО КазМебельГрупп		5 322		
	ИП ARMADI		1 127	201	
	ТОО FET-GROUP		13 515	5 092	
	ТОО HardRACK project			6 037	
	ТОО ISOFT		7 191	4 452	58
	ТОО Master Cold			34 394	
	ТОО MS ELECTRONICS			3 358	
	ТОО OASIS-A		1 224	910	
	ТОО RuSoft Company		21	2 715	
	ТОО SM MARKET RETALL Достык		21 613	0	
	ТОО Беккер Инвест			1 593	
	ИП Дулькова И.В.		5 876	0	
	ТОО Игилик и К		2 713	209	
	ТОО Интер-вент			1 807	
	Ким А.Х. ИП			4 586	
	ТОО Компания БИО			16 329	

	Наименование поставщика (в том числе импорт)	Объем закупа в тыс. тенге 2010г.	Объем закупа в тыс. тенге 2011г.	Объем закупа в тыс. тенге 2012г.	Объем закупа в тыс. тенге 2013г.
	АО Континент ИФГ		3 480	1 188	
	ИП Раджаб Али Гулам Риза		3 385	2 395	
	ИП Раджаб Али Мохаммад Юсуф			3 398	
	ИП Расулов Ф.Ф.		440	0	
	ТОО Ронекс Секьюрити Компани ДП		1 203	2 028	72
	ТОО Торговый Дизайн Сов.Каз. -Росс. Предприятие		9 805	18 340	503
Транспорт	ТОО Hyundai Auto Almaty			19 500	
	ТОО Торговый Дом Astana Motors Almaty			6 392	
Прочее	ТОО Пульс-ЭР	1 992	1 480		

Основным рынком сбыта готовой продукции является местный (алматинский). С 2010 года продукция компании реализуется также в г. Астана, а с 2012г. в г. Шымкент, г. Тараз, г. Караганда, г. Атырау, г. Уральск, г. Талдыкорган, г. Байконыр.

ТОО «Беккер и К» стремится к максимально широкому охвату целевых сегментов рынка и более полному удовлетворению их потребностей.

Таблица №14. Крупные потребители готовой продукции.

Вид продукции	Наименование потребителя (в том числе экспорт)	Объем продаж в тыс. тенге 2012г.	Объем продаж в тыс. тенге 2013г.	Объем продаж в тыс. тенге 5 мес.2014г.
Мясные продукты	ТОО Алматинский филиал N1	98 521	79 572	31 906
	ТОО Алматинский филиал N2	82 170	72 397	29 017
	ТОО РАМСТОР КАЗАХ.САМАЛ	67 616	65 883	25 610
	ТОО "АЛМАСТОР"	-	-	22 939
	ТОО РАМСТОР КАЗАХ.МЕГА	60 194	51 537	21 387
	ТОО РАМСТОР КАЗАХ.АЙНАБУЛАК	64 905	49 216	16 194
	ТОО "ЖЕТІ АСПАН"	28 540	37 274	15 599
	Филиал N4 MAGNUM CASH CAR	-	21 111	15 034
	ТОО Алматинский филиал N7	-	1 846	14 479
	ТОО ДАСТАРХАН СТОЛИЧНЫЙ	59 182	39 861	12 864
Замороженные полуфабрикаты	ТОО "АЛМАСТОР"	-	-	17 629
	ТОО Алматинский филиал N1	40 362	39 085	14 406
	ТОО "ЖЕТІ АСПАН"	15 699	23 301	11 811
	ТОО Алматинский филиал N2	26 711	28 131	11 045
	ТОО ТОРГОВАЯ СЕТЬ "GREEN	964	23 864	10 890
	ТОО РАМСТОР КАЗАХ.МЕГА	23 516	23 067	9 417
	ТОО РАМСТОР КАЗАХ.САМАЛ	24 008	22 415	8 752
	ТОО Алматинский филиал N7	-	725	6 834
	Филиал N4 MAGNUM CASH CAR	-	9 928	6 478
	СКИФ САУДА N 9	13 091	15 322	5 848

Вид продукции	Наименование потребителя (в том числе экспорт)	Объем продаж в тыс. тенге 2012г.	Объем продаж в тыс. тенге 2013г.	Объем продаж в тыс. тенге 5 мес.2014г.
Продукты пекарни	ТОО ESTAU COMPANY	-	733	431
	ЧАСТНОЕ ЛИЦО ХВАН	-	53	412
	ИП ТЛЕПОВ Р.Р.	-	-	359
	ИП "ТЛЕПОВ Р.Р."	-	94	327
	ТОО "UNIVERSAL TRADE COMP	-	77	240
	ВЫСТАВКА	-	11	73
	ТОО "АЙКУЛ"	-	-	44
	PERPO "ХРИСТИАНСКИЙ ЦЕНТР	-	-	37
	ФИЛИАЛ ГЕТЕ-ИНСТИТУТА АЛМ	-	-	34
	ТОО ДАСТАРХАН	41	200	27

Сведения о конкурирующих организациях

По производству колбасных продуктов, конкурентами Компании в первую очередь являются другие мясоперерабатывающие производства области и республики в целом, а также импортированная продукция из России и др. регионов. По данным Минсельхоза Республики Казахстан доля импорта по мясопродуктам в среднем составляет 29%. В структуре импорта наибольшую долю занимают колбасные изделия из России.

На колбасном рынке Казахстана сегодня осуществляют свою деятельность около 609 компаний. Рынок колбасных изделий в г. Алматы представлен 60 компаниями. Причинами столь высокого количества конкурирующих фирм являются низкие барьеры для входа в отрасль, ввиду небольших капиталовложений для открытия производственных цехов, относительной доступности сырья и технологий производства. В целом рынок очень активно развивается ввиду своего высокого уровня конкурентов, появления новых товаров в ассортименте. К тому же, отечественная колбаса производится из казахстанского мяса, что говорит о доступности ресурсов.

На местном рынке наиболее крупными производствами колбас и колбасных изделий, а также полуфабрикатов из мяса и мяса домашней птицы можно назвать следующие компании:

ТОО «Беккер и К»
ТОО «Назик»,
ТОО «Первомайские деликатесы»,
ИП «Бижан»,
ИП «Алимпиев»,
ИП «Тяновские колбасы»,
ТОО «Еткон»,
ТОО «Бремен»,
ТОО «Маду»

Таблица №15. Основные мясоперерабатывающие компании г. Алматы:

№	Наименование	Описание	Адрес, телефон
1	ТОО «Oraz»	Производственное предприятие	Северное кольцо 49б, т 234 81 75, 234 83 48, tm-oraz@nursat.kz
2	ТОО «Ардагер»	Мясоперерабатывающий завод	ул. Момышулы 36а, т 258 45 69, mpz-ardager@mail.ru
3	ТОО «Ахмад-Рахим_Заде& Сын»	Торговая компания, колбасная оболочка	ул. Полежаева 92а, т. 233 28 39

№	Наименование	Описание	Адрес, телефон
4	ТОО «Бекон»	Торгово-производственная компания	п. Даулет, ул. Суюнбая 263, т. 235 05 31
5	ИП «Бижан»*	Производственно-торговая компания, колбасный цех	ул. Дулатова 52б, т 384 55 80, bizhan@yandex.ru
6	ИП «Диал»	Производственно-торговая компания	ул. Бокейханова, 61б, т. 294 18 57
7	ИП «Алимпиев»	Мясные и колбасные изделия	мкр., Коккайнар, ул. Заречная, д.8,+7 (727) 269-06-70, 272-10-41
8	ТОО «Казмясопродукт-М»	Производственная фирма, оптовая продажа мясных и растительных консервов	ул. Полежаева 92а, т. 233 29 24
9	ТОО «Калинка Фуд»	Производственная компания	ул. Ратушного 66, т. 294 21 28, kalinka-food@mail.ru
10	ТОО «Маду»	Производственно-торговая компания	ул. Щербакова 16б, т. 235 93 43
11	ИП «Тяновские колбасы»	Производственный цех	ул. Сатпаева 90, т. 260 10 60
12	ТОО «Царские копчения»	Производственная компания, производство мясных деликатесов из свинины, конины, говядины, птицы	ул. Спасская 68а, 239 79 78
13	ТОО «Пульсар»	Торговые представители - консервированные продукты питания, паштеты, тушенка, колбасы, собственное производство - мясо перепелки (свежее), яйца перепиленные	пр. Алтынсарина 55А, т. 2582627, 2582625, 2581968, pulsar@pulsar.kz, http://www.pulsar.kz
14	ТОО «Алматинский Мясоконсервный Комбинат «Еткон»	Мясные и колбасные изделия	пер. Полежаева, 92 А, т. 233-27-64
15	ТОО «TopFood»	Мясные и колбасные изделия	ул. Кассина 2/1, +7 (727) 256-99-09, 256-99-06, topfood@nursat.kz
16	AppleCity LLC	Мясные изделия, оптовая торговля	ул. Маречека 1, www.applecity.kz +7(727) 250-05-05
17	ТОО «Сытновъ»	Мясные и колбасные изделия	ул. Фурманова 139, +7 (727) 278-76-20, aliya45@mail.ru
18	ТОО «АЛГАБАС»	Мясные изделия, оптовая торговля	ул. Бокейханова 61б, +7(727) 242-17-90
19	ТОО «НАЗИК»*	Мясные изделия, оптовая торговля	ул. Масанчи д.23, +7(727)233-18-71
20	ТОО «ЖАН»	Мясные изделия, оптовая торговля	ул. Полежаева 92а, +7(727) 233-27-60
21	АО «НУРАЛЕМ»	Мясоконсервный комбинат	ул. Полежаева 92а, оф.327, Телефон: +7(727) 233-27-73
22	ТОО «БРЕМЕН»	Мясные изделия, оптовая торговля	ул. Ратушного 66, +7(727) 294-21-28
23	ТОО «МАДИНА»	Мясные изделия, оптовая торговля	ул. Туркебаева 105, +7(727) 240-59-27
24	ТОО «Первомайские деликатесы» *	Производство колбасных изделий, деликатесов, пельменей	ул. Интернациональная 26А, 7(727)260 36 48

*ИП «Бижан» на рынке Казахстана с 1998 года, выпускают более сорока видов колбас, которые распространяются по всей Алматинской области и в Байконыр;

*ТОО «Назик» выпускают свыше 60 наименований колбасных изделий и мясных деликатесов, компания владеет девятью фирменными магазинами, а также представлена в ста магазинах города;

*ТОО «Первомайские деликатесы» на рынке с 2005 года, в сутки выпускают 10 тонн колбасы, продажи составляют 30 млн. долларов, представлены в фирменных магазинах города

В Казахстане существуют широко известные отечественные бренды колбасных изделий, однако их известность в основном, ограничивается 1-2 областями, составляющими ареал локализации производителя. Широкой известностью пользуется российский бренд «Микоян».

График №18. Осведомленность о брендах колбасной продукции, %

Источник: Центр Бизнес информации социологических и маркетинговых исследований Bisam Central Asia

Таблица №16. Наиболее предпочтительные бренды колбасных изделий в разрезе областей.

Регионы	Предпочитаемые бренды	%
Акмолинская область	Осипов	19
	Омский бекон	11
Актюбинская область	Урал.колбасы-Мясодел	38
	Орские колбаски	13
	ТОО «Желен»	12
Алматинская область	Жетысу	10
	Шик	8
Атырауская область	Микоян	28
	Царицыно	18
Восточно-Казахстанская область	Рубиком	47
	Семипалатинский мясокомбинат	14
Жамбылская область	**Беккер и К**	**8**
	Черкизовский	6
Западно-Казахстанская область	Урал.колбасы-Мясодел	20
	Микоян	4,3
Карагандинская область	Апрель	18
	Волынка	12
Костанайская область	Микоян	46
	Царицыно	9
	Фаворит	5
Мангистауская область	Микоян	20
	Царицыно	14
	Черкизовский	12
Павлодарская область	Рубиком	57

Регионы	Предпочитаемые бренды	%
	Микоян	2
Северо-Казахстанская область	СбиАгро	29
	Коу (каз) мясопродукт	24
	Леонтьев	19
Южно-Казахстанская область	ЮКД	10
	Прима	12
Город Алматы	Первомайские колбасы	33
	Беккер и К	**26**
Город Астана	Апрель	41
	Рубиком	14

Источник: Центр Бизнес информации социологических и маркетинговых исследований Bisam Central Asia

Как видим в потребительских предпочтениях на большей части обследованной территории лидирую местные бренды и лишь в Актюбинской, Атырауской, Мангыстауской и Костанайской областях предпочтение отдается российским маркам.

Рынок «замороженных полуфабрикатов» г. Алматы в основном поделен между местными производителями продукции, которые занимают около 80% его объема. Примерно 50% рынка занимают крупные компании класса «премиум» и «средний» – ТОО «Вкуснодел», ТОО «БЕККЕР и К», ТОО «Барон», ТОО «Асан», ТОО «Назик» и ТОО «Дастархан». Остальной объем занимают мелкие цеха и «подпольная» продукция. Для производства пельменей и вареников не нужны специализированные цеха, спецтехника, технологии, поэтому, по мнению участников рынка, подобных компаний большое количество. В г. Алматы, по разным данным, насчитывается от 20 до 40 таких мелких производителей замороженных полуфабрикатов. Продукция из России и Киргизии занимает 20% рынка и продается в основном в регионах.

Наиболее известными брендами замороженных продуктов в Казахстане являются «Барон» (12%), «Беккер и К» (11%), «Смак Дистрибьюшн» (11%), «Богатырский продукт» (11%) и «Вкуснодел» (11%). Однако, как и у колбасных изделий, распространение этих брендов локализовано.

График №19. Осведомленность о брендах замороженных продуктов, %

Источник: Центр Бизнес информации социологических и маркетинговых исследований Bisam Central Asia

Таблица №17. Наиболее предпочтительные бренды замороженных продуктов в разрезе областей.

Регионы	Предпочитаемые бренды	%
Акмолинская область	Петропавловские	13

Регионы	Предпочитаемые бренды	%
	От дяди Пети	13
	Гурман	10
Актюбинская область	Мартукские	44
	Анвар	16
	Мастер	11
Алматинская область	Барон	62
	Вкуснодел	6
	Вкуснятина	7
Атырауская область	**Беккер и К**	**17**
	Вкуснодел	22
	Метелица	14
Восточно-Казахстанская область	Эмиль	17
	Смак дистрибьюшн	12
	Вкуснодел	5
Жамбылская область	Метелица	**37**
	Вкуснодел	14
	Канагат	13,8
Западно-Казахстанская область	Имановские	68
	Вкуснодел	12
	Уральские	12
Карагандинская область	Богатырский продукт	23
	Ансар халал	23
	Смак дистрибьюшн	23
Костанайская область	Ансар халал	14
	Богатырский продукт	11
	Метелица	11
Мангистауская область	Богатырский продукт	20
	Жетысу Агро	14
	Черкизовский	12
Павлодарская область	Смак дистрибьюшн	25
	Крендель	8
	Тройка	13
Северо-Казахстанская область	Богатырский продукт	62
	Петропавловские	11
	Петтерфильд	8
Южно-Казахстанская область	Пак	25
	Арзан	10
	Морозко	10
Город Алматы	Барон	31
	Беккер и К	**20**
	Вкуснодел	**13**
Город Астана	Богатырский продукт	17
	Вкуснодел	13
	Смак дистрибьюшн	30

Источник: Центр Бизнес информации социологических и маркетинговых исследований Bisam Central Asia

Сильные стороны по сравнению с конкурентами:

ТОО «Беккер и К» является хорошо развитой компанией в сегменте отечественных пищевых продуктов в масштабах крупнейших городов Казахстана с наибольшей активностью в розничной торговле. Компания является одним из лидеров по объемам выпуска колбасной продукции и замороженных полуфабрикатов, квалификации персонала, оснащенности современным оборудованием, применению новых методов и технологий, наличием сертификатов качества по международным стандартам, внедрением интегрированной системы менеджмента.

Стратегия деловой активности

В перспективе развития Компании на ближайшие три года предусматривается региональный выход продукции Компании в Западный Казахстан (города Актау, Атырау, Актюбинск, Хромтау), Северный Казахстан (города Павлодар, Аксу), Центральный Казахстан (города Астана, Караганда), Восточный Казахстан (г. Оскемен), Южный Казахстан (города Шымкент, Тараз, Талды-Курган), а также города Бишкек и Ташкент. В каждом областном центре планируется строительство и запуск новых производственных линий для производства колбас. Компания планирует введение продукции «Беккер Голд», обращаемой только в Алматы, продукцию «Беккер Homemade» и «Беккер Оригинал», которые позиционирует как более дешевый продукт. Предполагается перенос мощностей действующего завода в промышленную зону г. Мерке в Жамбылской области, после ее строительства в 2014-2015гг. Также предусматривается развитие в 2014-2015гг. собственной фермы на базе незадействованной промышленной базы. Будет реализовываться программа строительства 10 единиц собственных супермаркетов и 50 единиц собственных магазинов.

Относительно перспектив развития Компании можно отметить следующее.

Рост спроса на продукцию на наш взгляд, будет напрямую коррелировать с демографическими показателями. Самая многочисленная группа потребителей состоящая из детей и подростков в возрасте 15 лет (более 4 млн. чел) в ближайшие года войдет в самостоятельную жизнь. Даже с учетом сохранения потребления продуктов из мяса на душу населения на прежнем уровне за счет количественного увеличения потребителей объем рынка должен возрасти на 20-30%.

С развитием Таможенного союза возрастет торговля с Россией. Увеличится российский импорт и экспорт продуктов мясоперерабатывающих предприятий в регионы Урала и Южной Сибири. Данный факт является привлекательным, но не для ТОО «БЕККЕР и К» так как продукция Компании является скоропортящейся.

Согласно социологическим опросам главными факторами при выборе продуктов из мяса являются качество и свежесть продуктов (90%) и приемлемая цена (79%).

Наименее важным фактором является широкая дистрибуторская сеть и наличие фирменных торговых точек.

График №20. Факторы выбора мясной продукции, %

Ключевые выводы

Рынок мясопродуктов является одним из наиболее массовых продовольственных рынков, охватывает различные слои населения. Те или иные мясопродукты регулярно приобретает 94% городских и 73% сельских домохозяйств. Предметом постоянного массового спроса являются мясо, колбасы, пельмени. Различные мясные полуфабрикаты в отдельности образуют

небольшие рыночные сегменты, но в совокупности являются предметом потребления более половины домохозяйств.

Сформировавшееся потребительское сознание не дает возможности производителям и дистрибьюторам для осуществления чисто ценовых конкурентных стратегий. Факторы качества и свежести в структуре потребительской мотивации существенно превосходят фактор цены. Однако мясной рынок характеризуется высокой степенью ценовой неудовлетворенности. Цены на говядину и баранину, на копченые колбасы воспринимаются подавляющим большинством респондентов как завышенные. Это открывает возможности для применения конкурентной стратегии лидерства по издержкам при должном обеспечении требований по качеству продукции.

Рынок высоко брендирован. Наибольшим авторитетом и известностью пользуются локальные бренды. Национальные бренды пока не сформировались. В западных областях сильные позиции имеют российские марки.

Масштабы и многообразие рынка открывают широкие возможности для выхода новых игроков. Однако конкурировать им придется с весьма сильными брендами, что потребует применение гибких, адаптированных к местным условиям стратегий.

Компания находится в привилегированном положении относительно своих конкурентов
Так как главным критерием потребителей при выборе продуктов из мяса являются качество и свежесть продуктов, это является также и главной Целью ТОО «БЕККЕР и К» - предоставление качественной продукции на высоком технологическом и рецептурном уровне в отличии от конкурирующих компаний на рынке пищевых продуктов.

Финансово-экономические показатели

В финансовом анализе Компания использует аудированную консолидированную финансовую отчетность за 2009-2013гг., подготовленные в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО). Аудит консолидированной финансовой отчетности ТОО «Беккер и К» за 2009-2011гг. проведен аудиторской компанией ТОО «Alliance Audit Co.», за 2012-2013гг. аудиторской компанией ТОО «Grant Thornton».

Финансовые показатели

За 2012г. Компания показала увеличение выручки до 7 768 888 тыс. тенге или на 15% по отношению к 2011г. По данным аудированной отчетности Компании, за 2013г. объем выручки составил 7 453 118 тыс. тенге или на 4% ниже показателей 2012 года.

График №21. Выручка Компании, тыс.тенге

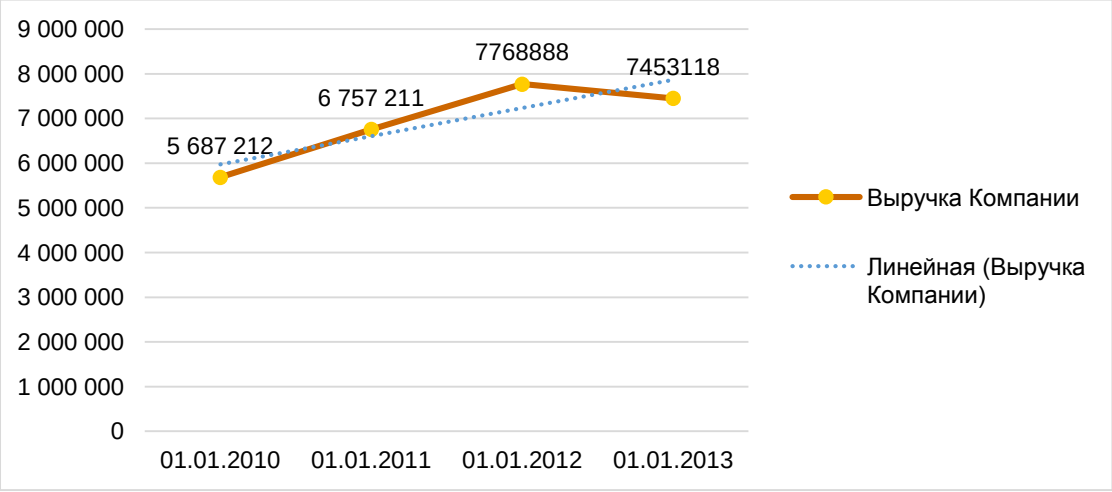


Таблица №18. Доходы от реализации продукции.

Наименование продукции	31.12.2013		31.12.2012		31.12.2011		31.12.2010
	в тыс. тенге	изм.к началу года,%	в тыс. тенге	изм.к 2011 года,%	в тыс. тенге	изм.к 2010 года,%	в тыс. тенге
Мясная продукция	3 553 112	89,28	3 979 872	10,14	3 935 844	17,11	3 406 778
Замороженные полуфабрикаты	1 177 264	106,96	1 100 655	33,62	901 285	24,07	735 668
Кулинарные изделия	566 001	100,29	564 363	21,11	423 269	64,90	346 686
Продукты пекарни	709 878	97,51	728 007	-10,47	602 252	29,33	427 844
Прочие	1 446 863	103,64	1 395 991	23,77	894 562	-0,48	770 236
Итого	7 453 118	95,94	7 768 888	14,75	6 757 211	19,05	5 687 212

Стоит отметить, что темп роста себестоимости реализованной продукции меньше, темпов роста выручки, что говорит о росте объемов продаж. Кроме того за отчетный период 2013г. происходит снижение темпов себестоимости по сравнению с 2012г. Данная тенденция является благоприятной.

Таблица №19. Структура себестоимости выпускаемой продукции.

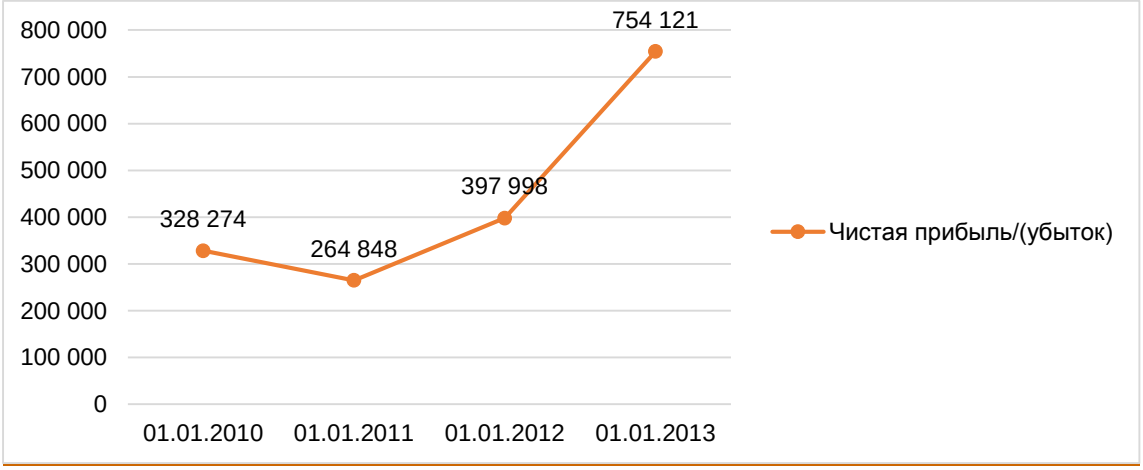
Наименование продукции	31.12.2013, тыс. тенге	Доля %	31.12.2012, тыс. тенге	Доля %	31.12.2011, тыс. тенге	31.12.2010, тыс. тенге
Мясные продукты	2 993 209	59,0	3 367 084	60,4	3 176 267	2 444 703
Замороженные полуфабрикаты	608 788	12,0	673 807	12,1	529 347	441 761
Кулинарные изделия	558 056	11,0	532 840	9,6	446 204	274 036
Продукты пекарни	253 662	5,0	215 242	3,9	252 531	216 355
Прочее	659 521	13,0	788 198	14,1	684 230	729 732
Итого	**5 073 235**	**100%**	**5 577 171**	**100%**	**5 088 579**	**4 106 587**

Таблица №20. Доля себестоимости в выручке Компании.

	31.12.2013 тыс. тенге	31.12.2012 тыс. тенге	31.12.2011 тыс. тенге	31.12.2010 тыс. тенге
Выручка	7 453 118	7 768 888	6 757 211	5 687 212
Себестоимость реализации	5 073 235	5 577 171	5 088 579	4 106 587
Доля себестоимости, %	**68,07%**	**71,79%**	**75,31%**	**72,21%**

По состоянию на 31.12.2013г. чистая прибыль Компании составила 754 141 тыс. тенге. Прирост составил 89% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. По данным аудиторского отчета на 31.12.2012 г. чистая прибыль выросла до 397 998 тыс. тенге. Прирост составил 50% по сравнению с аналогичным периодом 2011г.

График №22. Чистая прибыль Компании, тыс. тенге



Маржа чистой прибыли продолжает восстанавливаться после падения в 2011% г. На конец 2012г. коэффициент составил 5,12%, а по состоянию на 31.12.2013г. - 10,14%.

Таблица №21. Маржа чистой прибыли.

	31.12.2013	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2010
Маржа чистой прибыли	10,14%	5,12%	3,92%	5,77%

Краткосрочная ликвидность Компании снизилась на текущий период, так как краткосрочные обязательства по состоянию на 31.12.2013г составили 1 504 524 тыс. тенге, тогда как краткосрочные активы составили 1 463 665 тыс. тенге. Снижение объемов денежных средств произошло за счет сокращения денег на счетах в банках и на депозитах.

Однако на текущий период Компания показывает высокую капитализацию и положительную динамику. По итогам 2012г. отношение всех обязательств к капиталу составило 1,05, а по итогам 2013г. данный показатель составил 0,89.

Таблица №22. Левередж Компании.

	2013	2012	2011	2010
Левередж	0,89	1,05	0,75	0,14

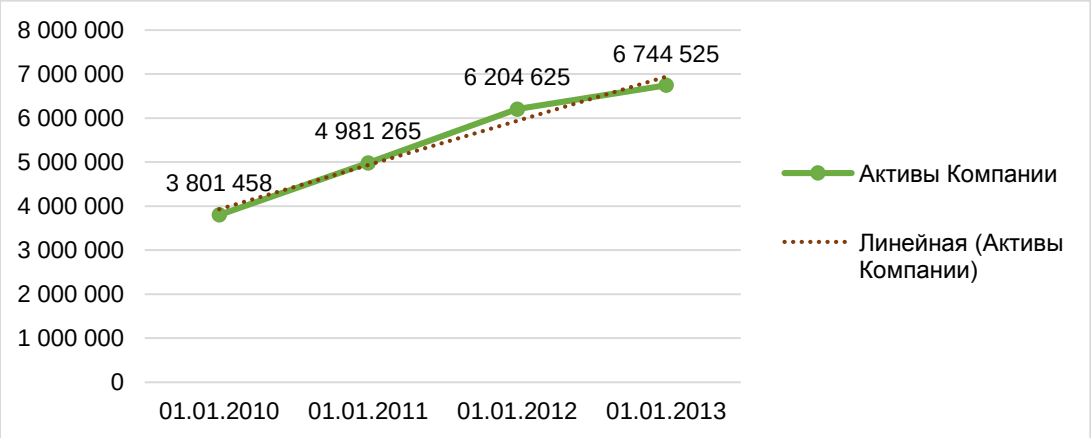
Левередж Компании находится на уровне, не превышающем коэффициент 2, что свидетельствует о низкой долговой нагрузке.

Таблица №23. Изменения в Активах Компании.

Активы Компании	31.12.2013, тыс. тенге	Изменения к началу года, в сумме, тыс. тенге	Изменения к началу года, %	31.12.2012, тыс. тенге	Изменения к 2011 году, в сумме, тыс. тенге	Изменения к 2011 году, %	31.12.2011, тыс. тенге	Изменения к 2010 году, в сумме, тыс. тенге
Долгосрочные активы								
Прочие долгосрочные активы	32 118	1 650	5,42%	30468	-			-
Основные средства	**1877708**	-192 480	-9,30%	2 070 188	8 755	0,42%	2 061 433	44 377
Нематериальные активы	**25559**	22 255	673,58%	3 304	-2 220	-40,19%	5 524	-1 863
Отложенные налоговые активы	**5857**	-15 267	-72,27%	21 124	21 124			-
Займы выданные	**3278538**	499 007	17,95%	2 779 531	900 608	47,93%	1 878 923	1 878 923

Активы Компании	31.12.2013, тыс. тенге	Изменения к началу года, в сумме, тыс. тенге	Изменения к началу года, %	31.12.2012, тыс. тенге	Изменения к 2011 году, в сумме, тыс. тенге	Изменения к 2011 году, %	31.12.2011, тыс. тенге	Изменения к 2010 году, в сумме, тыс. тенге
Инвестиционная недвижимость	61080	61 080			0			
Итого долгосрочные активы	**5 280 860**	376 245	7,67%	**4 904 615**	928 267	23,52%	**3 945 880**	2 011 832
Краткосрочные активы								
Денежные средства и их эквиваленты	112 614	-34 979	-23,70%	147 593	-66 060	-30,92%	213 653	-932 841
Займы выданные	414 213	219 015	112,20%	195 198	194 598	32433,00%	600	600
Торговая и прочая дебиторская задолженность	125 074	-4 029	-3,12%	129 103	95 529	284,53%	33 574	-54 570
Авансы выданные и предоплаты	161942	-24 090	-12,95%	186 032	92 849	99,64%	93 183	6 113
Предоплата по корпоративному подоходному налогу	54 739	51 734	1721,60%	3 005	-29 579	-90,78%	32 584	8 720
Товарно-материальные запасы	580 212	-40 606	-6,54%	620 818	60 627	10,82%	560 191	128 748
Инвестиции для продажи	4 560	-1 580	-25,73%	6 140	-84 255	-93,21%	90 395	
Прочие текущие активы	10 311	-1 810	-14,93%	12 121	916	8,17%	11 205	11 205
Итого краткосрочные активы	**1 463 665**	163 655	12,59%	**1 300 010**	264 625	25,56%	**1 035 385**	-832 025
Итого Активы:	**6 744 525**	539 900	8,70%	**6 204 625**	1 223 360	24,56%	**4 981 265**	1 179 807

График №23. Активы Компании, тыс. тенге



По состоянию на 31 декабря 2011 года активы Компании составили 4 981 265 тыс. тенге и возросли по сравнению с данными на 31 декабря 2010 года на 1 179 807, или на 31,04%. По состоянию на 31 декабря 2010 года активы Компании составили 3 801 458 тыс. тенге.

По состоянию на 31 декабря 2012 года активы Компании составили 6 204 625 тыс. тенге и возросли по сравнению с данными на 31 декабря 2011 года на 1 223 360 тыс. тенге, или на 24,56%.

По состоянию на 31 декабря 2013 года активы компании составили 6 744 525 тыс. тенге и возросли по сравнению с данными на 31 декабря 2012 года на 539 900 тыс. тенге, или на 8,7%.

По состоянию на 31 декабря 2013 года в совокупных активах Компании долгосрочные активы составляют 78%, краткосрочные активы составляют 22%.

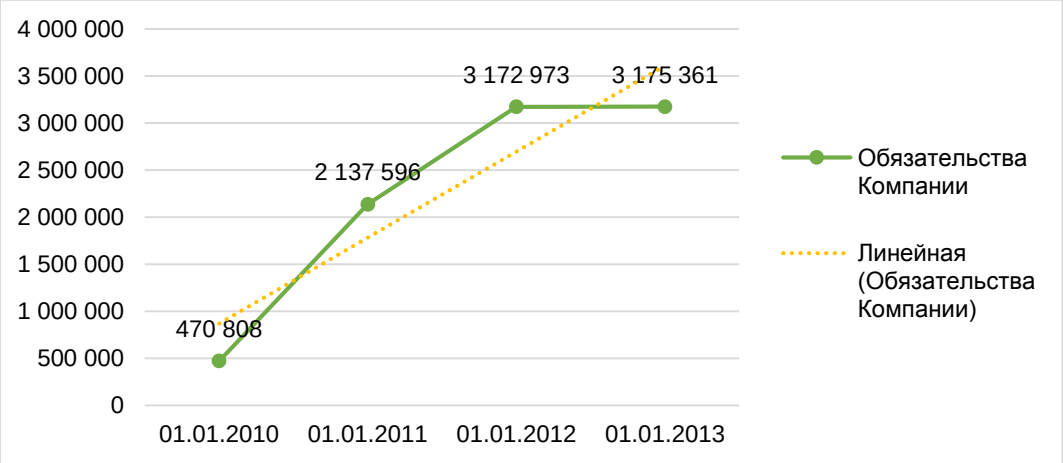
Таблица №24. Нематериальные активы, в тыс. тенге.

	Программное обеспечение	Прочие нематериальные активы	Всего
Балансовая стоимость на 31.12.2010г.	7 212	170	7 382
Балансовая стоимость на 31.12.2011г.	5 470	54	5 524
Балансовая стоимость на 31.12.2012г.	1 740	1 564	3 304
Балансовая стоимость на 31.12.2013г.	19 198	6 361	25 559

Таблица №25. Изменения в обязательствах Компании.

Обязательства Компании	31.12.2013, тыс. тенге	Изменения к началу года, в сумме	Изменения к началу года, %	31.12.2012, тыс. тенге	Изменения к 2011 году, в сумме	Изменения к 2011 году, %	31.12.2011, тыс. тенге	Изменения к 2010 году, в сумме
Долгосрочные обязательства								
Отложенные налоговые обязательства	226 575	-3 079	-1,34%	229 654	-22 120	-8,79%	251 774	3 329
Выпущенные облигации	1444262	6 476	0,45%	1 437 786	11 902	0,83%	1 425 884	1 425 884
Итого долгосрочные обязательства	**1 670 837**	3 397	0,20%	**1 667 440**	-10 218	-0,61%	**1 677 658**	1 429 213
Краткосрочные обязательства								
Займы полученные	344 170	-166 112	-32,55%	510 282	448 282	723,04%	62 000	62 000
Торговая и прочая кредиторская задолженность	879 060	300 665	51,98%	578 395	424 281	275,30%	154 114	-16 439
Резервы краткосрочные	64 981	-41 750	-39,12%	106 731	37 126	53,34%	69 605	17 795
Авансы полученные	28861	-73 438	-71,79%	102 299	93 802	1103,94%	8 497	8 497
Задолженность по оплате труда	47 373	-9 739	-17,05%	57 112	11 913	26,36%	45 199	45 199
Корпоративный подоходный налог к уплате	-			13 003			-	
Прочие налоги к уплате	63866	17 205	36,87%	46 661	11 278	31,87%	35 383	
Начисленные проценты по облигациям	61 167	0	0,00%	61 167	0	0,00%	61 167	
Прочие текущие обязательства	15 046	-14 837	-49,65%	29 883	5 910	24,65%	23 973	
Итого краткосрочные обязательства	**1 504 524**	-1 009	-0,07%	**1 505 533**	1 045 595	227,33%	**459 938**	237 575
Итого обязательства:	**3 175 361**	2 388	0,08%	**3 172 973**	1 035 377	48,44%	**2 137 596**	1 666 788
Собственный капитал								
Уставный капитал	1 146 250	0	0,00%	1 146 250	0	0,00%	1 146 250	151
Нераспределенная прибыль/убыток	2 422 914	537 512	28,51%	1 885 402	187 983	11,07%	1 697 419	-396 981
Итого собственный капитал	**3 569 164**	537 512	17,73%	**3 031 652**	187 983	6,61%	**2 843 669**	-486 981
Итого обязательства и собственный капитал:	**6 744 525**	**539 900**	**8,70%**	**6 204 625**	**1 223 360**	**24,56%**	**4 981 265**	**1 179 807**

График №24. Обязательства Компании, тыс. тенге



По состоянию на 31 декабря 2011 года обязательства и собственный капитал Компании составили 4 981 265 тыс. тенге и возросли по сравнению с данными на 31 декабря 2010 года на 1 179 807, или на 31,04%. По состоянию на 31 декабря 2010 года обязательства и собственный капитал Компании составили 3 801 458 тыс. тенге.

По состоянию на 31 декабря 2012 года обязательства и собственный капитал Компании составили 6 204 625 тыс. тенге и возросли по сравнению с данными на 31 декабря 2011 года на 1 223 360 тыс. тенге, или на 24,56%.

По состоянию на 31 декабря 2013 года обязательства и собственный капитал Компании составили 6 744 525 тыс. тенге и возросли по сравнению с данными на 31 декабря 2012 года на 539 900 тыс. тенге, или на 8,7%.

По состоянию на 31 декабря 2013 года в совокупных обязательствах Компании долгосрочные обязательства составляют 53%, краткосрочные обязательства составляют 47%.

Таблица №26. Займы Компании.

Кредитор	Дата открытия кредитной линии	% ставка	Срок погашения	Сумма кредита в тыс. тенге
АО Евразийский Банк	28 апреля 2011 года	14.0% процентов годовых	Кредитная линия «Овердрафт». Транши на срок 1 месяц	220 000

Данная кредитная линия предоставлена в режиме «Овердрафт» (по банковской терминологии, т.н. «короткие кредиты»). Общая сумма доступных средств по ней: 220 млн. тенге. По мере необходимости Компания берет траншами, в среднем по 20-50 млн. тенге на покрытие временных финансовых разрывов и только на оборотные средства. Максимальный срок транша: 1 календарный месяц.

В качестве залогового обеспечения выступают автотранспорт Компании.

Валютный риск

Компания не подвержена валютному риску в значительной степени так, как доходы от реализации и операционные затраты выражены в тенге. Единственным источником операционных затрат в валюте является покупка солода, импортируемого из Германии, доля которого в общем объеме затрат составляет менее 1%. Компания не имеет займов в валюте, все обязательства Компании так же выражены в тенге.

Собственный капитал Компании

По состоянию на 31 декабря 2013 года собственный капитал Компании составляет 3 569 164 тыс. тенге, в том числе нераспределенная прибыль составляет 2 422 914 тыс. тенге.

По состоянию на 31 декабря 2012 года собственный капитал Компании составил 3 031 652 тыс. тенге, нераспределенная прибыль составила 1 885 402 тыс. тенге.

Таблица №27. Собственный капитал Компании

	31.12.2013, тыс. тенге	31.12.2012, тыс. тенге	31.12.2011, тыс. тенге	31.12.2010, тыс. тенге
Собственный капитал	3 569 164	3 031 652	2 843 669	3 330 650

График №25. Собственный капитал Компании, тыс. тенге

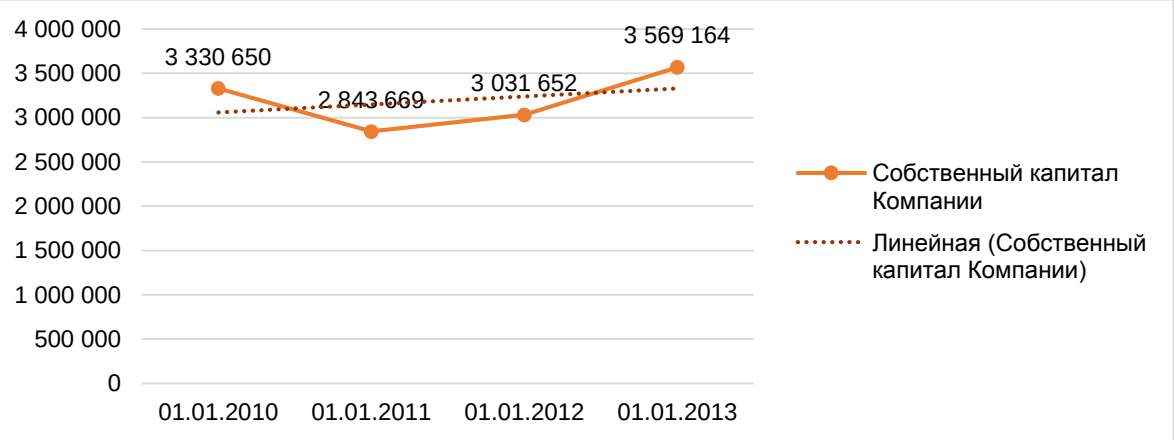


Таблица №28. Показатели финансово-хозяйственной деятельности.

№	Наименование показателя	Содержание	2010 год	2011 год		2012 год		2013 год	
			факт	факт	темп роста	факт	темп роста	факт	темп роста
1. Имущественное положение - описывается общая сумма средств, которыми располагает предприятие, доля основного и, соответственно, оборотного капиталов в общей сумме активов, доли введенных в эксплуатацию и выведенных из использования основных средств									
1.1.	Доля основных средств в совокупной стоимости активов	Анализ потенциала хозяйственного развития предприятия	0,53	0,39	0,73	0,33	0,86	0,28	0,83
1.2.	Доля активной части основных средств	Анализ производственного потенциала предприятия	0,145	0,132	0,91	0,136	1,03	0,134	0,98
2. Ликвидность и платежеспособность - оценивается способность предприятия отвечать по своим текущим обязательствам									
2.1.	Коэффициент текущей ликвидности (Коэффициент покрытия)	Анализ общей ликвидности активов	8,0	2,0	0,25	0,9	0,43	1,0	1,13
2.2.	Коэффициент быстрой ликвидности	Анализ ликвидности с учетом только наиболее быстрореализуемых активов	5,6	0,7	0,13	0,2	0,25	0,2	0,86
2.3.	Коэффициент (немедленной) абсолютной ликвидности	Анализ средств, которыми немедленно можно погасить обязательства	5,2	0,4	0,08	0,10	0,25	0,07	0,76
2.4.	Коэффициент оборота дебиторской задолженности	Определение величины выручки, которую «обслужила» одна денежная единица дебиторской задолженности за период	72,3	41,2	0,57	67,4	1,64	66,7	0,99
3. Финансовая устойчивость - оценивается структура источников финансирования с точки зрения собственности на них (собственные или заемные), степени доступности и риска пользования ими									

№	Наименование показателя	Содержание	2010 год	2011 год		2012 год		2013 год	
			факт	факт	темп роста	факт	темп роста	факт	темп роста
3.1.	Доля заемного капитала в общей сумме средств	Оценка вклада заемного капитала в формирование активов предприятия	0,058	0,107	1,83	0,243	2,27	0,223	0,92
3.2.	Коэффициент финансовой зависимости	Оценка стоимости активов, приходящихся на одну денежную единицу собственного капитала	1,141	1,770	1,55	2,045	1,16	1,888	0,92
3.3.	Коэффициент маневренности собственного капитала	Оценка стоимости оборотных средств, приходящихся на одну денежную единицу собственного капитала	0,53	0,38	0,71	0,43	1,12	0,41	0,96
4. Рентабельность - оценивается эффективность деятельности предприятия путем сопоставления его финансовых результатов и ресурсов, задействованных для достижения этих результатов									
4.1.	Рентабельность собственного капитала	Оценка величины прибыли, приходящейся на одну денежную единицу собственного капитала	0,099	0,092	0,93	0,133	1,44	0,212	1,60
4.2.	Рентабельность активов	Оценка величины прибыли, приходящейся на одну денежную единицу стоимости активов	0,09	0,05	0,60	0,06	1,24	0,11	1,75
4.3.	Рентабельность продукции	Оценка величины прибыли, порожденной одной денежной единицей затрат	0,080	0,052	0,65	0,071	1,37	0,149	2,09
4.4.	Рентабельность продаж	Оценка величины прибыли, порожденной одной денежной единицей выручки от реализации	0,058	0,039	0,68	0,051	1,31	0,101	1,98
5. Показатели деловой активности - позволяют проанализировать, насколько эффективно предприятие использует свои средства									
5.1.	Производительность труда	Определение величины выручки, приходящейся на 1 сотрудника	666,7	687,2	1,03	713,0	1,038	761,0	1,067
5.2.	Фондоотдача	Определение величины выручки, порожденной за период одной денежной единицей стоимости внеоборотных активов	3,15	1,89	0,60	1,77	0,94	1,58	0,89
5.3.	Оборачиваемость ТМЦ	Отражает период времени полной оборачиваемости запасов	38	40	1,05	41	1,01	42	1,03
5.4.	Оборачиваемость активов	Определение величины выручки, порожденной за период одной денежной единицей стоимости всех активов	1,68	1,48	0,89	1,40	0,95	1,24	0,88
6. Маржинальный анализ									
6.1.	Точка безубыточности	Вычисление выручки от реализации, покрывающей все затраты предприятия, но еще неприносящей ему прибыли	370,1	520,8	1,41	603,4	1,16	493,9	0,82
6.2.	Запас финансовой прочности	Оценка возможного сокращения объемов продаж до достижения точки безубыточности	103,8	42,3	0,41	44,0	1,04	127,2	2,89
6.3.	Индекс безубыточности	Оценка объема продаж, превышающего точку безубыточности	0,28	0,08	0,29	0,07	0,90	0,26	3,53

Показатели финансовой деятельности Компании за 2013 год стабильны. Доля основных средств активной части в совокупной стоимости активов возросла незначительно, данный рост обусловлен расширением торговой сети путем открытия новых супермаркетов.

Наблюдается увеличения коэффициента текущей ликвидности на 13%, который близок к «1», что обусловливает хорошую платежеспособность предприятия.

Производительность труда за 2013 год по сравнению с периодом прошлого года выросла на 6,7% и составила 761 тыс. тенге на 1 сотрудника Компании в месяц.

Оборот Компании снизился на 4% по отношению к 2012 году, но вместе с тем увеличился маржинальный доход на 8%, в связи со снижением доли себестоимости продукции в обороте на 3%, и снижением административных и затрат по реализации на 7%, коэффициенты рентабельности в целом по Компании увеличились почти в 2 раза.

В связи с увеличением маржинального дохода и снижением совокупных постоянных затрат снизилась точка безубыточности на 110 млн. тенге в месяц и составила 494 млн. тенге, увеличивая тем самым запас финансовой прочности до 127 млн. тг в месяц.

На 2014 год планируется увеличить торговый оборот Компании на 30% за счет расширения торговой сети и открытия 8 новых супермаркетов, увеличить маржинальный доход на 18%, продолжить работу по снижению себестоимости и затрат по реализации и административных затрат на 7% к аналогичному периоду 2013 года, увеличив тем самым коэффициенты рентабельности в среднем на 30%.

Управление рисками

Таблица №29. Риски.

Факторы риска	Описание рисков	Управление рисками
Риск, связанный с конкурентоспособностью продукции на рынке Казахстана	Конкуренция является препятствием для роста денежных потоков Компании. Продукция Компании является премиум-класса, что затрудняет ее продвижение на региональные рынки	Создан бренд, рассчитанный на более низкий ценовой сегмент для продвижения этой продукции в регионах Казахстана
Зависимость от ключевых покупателей	Здесь риск минимальный. Портфель клиентов Компании достаточно диверсифицирован	Строительство новых супермаркетов позволит сблизить конечных потребителей с продукцией Компании
Зависимость от поставщиков сырья	Имеется зависимость от поставщиков качественного мяса	Данная зависимость существует только при производстве продукции премиум класса, где подбирается только мясо самого высшего качества, что касается продукции не премиум-класса качество мясо позволяет быть средним
Изменение в животноводческой деятельности	Снижение роста производства и продажи мясных изделий	Налаживать связи не только с казахстанскими поставщиками сырья
Ветеринарные риски	Возможные эпидемии	Диверсификация базы поставщиков
Технические риски	Основные средства Компании изношены на 32%	Компания производит необходимый ремонт старого оборудования и приобретает новое оборудование

Факторы риска	Описание рисков	Управление рисками
Экологические риски	Управление охраны окружающей среды Министерства природных ресурсов контролирует деятельность компании	Компания не имеет проблем с экологическими станциями республики
Риск дефолта	Невыплата или неполная выплата вознаграждения и/или номинальной стоимости по облигациям	При наступлении дефолта по облигациям Компания приложит все усилия для устранения причин, вызвавших дефолт и обеспечения прав держателей облигаций
Отсутствие собственных сырьевых баз	Наличие сырьевых баз позволили бы улучшить рентабельность деятельности	-

Социальная ответственность, организация труда

Система организации труда работников

Коллектив ТОО «Беккер и К» работает, как единая команда, и каждый работник коллектива является СОТРУДНИКОМ Компании.

Численность работников ТОО «Беккер и К» на 31 декабря 2013 года составляет 619 человек (948 человек вместе с ТОО «Немецкий двор»).

В Компании разработано «Положение о персонале», которое определяет порядок приема на работу, основные обязанности и права персонала и руководства Компании, организацию труда, режим рабочего времени, повышение квалификации и гарантии занятости персонала, поощрения за успехи в работе и ответственность за нарушения трудовой дисциплины, формирование социального партнерства персонала и руководства Компании.

Сотрудники Компании в своей деятельности руководствуются Кодексом поведения персонала, который регламентирует взаимоотношения с потребителями, поставщиками и коллегами по работе.

Руководители всех структурных подразделений проводят Кружки качества, тренинги для персонала, на которых помимо производственных вопросов, основных положений интегрированной системы менеджмента, обсуждают Миссию, Ценности и политику компании. Результаты обсуждений отражаются в Журналах по проведению кружков качества, Отчетах о тренинге, Журналах по обучению персонала. До каждого вновь принятого сотрудника руководителем доводится Кодекс поведения персонала.

Высшее руководство ТОО «Беккер и К» лично информирует персонал о стратегических и текущих задачах, политике, стратегии и планах предприятия. При проведении совещаний, Кружков качества каждый сотрудник получает информацию о состоянии дел на предприятии, о стратегии, политике и планах компании, о новых подходах в менеджменте. При этом, они могут получить ответ по любому интересующему их вопросу.

В целях улучшения внутреннего информирования персонала Компании в фойе офиса и в производственном здании расположен стенд «Наш путь к совершенству». Стенд содержит в себе несколько рубрик:

- Информация о жизни внутри Компании: в части внедрения новых видов продукции, участии в выставках и получении;
- Информация о благотворительных и других акциях, проведенных Компанией;
- Информация по улучшению ИСМ;
- «Поздравление сотрудников с днем рождения», а также другая полезная информация.

Большую роль в осуществлении диалога с персоналом играет анкетирование. Анкетирование удовлетворенности персонала осуществляется ежегодно отделом по работе с персоналом. Кроме того, проводится анкетирование сотрудников, прошедших адаптацию, студентов, проходивших практику в компании, и увольняющихся сотрудников.

В соответствии с процедурой «Управление компетентностью персонала», вновь принимаемые сотрудники проходят инструктажи по охране труда, технике безопасности, противопожарной безопасности, соблюдению санитарных требований, знакомятся с должностными и рабочими инструкциями. На собеседованиях, проводимых руководителями структурных подразделений, вновь принимаемым сотрудникам доводится Миссия, Видение, Ценности и Политика компании, Политика в области обеспечения безопасности пищевой продукции, Политика в области экологии, производственной безопасности и здоровья, сообщается о необходимости и важности их деятельности, о вкладе, который они вносят в достижение Целей компании, а также основные правила и нормы поведения в компании в соответствии с Кодексом поведения.

Адаптация вновь принятого персонала осуществляется методом наставничества. Руководитель структурного подразделения прикрепляет принятый персонал к квалифицированному сотруднику и составляет адаптационный план, в котором определяет задачи, стоящие в период адаптации перед вновь принятым сотрудником и наставником, и планируемые результаты. По окончании испытательного срока руководитель структурного подразделения проводит устный экзамен сотрудника и подписывает адаптационный план, что является свидетельством достижения статуса постоянного сотрудника. По окончанию адаптационного периода вновь принятый сотрудник заполняет анкету по адаптации для анализа и улучшения данного процесса.

В период работы компетентность персонала поддерживается дополнительно обучением как непосредственно на рабочем месте (инструктаж, ротация, наставничество), так и вне его (лекции, семинары, конференции).

Социальная ответственность

В 2005 году в Компании был заключен Коллективный договор. На сегодняшний день все нормы Коллективного договора выполняются:

- Сотрудники производственных подразделений, основных и вспомогательных производств обеспечиваются горячим питанием за счет средств Компании. Сотрудники офиса получают льготное питание;
- Сотрудникам, работающим во вредных условиях, предоставляются дополнительные перерывы через 2 часа по 15 минут, дополнительные оплачиваемые дни к трудовому отпуску;
- Для прибытия на работу и убытия с работы сотрудники обеспечиваются служебным автотранспортом в соответствии с утвержденным графиком;
- При выходе сотрудников в очередной трудовой отпуск выплачивается материальная помощь в размере до 100%, в зависимости от стажа работы на предприятии;
- В случае похорон близких родственников сотрудникам предоставляется дополнительный оплачиваемый отпуск в количестве 3 (трех) дней и оказывается материальная помощь;
- Сотрудникам, стаж работы которых на предприятии составляет более 5-ти лет, предоставляется дополнительный оплачиваемый один календарный день к ежегодному оплачиваемому трудовому отпуску;
- Производится оплата медицинских услуг, включая госпитализацию, приобретение медикаментов;
- Осуществляется денежные выплаты по случаю рождения ребенка, 50-летия, выхода на пенсию, 10-ти летнего стажа работы на предприятии;
- Предоставляются оплачиваемые учебные отпуска на период сдачи экзаменов, подготовки и защиты дипломного проекта.
- Предоставляется беспроцентный заём на получение высшего образования по профилю работы предприятия.

Компания создает условия для полной реализации способностей персонала. Широко используется методика продвижения по «служебной лестнице». При каждой открывающейся вакантной должности поиск кандидата ведется, прежде всего, среди сотрудников компании.

Принципиально важным и приоритетным руководство Компании считает постоянное повышение квалификации и усиление личной заинтересованности сотрудников в высококачественной и эффективной работе. За счет средств Компании сотрудники проходят обучение, повышают свою квалификацию путем участия в ежегодных межгосударственных семинарах, курсах, тренингах, проводимых в Германии, Великобритании, России, Украине и Казахстане. Представители высшего руководства Компании в 2013 году проходили обучение в Германии, в Израиле, в Австрии, в Российской Федерации, на казахстанских курсах. Кроме того, в Компании имеется библиотека, которая постоянно пополняется литературой российских, украинских и казахстанских издательств. Ежегодно оформляется подписка на журналы.

Затраты на обучение и повышение квалификации составили в 2013 году - 3 млн. тенге.

Особую заботу Компания проявляет о детях своих сотрудников. Начиная с 2002 года, Компания отправляет детей сотрудников в детские лагеря отдыха: «Артек», «Кара – Тобе» (Крым), «Молодая гвардия» (г. Одесса), ДОК «Барчын», «Радуга» (озеро Иссык-Куль), «Зубренок» (Беларусь), «Таврида» (Крым, г. Евпатория), Балдаурен, Боровое); «Занка» (Венгрия, озеро «Балатон»).

Для проведения новогодних праздников организуются «новогодние елки» и подарки для детей сотрудников Компании.

Сотрудники предприятия поощряются: за основные показатели производственной деятельности, к праздничным датам (Новый год, 8 Марта).

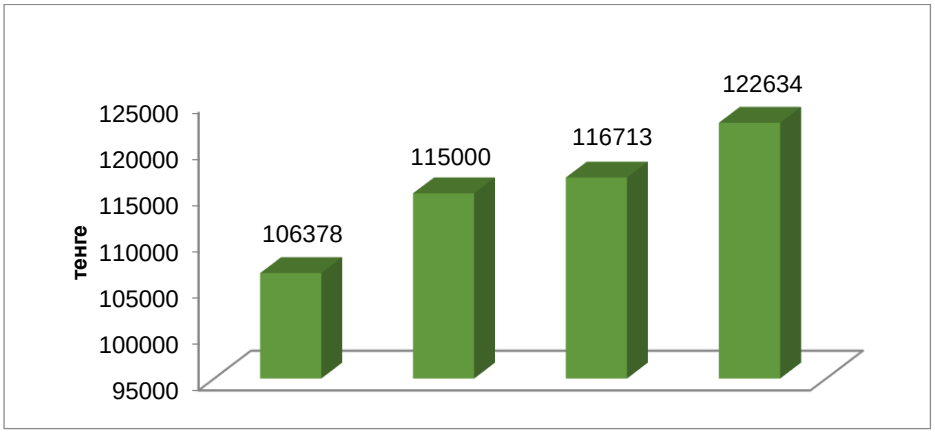
Льготы, доплаты, гарантии, компенсации, предоставляемые сотрудникам сверх норм, предусмотренных законодательством, составили в 2013 году 104,3 миллионов тенге (133,5 млн. тенге ТОО «Беккер и К» и ТОО «Немецкий двор»).

В соответствии с действующим законодательством ТОО «Беккер и К» своевременно перечисляет налоги и другие обязательные платежи в бюджет. Отсутствует задолженность по заработной плате. Сокращение численности или штата работников не производилось. Ежегодные трудовые отпуска предоставляются согласно графикам отпусков. Производится оплата больничных листов.

За период 2013 года средняя заработная плата одного сотрудника увеличилась на 4,8% и составляет по предприятию 122,634 тысяч тенге.

Доля фонда оплаты труда от совокупного годового дохода в 2013 году составляет 18,4%.

График №26. Средняя заработная плата одного сотрудника.



В соответствии с действующим законодательством Республики Казахстан в целях обеспечения безопасности и охраны труда в Компании:

- Проводятся в установленные сроки периодические медицинские осмотры сотрудников на право заниматься профессиональной деятельностью;
- Проводится обучение персонала безопасным методам труда;
- Предоставляются дополнительные оплачиваемые отпуска категориям сотрудников, которые подвержены вредным и опасным факторам на производстве;
- Сотрудники обеспечиваются соответствующей спецодеждой и индивидуальными средствами защиты;
- Оказывается первичная неотложная помощь, которую по мере необходимости готовы оказать сотрудники медицинской службы;
- Сотрудники застрахованы по страхованию имущественных интересов сотрудников компании, жизни и здоровью которого причинен вред в результате несчастного случая;
- Проводится поэтапная работа по аттестации рабочих мест по условиям труда;
- Сотрудники, ответственные за охрану труда имеют сертификат Департамента министерства труда и социальной защиты населения Республики Казахстан по городу Алматы;
- Проводится постоянная работа по реконструкции вентиляционных и аспирационных систем, что позволяет значительно снизить загрязненность воздуха рабочих зон.

В 2013 году на проведение медосмотров затрачено 2,051 млн. тенге.

Большое внимание уделяется производственному быту. Действует прачечная, работает швея, которая выполняет ремонт и индивидуальную подгонку спецодежды.

Значительные средства выделяются на поддержание безопасности зданий и сооружений в части соответствия нормативным требованиям. Так, была проведена реконструкция системы внутреннего противопожарного водопровода. Система отопления была полностью заменена с использованием современных более эффективных приборов. Для поддержания микроклимата в помещениях устанавливаются системы кондиционирования. Установлена система централизованной воздухоподготовки производственных помещений.

На всех участках имеются санитарно-бытовые помещения, оборудованные в полном соответствии с требованиями санитарных правил и норм. В производственных помещениях компании проводятся измерения физических факторов, влияющих на условия труда, процесс производства и реализации продукции. Характерными особенностями производства являются термическая и механическая обработка продукции, в процессе которых могут возникать такие опасные факторы как ожоги, ранения, пониженная температура в отдельных цехах и участках, повышенный уровень шума. Для предотвращения возникновения опасных факторов руководством компании предъявляются высокие требования к обеспеченности сотрудников средствами индивидуальной защиты (СИЗ), личной гигиене, промышленной санитарии и гигиене труда.

Проводится обучение персонала безопасным методам труда. Кабинет инженера по безопасности и охраны труда (Б и ОТ) оборудован наглядными пособиями и материалами. Со всеми вновь принимаемыми сотрудниками инженером по Б и ОТ проводится вводный инструктаж Б и ОТ и пожарной безопасности. Первичные инструктажи на рабочем месте проводятся руководителями структурных подразделений. Ежеквартально проводятся повторные инструктажи. Записи по проведению инструктажей ведутся в журналах и контролируются инженером по Б и ОТ.

Для обеспечения готовности к аварийным ситуациям разработана документированная процедура «Готовность к чрезвычайным и аварийным ситуациям и реагирование на них».

Штабом Гражданской Обороны (ГО) и ЧС компании ежеквартально проводятся практические тренировки и учения, по утвержденному плану, согласованному с районным отделом ГО и ЧС. По результатам тренировок готовится донесение (отчет) начальнику районного отдела ГО и ЧС.

Согласно утвержденному графику сотрудниками технического отдела проводятся планово-предупредительные работы по обслуживанию и ремонту машин и оборудования. Все оборудование имеет оградительные приспособления, исключающие возможность получения производственных травм.

Важное значение имеет состояние пожарной безопасности на объекте. Для целей пожаротушения в административном и производственном зданиях имеются пожарные насосы-повысители, внутренние пожарные краны, порошковые и углекислотные огнетушители, на территории установлены пожарные стенды с первичными средствами пожаротушения.
Для своевременного обнаружения и оповещения о пожаре в зданиях смонтирована система автоматической пожарной и охранной сигнализации. Контрольно-приемные панели выведены в диспетчерскую службу с круглосуточным наблюдением.
Для быстрой эвакуации сотрудников из здания на случай чрезвычайных ситуаций разработаны и утверждены планы эвакуации и размещены на каждом этаже и лестничных клетках. Для успешного тушения возможного пожара совместно с районной пожарной службой разрабатывается оперативный план пожаротушения.

На выполнение мероприятий по безопасности и охране труда в 2013 году затрачено 10 млн. тенге.

Защита окружающей среды

Политика ТОО «Беккер и К» в области экологии, производственной безопасности и здоровья строится на принципах:

- Осознания культурного значения природоохранной деятельности, социальной и моральной ответственности за решение производственных и экологических проблем;
- Предотвращения негативного воздействия на окружающую среду;
- Предотвращения травм и обеспечения производственной безопасности и здоровья сотрудников;
- Непрерывного контроля и улучшения показателей по экологии и производственной безопасности.

Реализация указанных принципов достигается путём:

- Уменьшения выбросов в атмосферный воздух;
- Снижения концентрации загрязняющих веществ в производственных сточных водах;

- Рационального использования энергоресурсов;
- Снижения уровня производственных шумов;
- Повышения надежности оборудования, обеспечения его безопасной и безаварийной работы;
- Обучения сотрудников безопасным методам работы.

Руководство ТОО «Беккер и К» обязуется:

- Соблюдать соответствующее законодательство и нормативные требования в области экологии, производственной безопасности и здоровья;
- Осуществлять идентификацию и оценку производственных рисков, экологических аспектов, определять цели, разрабатывать и реализовывать программы, направленные на планомерное снижение воздействия на окружающую среду, создание безопасных условий труда, обеспечивающих сохранение здоровья и предотвращение травматизма сотрудников;
- Выделять необходимые ресурсы для функционирования и улучшения системы экологического менеджмента и системы менеджмента производственной безопасности и здоровья;
- Постоянно обучать и повышать квалификацию сотрудников с целью привлечения их к активному участию по улучшению деятельности в области охраны труда, производственной и экологической безопасности;
- Анализировать систему экологического менеджмента и систему менеджмента производственной безопасности и здоровья с целью обеспечения их пригодности, адекватности и результативности.

Для реализации Политики в области экологии, поддержания воздействия на окружающую среду на минимально технически достижимом и экономически целесообразном уровне в Компании ежегодно устанавливаются Цели, показатели Целей, задачи и мероприятия по их достижению. По итогам года проводится анализ достижения Целей (см. **Приложение 4** «Анализ достижения Целей в области экологии за 2013 год»). В 2013 году достигнуто 6 целевых показателей из 9 поставленных, что составляет 66,7%.

В 2013 году в Экологическую программу вошли следующие экологические аспекты: сбросы загрязняющих веществ (ЗВ), выбросы ЗВ в атмосферу, шум, твердые бытовые отходы, потребление электроэнергии и воды.

Цели и их достижение по результатам 2013 года:

1) **Снижение сбросов ЗВ -** количество ЗВ на 1 л сточных вод в общем сбросе по фосфатам, жирам, ХПК (химическое потребление кислорода), БПК (биохимическое потребление кислорода): по жирам – не достигнута; по ХПК – достигнута, по БПК – достигнута;

2) **Снижение уровня производственных шумов**: целевой показатель по данному аспекту не достигнут, превышение составляет 2 дБА, контроль уровня шума проводился аккредитованной лабораторией;

3) **Снижение количества ТБО** (твердых бытовых отходов)**,** размещаемых на городском полигоне: образование отходов за 2013 год снизилось с 374,4 тонн до 322 тонн, целевой показатель достигнут;

4) **Снижение потребления холодной воды по предприятию:** в 2013 году потребление холодной воды на 1 кг, выпускаемой продукции составило 6,6 литров (в 2012 году 4 литра), целевой показатель достигнут, так как норма, установленная членами группы Системы экологического менеджмента составляет 7,9 литров;

5) **Снижение потребления горячей воды по предприятию**: в 2013 году уровень потребления горячей воды увеличился с 0,88 литров (2012 год) до 2,34 литров на 1 кг выпускаемой продукции, целевой показатель достигнут, норма, установленная членами группы Системы экологического менеджмента составляет 2,5 литров;

6) **Снижение потребления электроэнергии:** в 2013 году уровень потребления электроэнергии 0,9 кВт/ч на 1 кг выпускаемой продукции (в 2012 г. – 0,88 кВт/ч), Целевой показатель не достигнут, норма, установленная членами группы Системы экологического менеджмента составляет 0,85 кВт/ч;

7) **Отсутствие штрафов, исков, наложенных государственными контролирующими органами за нарушение нормативных экологических требований и ущерб окружающей среде**: Целевой показатель достигнут;

8) **Доведение информации до заинтересованных сторон:** информация регулярно обновляется на стендах офиса и сайте компании;

9) **Пропаганда охраны окружающей среды:** предоставлен Социальный отчет по итогам 2013 года в Бюро Глобального договора ООН (анализ деятельности компании для достижения экономической, экологической и социальной результативности). С целью пропаганды охраны окружающей среды распространена информация сотрудникам компании о проведении Всемирного дня охраны окружающей среды, Международного дня охраны озонового слоя, Международного дня без автомобилей.

В соответствии с Политикой компании в области экологии проводится пропаганда охраны окружающей среды среди сотрудников:

- Доведение до персонала и посетителей компании информации по выполнению Целей в области экологии путем размещения на стенде в фойе офисного здания «Наш путь к совершенству»;
- Распространение экологической листовки для потребителей по правильной утилизации упаковочных материалов;
- Распространение информации внутри компании о проведении международных акциях по защите и охране окружающей среды, например, международный час земли (акция по выключению света и электроприборов на 1 час), всемирный день защиты животных и др.;
- Размещение Политики в области экологии, производственной безопасности и здоровья компании на сайте компании (www.becker.kz).

С 2004 года Компания активно занимается проблемой снижения негативного влияния своей деятельности на окружающую среду. Компания не оказывает воздействия на охраняемые природные территории (заказники, национальные парки и т.д.), поскольку находится в центре города. Деятельность предприятия не наносит непоправимого ущерба окружающей среде. Но расположение производственного предприятия практически в центре современного города накладывает на компанию дополнительные обязательства.

При эксплуатации площади административно-производственного комплекса в атмосферу выбрасывается 26 ингредиентов/источников выделения загрязняющих веществ. Анализ расчета рассеивания показал, что в жилой зоне и на границе санитарно-защитной зоны промышленной площадки максимальные концентрации в приземном слое атмосферы от источников

загрязнения производственного комплекса не превышают предельно-допустимых концентраций для населенных мест и не оказывает отрицательного влияния на окружающую среду.

Для поддержания озеленения городских улиц во дворе Компании и близлежащей территории высаживаются деревья, кустарники, цветы, за которыми осуществляется ежедневный уход и полив персоналом компании. Озеленение в пределах площадки составляет 306 м^2: 17 елей - высота 3,5-4 м (13-16 лет); туя - 16 шт. (10-13 лет), многочисленные цветники. На прилегающей территории с северной и восточной сторон посажены деревья и кустарники на площади 150м^2: дуб черешчатый - 22 шт. (возраст 6 лет, d = 0,01 м); кустарник спирея - 18 шт. Общая площадь озеленения - 456 м^2, что составляет 5,9 % от площади, занимаемой комплексом.

Ежегодно в рамках Экологической программы на территории участка по подготовке сырья сотрудниками компании высаживаются плодовые деревья. За период с 2006 г. было посажено 450 саженцев.

В целях снижения объемов твердых бытовых отходов в компании внедрена культура раздельного сбора мусора, т.е. металлические, пластиковые, стеклотара и бумажная тара хранятся в отдельных контейнерах, что дает возможность сдавать их на последующую переработку. Твердые бытовые отходы по мере образования отгружаются на полигон.

Снижение шумовых характеристик до допустимого уровня достигается следующими мероприятиями:

- оборудование с повышенным уровнем шума размещено в закрытых помещениях;
- применяются вентиляторы с пониженным числом оборотов рабочего колеса;
- установлены виброосные вентиляторы;
- в напорных воздуховодах установлены шумоглушители;
- выполнена звукоизоляция вентиляционных камер и воздуховодов;
- воздуховоды присоединены с помощью гибких вставок;
- для снижения шумовых звуков работы компрессоров смонтированы и установлены шумозащитные экраны (конструкции с повышенными характеристиками звукопоглощения);
- Инженером-экологом компании ежемесячно проводятся замеры шума с помощью шумомера TESTO-816.

Для снижения показателей шумового загрязнения, которое негативно влияет на жителей соседнего дома, осуществляются следующие мероприятия:

- сотрудниками компании соблюдается дисциплина на территории предприятия, особенно в ночное время;
- запрещено оставлять автомашины с работающим двигателем на территории предприятия, подавать звуковые сигналы и др.
- осуществляется контроль за техническим состоянием оборудования, своевременная замена подшипников вентиляторов, отключение вентиляторов в прачечной в ночное время, смазка тележек, содержание в технически исправном состоянии парка автомобилей.

Для сравнения, до внедрения Системы экологического менеджмента, показатели шума составляли 68 ДБа, в 2013 году при контрольных замерах уровня производственных шумов этот показатель находится на уровне 56 ДБа.

В соответствии с Политикой ТОО «Беккер и К», большое внимание уделяется обучению персонала и изучению опыта передовых стран в области природоохранной деятельности. Проводится внутреннее обучение вновь назначенных руководителей подразделений и принятых сотрудников компании основным положениям системы экологического менеджмента.

На предприятии разработано пособие для персонала «Интегрированная система менеджмента нашей компании», в которой описаны основные положения системы экологического менеджмента.

В рамках соблюдения требований международного стандарта ISO 14001:2004 по готовности к аварийным ситуациям и чрезвычайным ситуациям, проводятся теоретическое обучение и практические тренировки для персонала компании. В 2013 году в соответствии с утвержденными планами проведены следующие мероприятия:

- Проведено внешнее обучение по Гражданской обороне и Чрезвычайным ситуациям сотрудников компании, входящих в состав Штаба Гражданской обороны;
- Командир команды связи и оповещения Штаба ГО прошел обучение по ГО и ЧС;
- Проведены сейсмо тренировка и селе тренировка;
- Обновлена информация на стендах по ГО, пожарной безопасности и безопасности труда.

В рабочих инструкциях, в которых описаны операции, связанные со значительными экологическими аспектами, в отдельном разделе «Требования по экологии» конкретизированы действия сотрудников в этой области.

Контроль качества продукции

Современный уровень решения вопросов качества обеспечивается за счет применения системного подхода к менеджменту, внедрения новых технологий, за счет непрерывного обучения персонала, создания морально-психологического климата, способствующего заинтересованности каждого в высоком качестве производимой продукции.

В соответствии с пунктом Политики компании **«Качество производимых товаров и оказываемых услуг – главный приоритет и основа успешной деятельности компании. Качество – выше нормы прибыли»**. ТОО «Беккер и К» в своей работе руководствуется международными стандартами ISO 9001:2008, ISO 22000:2005, нормативными документами по стандартизации и директивами ЕС по пищевой промышленности. Кроме того, Компанией разработана технологическая документация, содержащая требования к качеству различных видов продукции мясоперерабатывающего, хлебопекарного, кулинарного и пивного производства, а также производства продуктов общественного питания.

В соответствии с пунктом Политики ТОО «Беккер и К»: **«Качество экологически чистого сырья, получаемого от поставщиков, определяет качество производимой продукции. Качество сырья важнее его стоимости»**, все поступающие на предприятие сырье и материалы подлежат обязательному входному контролю. Так, например, входной контроль мясного сырья осуществляется закрепленным за компанией государственным ветеринарным инспектором и ветеринарными врачами компании.

Группа по безопасности пищевой продукции (Группа HACCP) Компании обладает комплексом многодисциплинарных знаний и опыта в разработке, внедрении и поддержании системы менеджмента безопасности пищевой продукции. Группа HACCP имеет опыт работы и знания в отношении продукции, процессов, оборудования и опасностей, угрожающих безопасности пищевой продукции.

Согласно требованиям МС ISO 9001:2008 и МС ISO 22000:2005, в Компании разработана Программа обязательных предварительных мероприятий, в соответствии с которой осуществляется мониторинг и измерение продукции и процессов производства на всех этапах жизненного цикла продукции. Кроме того, ежегодно разрабатывается и согласовывается с Бостандыкским отделением управления городского санитарно-эпидемиологического надзора рабочая программа по лабораторному контролю сырья и продукции.

Контроль качественных показателей, характеризующих потребительские свойства готовой продукции, осуществляется путем проведения дегустаций. Контроль физико-химических, микробиологических, токсикологических и других показателей безопасности сырья и продукции осуществляется по договорам с аккредитованными лабораториями ОАО «НаЦЭкС», АРФ РГКП «Республиканская ветеринарная лаборатория», ТОО «Нутритест», ТОО «Казэкспоаудит».

Производство продукции, с учетом валидации, идентификации и прослеживаемости, а также оценки и анализа процессов осуществляется в соответствии с документированными процедурами: Управление производством мясных изделий, Управление производством хлеба, хлебобулочных и мучных кондитерских изделий, Управление производством замороженных полуфабрикатов, Управление производством кулинарных изделий, Управление процессами в ресторане «Пруссия».

Вся производимая продукция проходит оценку с целью улучшения воздействия продукции на здоровье и безопасность на следующих стадиях жизненного цикла:

	Да	*Нет*
Разработка концепции продукции	✓	
Исследования и разработка	✓	
Сертификация	✓	
Производство	✓	
Маркетинг и продвижение	✓	
Хранение, распределение и снабжение	✓	
Использование и обслуживание	✓	
Утилизация, повторное использование или вторичная переработка	✓	

Маркировка всей выпускаемой ТОО «Беккер и К» продукции осуществляется в соответствии с Государственным стандартом Республики Казахстан СТ РК 1010-2008 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования». Данный стандарт в отношении информации о продукции/услуге и ее маркировке требует указания следующей информации:

	Да	*Нет*
Источники компонентов продукции или услуг	✓	
Состав, в особенности в отношении веществ, которые могут оказать воздействие на окружающую среду или общество	✓	
Безопасное использование продукции или услуги	✓	
Утилизация продукции и воздействие на окружающую среду/общество	✓	

В соответствии с требованиями МС ISO 9001:2008 и Руководством по интегрированной системе менеджмента, ТОО «Беккер и К» проявляет заботу о собственности потребителя, если она находится под управлением предприятия и используется им.

За отчетный период не было выявлено ни одного случая нарушения компанией законодательства и нормативных требований.

Взаимодействие с потребителями

Компания определяет требования к продукции с учетом установленных, законодательных и других обязательных требований, а также требований и пожеланий потребителей.

ТОО «Немецкий двор» в соответствии с договором о возмездном оказании услуг проводит маркетинговые исследования рынка, изучение требований потребителей и предоставляет анализ ТОО «Беккер и К».

Связь с потребителями осуществляется по вопросам, касающимся информации о продукции, о правильном способе обращения и утилизации упаковки, прохождению запроса, контракта или заказа, обратной связи от потребителей, включая предложения и замечания (жалобы).

Обратная связь с потребителями налажена, в основном, благодаря расширенной системе продаж ТОО «Немецкий двор». Это позволяет своевременно получать информацию от потребителей и оперативно на нее реагировать. ТОО «Беккер и К» совместно с ТОО «Немецкий двор» осуществляет проектирование и разработку продукции на основе планирования в соответствии с положением «Управление ассортиментом продукции».

Концепция маркетинга ТОО «Беккер и К» исходит из того, что наиболее важной отправной точкой в поиске новых идей являются нужды и желания потребителей.

Маркетинговая политика ТОО «Беккер и К»:

- ***честь - выше прибыли!***
- ***сосредоточься на своем потребителе! не разбрасывайся!***
- ***знай, что хочет твой потребитель, и делай это лучше других!***
- ***ищи и создавай новые потребности!***
- ***держи ассортимент настолько большим, насколько это необходимо, и настолько маленьким, насколько это возможно!***
- ***поддерживай детский ассортимент! Вкус детства – это навсегда!***
- ***обращайся с каждым покупателем, как с самым важным клиентом!***

Ответственными за взаимодействие с потребителями являются отдел маркетинга, отдел рекламы, отдел продаж и отдел контроля ТОО «Немецкий двор», которые осуществляют свою деятельность в соответствии с Законами Республики Казахстан «О рекламе», «О регулировании торговой деятельности», «О средствах массовой информации».

Обратная связь с потребителем осуществляется посредством:

- нанесения адреса и телефона «горячей линии» (телефон отдела продаж) на продукцию (колбасную оболочку), этикетку, автотранспорт, буклеты, листовки, и на прочую рекламную продукцию;
- получения предложений (жалоб) потребителей;
- информации, полученной отделом маркетинга, отделом контроля из почтовых ящиков для потребителей, установленных в фирменных торговых точках и супермаркетах;
- опросов и анкетирования потребителей;
- проведения промоушн, рекламных акций, выставок и дегустаций;
- средств массовой информации;
- информационных буклетов и листовок.

Анкетирование потребителей проводится отделом маркетинга ТОО «Немецкий двор» два раза в год. Результаты анкетирования доводятся до всех производственных подразделений ТОО «Беккер и К» для проведения ими предупреждающих и корректирующих действий.

Предложения и замечания (жалобы) потребителей регистрируют в «Журнале регистрации замечаний и предложений (жалоб) потребителей» в отделе маркетинга, отделе продаж. Руководители структурных подразделений ежедневно проводят оценку предложений и замечаний потребителей и принимают соответствующие меры, о которых оповещается потребитель. Также вся информация ежемесячно анализируется отделом маркетинга. Результаты мониторинга удовлетворенности потребителей рассматриваются на Координационном совете.

Для изучения покупательского спроса и потребительских свойств продукции регулярно в Компании и крупных торговых точках проводятся дегустации, на которых каждый может выразить своё мнение о продукции. Пожелания, отмеченные в ходе дегустации, анализируются и реализуются в процессе совершенствования технологических процессов.

Для стимулирования продвижения новых видов продукции в гипер- и супермаркетах г. Алматы и Астаны компанией регулярно проводятся промоакции, где менеджеры компании знакомят покупателей с отличительными особенностями, вкусовыми качествами и пищевой ценностью продукции.

Перед заключением договора на поставку продукции менеджеры отдела продаж изучают потребности клиентов, условия поставки продукции, оплаты, дополнительные требования, которые выдвигает потребитель. Все данные фиксируются в «Журнале регистрации переговоров с потенциальными потребителями» и подвергаются анализу.

Компания придаёт важное значение предпродажному обслуживанию покупателей. Специалисты отдела маркетинга, технологического отдела проводят обучение торгового персонала крупных гипер- и супермаркетов, поваров ресторанов г. Алматы особенностям технологии, условиям хранения и производства, качественным характеристикам поставляемой продукции, дают рекомендации и консультации по мерчендайзингу и возможном использовании продукции в приготовлении различных блюд.

Для удобства покупателей и клиентов в компании организована круглосуточная диспетчерская служба. Это даёт возможность каждому потребителю в любое время суток высказать свои пожелания и замечания и сделать заявку на продукцию.

За 2013 год не было выявлено ни одного случая нарушения нормативных требований, касающихся маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, продвижение продукции и спонсорство, случаев нарушения законодательства и нормативных требований, касающихся предоставления и использования продукции и услуг; обоснованных жалоб, касающихся нарушения частной жизни потребителя и утери данных о потребителях.

Участие в благотворительных и социальных проектах, оказание спонсорской поддержки

Руководство Компании считает важным направлением своей деятельности участие в социальных программах общества (благотворительная помощь малоимущим слоям населения, инвалидам, спонсорская помощь).

На протяжении нескольких лет мы оказываем регулярную поддержку:

- детскому дому № 2;
- областному детскому дому № 1;
- семейному детскому дому Купкиных г. Талгар;
- алматинскому дому-интернату для инвалидов и психохроников.

Данным учреждениям предоставляются продукты питания для организации праздничных столов, одежда для детей, печное топливо, оказывается помощь на медицинское обслуживание.

Ежегодно оказывается помощь:

- участникам Сталинградской битвы - к годовщине со дня победы в Сталинградском сражении;
- алматинской городской организации блокадников - ко Дню освобождения г. Ленинграда;
- добровольному обществу инвалидов войны в Афганистане - в организации проведения поминальных обедов погибшим воинам;
- ветеранам Великой Отечественной войны, проживающим в Бостандыкском районе - к празднику Победы, весенним праздникам, Новому году;
- казахстанскому обществу слепых;
- Параскевинскому приходу - на строительство храма и проведение церковных праздников.

Всего в 2013 году оказана благотворительная и спонсорская помощь на 9 млн. тенге.

Участие во внешних инициативах

Представители высшего руководства компании выступают с докладами на республиканских, межгосударственных и международных совещаниях, конференциях, конгрессах по вопросам качества. Предприятие неоднократно спонсировало подобные мероприятия. ТОО «Беккер и К» является спонсором ежегодного Алматинского международного форума по качеству, членом Ассоциации лидеров качества Казахстана.

Кроме того, ТОО «Беккер и К» постоянно участвует в анкетировании, проводимом Национальным Банком, Институтом экономических исследований, Министерством сельского хозяйства, Аппаратом Акима Бостандыкского района и предоставляет необходимые статистические данные, связанные с финансово-хозяйственной деятельностью Компании.

Хорошей традицией стало ежегодное проведение Праздника пива, который посещают более 750 гостей, в том числе клиенты Компании, поставщики, любители пива и продукции «Беккер и К». У каждого желающего есть возможность окунуться в атмосферу немецкого праздника, где главный «виновник торжества» - янтарное пиво «Becker Bier». Светлое, темное, не фильтрованное пиво глубокой выдержки (60 дней) - более трех тонн готовится специально для праздника. Гостям праздника предлагаются традиционные немецкие блюда, интересные холодные закуски, изысканные мясные деликатесы, разнообразные немецкие жареные колбаски, копчености, свиные и бараньи ребрышки и, конечно же, неизменные шашлыки, а также развлекательная шоу-программа с участием известных казахстанских музыкантов, шоу-групп. Заканчивается Праздник пива грандиозным фейерверком. Покидая, праздник каждый из гостей, получает памятные сувениры и подарки.

Взаимодействие с обществом

Директор по качеству ТОО «Беккер и К» является **экспертом Технического комитета** по мясной и перерабатывающей промышленности при Министерстве индустрии и новых технологий Республики Казахстан.

Представители высшего руководства компании принимали активное **участие в разработке технических регламентов Таможенного союза**, в частности «О безопасности пищевой продукции», «О безопасности мяса и мясной продукции».

Кроме того, специалисты компании **являются разработчиками СТ РК 1035** «Колбасные изделия вареные. Общие технические условия».

Для получения объективной оценки качества выпускаемой продукции Компания проводит расширенные дегустации с привлечением специалистов государственных органов, ученых ЗАО «Казахская академия питания», КазНИИ пищевой промышленности и других. Так, на последней

расширенной дегустации с привлечением специалистов Управления санитарно-эпидемиологического надзора, **в марте 2013 года**, было высказано единогласное мнение о высоком качестве выпускаемой ТОО «Беккер и К» продукции, о соответствии ее всем законодательным актам Республики Казахстан и, самое главное, требованиям потребителей. Также было отмечено, что на сегодняшний день ТОО «Беккер и К» является лидером по выпуску продукции высокого качества в Казахстане.

Также в ходе экскурсии по производству, организованной для участников расширенной дегустации, была дана высокая оценка состоянию производства и действующей на предприятии интегрированной системе менеджмента.

Лидеры ТОО «Беккер и К» всегда открыты для обмена опытом и передачи знаний партнерам, потребителям и представителям общества. В семинарах по менеджменту качества, пищевой безопасности, проводимых на территории компании, принимают участие представители компаний-партнеров, государственных организаций.

Корпоративное управление

На протяжении всего периода своей деятельности Компания стремилась в своей работе следовать высоким этическим стандартам. Соблюдение этих стандартов важно сегодня, в условиях быстро меняющегося делового мира, и Компания делает все для того, чтобы сохранить свою хорошую репутацию.

В Компании действует Кодекс корпоративного поведения, данный Кодекс поведения описывает обязательства компании по обеспечению соблюдения этических принципов во всех областях деятельности компании и служит руководством для персонала при сотрудничестве и взаимодействии с потребителями, деловыми партнерами, коллегами и членами общества.

Кодекс содержит следующие разделы:

- Взаимодействие с сотрудниками
- Взаимодействие с потребителями и поставщиками
- Взаимодействие с общественностью
- Качество продукции и услуг
- Охрана окружающей среды
- Курение на территории компании
- Ресурсы компании
- Внешний вид сотрудников компании
- Рабочее место
- Стандарты телефонного разговора
- Общение с посетителями на территории компании
- Ведение документации
- Обязанности сотрудников
- Правила поведения в конфликтных ситуациях

Организационную структуру Компании см. в **Приложении 2**.

Таблица №30. Сведения о ключевых руководителях.

Ф.И.О. руководителя	Занимаемая должность в Компании, дата назначения
Абдикадирова Акнура Аппазовна	Генеральный директор – 01.12.2011 года
Штоппель Андрей Александрович	Директор по производству - кулинарных изделий – 10.03.2011 года
Бельфер Елена Анатольевна	Главный Бухгалтер – 09.01.2012 года
Куницина Лариса Александровна	Финансовый директор –08.10.2013 года

Ф.И.О. руководителя	Занимаемая должность в Компании, дата назначения
Липинская Светлана Вениаминовна	Коммерческий директор – 06.01.2014 года
Якуби Ирина Сергеевна	Начальник юридического отдела – 28.10.1999 года
Ан-Ярош Ирина Васильевна	Директор по качеству – 07.03.2007 года
Калиева Насима Махмутовна	Директор по хлебопекарному и кондитерскому производству – 01.03.2011 года
Скляров Александр Сергеевич	Начальник планово-экономического отдела – 01.10.1999 года

Высшим органом управления Компании являются Участники товарищества с ограниченной ответственностью. Наблюдательным органом является Наблюдательный совет, единоличным исполнительным органом является Генеральный директор, который подотчетен участникам и организует выполнение его решений.

Участниками ТОО «Беккер и К.» являются ТОО «Mavanti Holding» – 99,99% и Мирханов Б.Б. – 0,01%. Единственным 100% участником ТОО «Немецкий двор» является ТОО «Беккер и К.».

Существенных сделок с долями участия в уставном капитале и изменений в составе участников в 2013 году не было.

Таблица №31. Члены Наблюдательного совета.

ФИО, год рождения члена Наблюдательного совета	Занимаемые должности в настоящее время и за последние 3 года, с указанием сферы деятельности	Доли участия в ТОО «Беккер и К» и ее дочерних/зависимых орг-х
Сексенбаев Берикказы Толеубекович, 1967 г.р.	Председатель НС с января 2014 года, приступил к полномочиям с марта 2014 года Член исполкома Азиатской федерации хоккея на траве с января 2011 года по настоящее время Член совета директоров АО «Казахстан Финсервис» с июня 2010 года по настоящее время Вице-Президент Федерации хоккея на траве с января 2008 года по настоящее время	-
Шадиев Махмуд Фазилович, 1978 г.р.	Член НС с января 2014 года, приступил к полномочиям с марта 2014 года Генеральный директор ТОО «Немецкий двор» с июня 2011 года по настоящее время Председатель Правления АО «ИФГ КОНТИНЕНТ» август 2009-июнь 2011	-
Букенов Кайрат Ахмадиевич,1952 г.р.	Независимый член НС с января 2014 года, приступил к полномочиям с марта 2014 года	-

Таблица №32. Исполнительный орган (единоличный).

ФИО, год рождения члена исполнительного органа эмитента	Занимаемые должности в настоящее время и за последние 3 года, с указанием сферы деятельности	Доли участия в ТОО «Беккер и К» и ее дочерних/зависимых орг-х
Абдикадирова Акнура Аппазовна, 1974 г.р	Генеральный директор ТОО «БЕККЕР и К» с 01.12.2011г. по настоящее время Директор административного департамента, член Правления АО «ИФГ КОНТИНЕНТ» декабрь 2009-декабрь 2011	-

Информационная политика в отношении существующих и потенциальных инвесторов нацелена на формирование открытого и прозрачного диалога между ТОО «Беккер и К» и всеми лицами, задействованными в работе Компании, с предоставлением честной и достоверной информации о показателях финансовой и операционной эффективности. Задача Компании заключается в том, чтобы обеспечить своевременную обработку всех обращений, которые поступают к нам от заинтересованных лиц, и создать Компании имидж контактной и отзывчивой организации, быстро реагирующей на запросы, как текущих, так и будущих потенциальных партнеров.

В Компании постоянно совершенствуется система взаимодействия с обществом, благодаря которой заинтересованное лицо может задать свой вопрос и получить необходимую консультацию любым удобным для него способом (посредством письменного или устного обращения и/или по электронной почте).

Структура обращений и их пожеланий подвергается регулярному анализу, на основе которого совершенствуются действующие и появляются новые каналы связи. Компания информирует инвесторов обо всех значимых новостях и планируемых мероприятиях через корпоративный сайт и сайт организаторов торгов.

Аудиторский отчет

Таблица №33. Консолидированный отчет о финансовом положении по состоянию на 31 декабря 2013 года

В тыс. тенге	**31 декабря 2013 года**	31 декабря 2012 года (пересчитано)	1 января 2012 года (пересчитано)
АКТИВЫ			
Долгосрочные активы			
Основные средства	**1,877,708**	2,070,188	2,061,433
Инвестиционная недвижимость	**61,080**	–	–
Нематериальные активы	**25,559**	3,304	5,524
Займы выданные	**3,278,538**	2,779,531	1,878,923
Прочие долгосрочные активы	**32,118**	30,468	–
Актив по отложенному корпоративному подоходному налогу	**5,857**	21,124	–
	5,280,860	4,904,615	3,945,880
Краткосрочные активы			
Торговая и прочая дебиторская задолженность	**125,074**	129,103	33,574
Товарно-материальные запасы	**580,212**	620,818	560,191
Предоплата по корпоративному подоходному налогу	**54,739**	3,005	32,584
Авансы выданные	**161,942**	186,032	93,183
Займы выданные	**414,213**	195,198	600
Инвестиции, имеющиеся в наличии для продажи	**4,560**	6,140	90,395

Денежные средства и их эквиваленты	**112,614**	147,593	213,653
Прочие текущие активы	**10,311**	12,121	11,205
	1,463,665	1,300,010	1,035,385
ИТОГО АКТИВЫ	**6,744,525**	6,204,625	4,981,265
КАПИТАЛ			
Уставный капитал	**1,146,250**	1,146,250	1,146,250
Нераспределенная прибыль	**2,422,914**	1,885,402	1,697,419
	3,569,164	3,031,652	2,843,669
Долгосрочные обязательства			
Обязательства по отложенному корпоративному подоходному налогу	**226,575**	229,654	251,774
Выпущенные долговые ценные бумаги	**1,444,262**	1,437,786	1,425,884
	1,670,837	1,667,440	1,677,658
Краткосрочные обязательства			
Торговая кредиторская задолженность	**879,060**	578,395	154,114
Резервы	**64,981**	106,731	69,605
Авансы полученные	**28,861**	102,299	8,497
Задолженность по оплате труда	**47,373**	57,112	45,199
Выпущенные долговые ценные бумаги	**61,167**	61,167	61,167
Займы	**344,170**	510,282	62,000
Корпоративный подоходный налог к уплате	**–**	13,003	–
Прочие налоги к уплате	**63,866**	46,661	35,383
Прочие текущие обязательства	**15,046**	29,883	23,973
	1,504,524	1,505,533	459,938
ИТОГО КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	**6,744,525**	6,204,625	4,981,265

Таблица №34. Консолидированный отчет о прибыли и прочем совокупном убытке за год, закончившийся 31 декабря 2013 года

В тыс. тенге	**2013 год**	2012 год (пересчитано)
Выручка	**7,453,118**	7,768,888
Себестоимость	**(5,073,235)**	(5,577,171)
Валовая прибыль	**2,379,883**	2,191,717
Расходы по реализации	**(950,121)**	(1,025,510)
Общие и административные расходы	**(942,442)**	(1,017,324)
Финансовые доходы	**378,305**	269,229
Финансовые расходы	**(266,500)**	(187,606)
Положительная курсовая разница, нетто	**15**	2,495
Прочие операционные расходы	**(7,063)**	(8,426)
Прочие операционные доходы	**214,862**	224,459
Прибыль от операционной деятельности до учета корпоративного подоходного налога	**806,939**	449,034
Расходы по корпоративному подоходному налогу	**(51,238)**	(46,776)
Итого прибыль за год	**755,701**	402,258
Убыток от обесценения инвестиций, имеющихся в наличии для продажи	**(1,580)**	(4,260)
Итого совокупный доход за год	**754,121**	397,998

Таблица №35. Консолидированный отчет об изменениях капитала за год, закончившийся 31 декабря 2013 года

В тыс. тенге	Уставный капитал	Нераспределенная прибыль	Итого
На 1 января 2012 года	**1,146,250**	**1,697,419**	**2,843,669**
Прибыль за год	—	*402,258*	***402,258***
Прочий совокупный убыток за год	—	*(4,260)*	***(4,260)***
Итого совокупный доход за год	—	397,998	**397,998**
Распределение - корректировка займа до справедливой стоимости	—	(210,015)	**(210,015)**
На 31 декабря 2012года	**1,146,250**	**1,885,402**	**3,031,652**
Прибыль за год	—	*755,701*	***755,701***
Прочий совокупный убыток за год	—	*(1,580)*	***(1,580)***
Итого совокупный доход за год	—	754,121	**754,121**
Распределение - корректировка займа до справедливой стоимости	—	(190,045)	**(190,045)**
Распределение - прочее	—	(26,564)	**(26,564)**
На 31 декабря 2013 года	**1,146,250**	**2,422,914**	**3,569,164**

Таблица №36. Консолидированный отчет о движении денежных средств за год, закончившийся 31 декабря 2013 года

В тыс. тенге	2013 год	2012 год
ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:		
Прибыль до налогообложения	**806,939**	449,034
Корректировки на:		
Износ и амортизацию	**200,278**	204,485
Финансовые доходы	**(378,305)**	(269,229)
Финансовые расходы	**266,500**	187,606
Резерв по сомнительным долгам	**10,711**	**–**
(Восстановление)/ резерв по неиспользованным отпускам	**(41,750)**	41,722
Прибыль от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	**864,373**	613,618
Изменения в оборотном капитале:		
Изменения в торговой дебиторской задолженности	**(336,316)**	(95,529)
Изменения в товарно-материальных запасах	**38,956**	(91,095)
Изменения в авансах выданных	**24,090**	(92,849)
Изменения в прочих текущих активах	**(12,682)**	(916)
Изменения в торговой кредиторской задолженности	**171,765**	424,281
Изменения в авансах полученных	**(73,438)**	93,802
Изменение в задолженности по оплате труда	**(9,739)**	11,913
Изменения в прочих налогах к уплате	**17,205**	11,278
Изменение в прочих текущих обязательствах	**(14,837)**	1,314
Отток денежных средств от операционной деятельности	**669,377**	875,817
Проценты уплаченные	**(192,903)**	(174,507)
Корпоративный подоходный налог уплаченный	**(103,787)**	(47,438)
Чистый приток денежных средств от операционной деятельности	**372,687**	653,872
ДЕНЕЖНЫЕ ПОТОКИ ОТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:		
Приобретение основных средств	**(66,474)**	(210,519)
Поступления от реализации основных средств	**7,483**	1,504
Приобретение нематериальных активов	**(32,254)**	(2,005)

Поступления от реализации нематериальных активов	**112**	–
Поступления от реализации ценных бумаг	**–**	78,619
Чистое движение денежных средств, использованных в инвестиционной деятельности	**(91,133)**	(132,401)
ДЕНЕЖНЫЕ ПОТОКИ ОТ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:		
Займы, выданные учредителю	**(424,450)**	(841,075)
Погашение займа учредителем	**150,000**	–
Прочие займы выданные	**(23,270)**	(309,161)
Поступления от погашения прочих займов выданных	**32,771**	114,563
Прочее распределение учредителю	**(26,564)**	–
Поступления от размещения долговых ценных бумаг	**–**	3,200
Погашение долговых ценных бумаг	**(3,200)**	–
Погашение займов	**(4,079,034)**	(2,411,058)
Поступление займов	**4,057,214**	2,856,000
Чистое движение денежных средств, использованных в финансовой деятельности	**(316,533)**	(587,531)
Чистое увеличение в денежных средствах и их эквивалентах	**(34,979)**	(66,060)
Денежные средства и их эквиваленты на начало года	**147,593**	213,653
Денежные средства и их эквиваленты на конец года	**112,614**	147,593

Основные цели и задачи на 2014 год

Цели на 2014 год:

- Увеличить торговый оборот компании на 30% за счет расширения торговой сети и открытия 8 новых супермаркетов. За 1-ое полугодие открыто 6 новых супермаркетов. Оборот компании за 1-ое полугодие увеличился уже на 11%.
- Увеличить торговый оборот товаров не собственного производства в 2 раза за счет открытия новых супермаркетов. Оборот по сопутствующим товарам за первое полугодие увеличили на 62%.

Для достижение Целей Компании требуется выполнение следующих **Задач**:

- Приобретение новых автомобилей в количестве 10 шт. В первом полугодии приобретено 6 новых автомобилей для доставки основной продукции.
- Расширение производственных мощностей производственного комплекса за счет обновления технологического оборудования и создания новых производственных мощностей для производства замороженных полуфабрикатов. Произвели монтаж нового морозильного и холодильного агрегата в производственном комплексе. Приобретена новая ротационная печь, тележки для морозильного агрегата, печные тележки, мукопросеиватель с магнитоуловителем, тестомес на 40 кг, аппарат для нанесения смазки для форм, противни плоские и профильные.
- Повысить производительность кулинарии за счет приобретения дополнительного оборудования.
- Произвести замену холодильного агрегата для хранения вторичного сырья на складе готовой продукции. Произведен монтаж новой холодильной камеры на месте старой.
- Обновить оборотную тару для всех производственных подразделений. Произведен закуп оборотной тары для всех подразделений.
- Расширить торговую площадь Супермаркета №1. Ведется строительство дополнительной торговой площади рядом с супермаркетом №1, срок сдачи июль 2014 года.

На сегодняшний день открыто 13 супермаркетов, планируется открытие еще 2 –х в г. Алматы и расширение супермаркета №1 на Розыбакиева, 95.

См. Приложение 5 «Цели компании на 2014 год» в области ISO.

КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ

Зарегистрированный офис Компании
ТОО «Беккер и К»
ул. Розыбакиева, 95,
Алматы, 050046,
Республика Казахстан
Тел.: +7 (727) 3920165
Факс: +7 (727) 3920166

Связь с общественностью
Марина Лебедева
Тел.: +7 (727) 3920208
e-mail: lebedeva.m@becker.kz

Связь с инвесторами
запросы институциональных
инвесторов - Елена Салоп
Тел.: +7 (727) 3920180
email: salop.e@becker.kz

запросы иностранных
инвесторов – Баян Байтемирова
Тел.: +7 (727) 3920165, вн.345
email: baitemirova.b@becker.kz

Аудиторы
ТОО «Grant Thornton»
пр. Аль-Фараби, 13,
Бизнес Центр "Нурлы Тау", 1В, офис 701
г. Алматы, 050059,
Республика Казахстан
Тел.: +7 (727) 311 13 40
Факс: +7 (727) 311 13 41

Регистратор
АО " Единый регистратор ценных бумаг "
пр. Абылай хана, 141
Алматы, РК,
Тел.: +7 (727) 272 47 60

Приложение 1

МИССИЯ

СОХРАНИТЬ ТРАДИЦИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

ВИДЕНИЕ

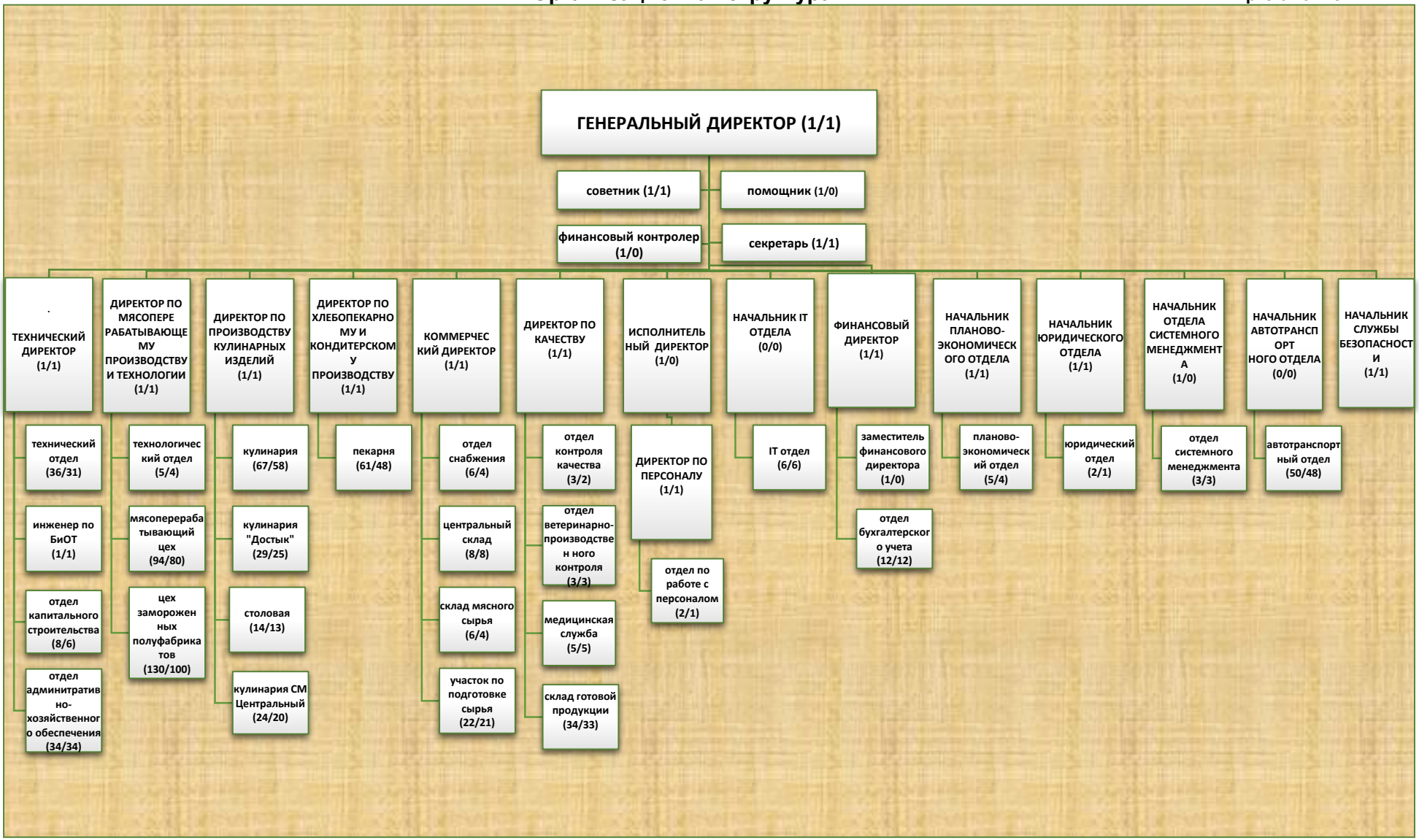
СТАТЬ ЛИДЕРОМ В ЦЕНТРАЛЬНО-АЗИАТСКОМ РЕГИОНЕ ПО ПРОИЗВОДСТВУ И РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

ЦЕННОСТИ

ЛИДЕРСТВО	ВОВЛЕЧЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ	СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ	НЕПРЕРЫВНОЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ	КАЧЕСТВО ПРОИЗВОДИМЫХ ТОВАРОВ И ОКАЗЫВАМЫХ УСЛУГ
ПОЛИТИКА				
Руководитель должен быть лидером в своем коллективе ***(Принцип №2 ISO 9000)***	Отношения в компании основываются на **доверии, уважении, взаимопонимании и взаимопомощи** ***(Принцип №3 ISO 9000)***	**Социальная ответственность** начинается с выполнения налоговых обязательств ***(Принципы №7,8 ISO 9000)***	**Менеджмент процессов** должен быть системным. Системность не должна быть барьером для постоянного совершенствования ***(Принципы №5,6 ISO 9000)***	**Требования к качеству** определяются потребностями и ожиданиями потребителя и вековыми традициями потребления натуральных продуктов ***(Принцип №1 ISO 9000)***
Лидер является примером приверженности ценностям и этическим нормам компании ***(Принцип №2 ISO 9000)***	**Качество работы** зависит от вовлеченности сотрудников в рабочий процесс. **Командная работа –** инструмент для сближения и сотрудничества ***(Принцип №3 ISO 9000)***	Компания выстраивает с потребителями, поставщиками, сотрудниками, высшим руководством, собственниками и обществом взаимовыгодные **отношения, основанные на доверии** ***(Принцип №8 ISO 9000)***	**Все процессы в компании взаимосвязаны.** Каждый процесс является важной составляющей единого неразрывного процесса деятельности компании. Второстепенных процессов нет ***(Принципы №4,6 ISO 9000)***	**Качество** начинается с внутренней самодисциплины, чистой и опрятной рабочей формы, ежесекундного поддержания в чистоте территории, помещений, рабочего места и инструмента. **Чистота** – фирменный знак компании ***(Принцип №6 ISO 9000)***
Лидер вдохновляет сотрудников и признает их вклад в достижении успеха компании ***(Принцип №2 ISO 9000)***	**Основа улучшения качества** – постоянное обучение и самообучение сотрудников. Компания поощряет стремление к развитию ***(Принцип №3 ISO 9000)***	**Деятельность компании** направлена на улучшение качества жизни сотрудников и их семей, местного сообщества и общества в целом ***(Принципы № 7,8 ISO 9000)***	**Все решения в компании** принимаются на основе системного анализа, основанного на фактах. Всегда принимай честное решение ***(Принцип №7 ISO 9000)***	**Качество экологически чистого сырья,** получаемого от поставщиков, определяет качество производимой продукции. **Качество** сырья важнее его стоимости ***(Принцип №8 ISO 9000)***
Лидер содействует профессиональной самореализации сотрудников и формированию новых лидеров ***(Принцип №2 ISO 9000)***	**Индивидуальные цели** сотрудников направлены на достижение целей компании ***(Принцип №3 ISO 9000)***	**Компания, осознавая свою ответственность за здоровье будущих поколений,** стремится выпускать экологически чистую продукцию и осуществлять деятельность таким образом, чтобы защищать окружающую среду и предотвращать негативное влияние на нее ***(Принцип №6 ISO 9000)***	Все процессы в компании подвержены **изменениям.** Понимание и снижение **причин изменений** – ключ к успеху ***(Принципы №4,6 ISO 9000)***	**Основа системы качества –** обязательное соблюдение требований законодательства и нормативных документов компании ***(Принцип №5 ISO 9000)***
			Цель непрерывного совершенствования – исключение операций, не создающих ценности для потребителя ***(Принцип №6 ISO 9000)***	**Основа гарантии качества** – своевременная профилактика систем ***(Принцип №5 ISO 9000)***
				Качество производимых товаров и оказываемых услуг – главный приоритет и основа успешной деятельности компании. **Качество** – выше нормы прибыли ***(Принцип №1 ISO 9000)***

Организационная структура

Приложение 2



Приложение 3

Анализ достижения целей Компании за 2013 год

№ п/п	Цели в области	Наименование Цели	Показатель Цели	Ответствен-ный	Факт 2012г.	Задача на 2013г.	Факт 2013г.	Отметка о достижении	Сильные/ слабые стороны	К/П действия*
1	ISO 22000	предотвращение выпуска опасной для здоровья пищевой продукции	процент рекламаций клиентов по категории «Безопасность продукции»	ДК, ДХКП, ДМПТ, ДПК	из 1698 – 21 рекламаций	минимизировать процент рекламаций клиентов	из 836 – 22 рекламаций	не достигнута	по сравнению с 2012г. – снижение процента рекламаций на 49,2% увеличение количества жалоб по категории «Безопасность продукции» (на 1 факт)	Цели компании на 2014г. План улучшения Системы HACCP на 2014г.
2	ISO 9001	повышение удовлетворённости клиентов качеством выпускаемой продукции	выпуск несоответствующей продукции	ДХКП, ДМПТ, ДПК	МЦ – 0,08 %	МЦ – не более 0,1 %	МЦ – 0,1 %	достигнута	по сравнению с 2012г. – увеличение выпуска н/с продукции на 0,02 %	Цели компании на 2014г.
					ЦЗ – 0,02 %	ЦЗ – не более 0,02 %	ЦЗ – 0,02 %	достигнута	по сравнению с 2012г. – процент выпуска н/с продукции не повысился	
					ПК – 0,7 %	ПК – снизить до 0,7 %	ПК – 0,54 %	достигнута	по сравнению с 2012г. – снижение выпуска н/с продукции на 0,16 %	
			процент рекламаций клиентов по категории «Потребительские свойства продукции»	ДХКП, ДМПТ, ДПК	из 1698 – 1316 рекламаций – 77,50%	минимизировать процент рекламаций клиентов	из 836 - 696 рекламаций 83,2%	достигнута	по сравнению с 2012г. – снижение процента рекламаций на 50,75 % по сравнению с 2012г. – снижение количества жалоб по категории «Потребительские свойства продукции» на 620 фактов	Цели компании на 2014г. План улучшения Системы HACCP на 2014г.
3	ISO 14000	снижение негативного воздействия на окружающую среду	количество ЗВ на 1 л сточных вод в общем сбросе	ТД	по жирам – 54,3 мг/л	по жирам – не более 25,0 мг/л (ПДК-25,0)	по жирам – 71,2 мг/л	не достигнута	по сравнению с 2012г. – превышение по жирам на 16,9 мг/л	Цели компании на 2014г. Экологическая программа на 2014г.
					по ХПК – 1103 мг/л	по ХПК – не более 500,0 мг/л (ПДК-900,0)	по ХПК – 278 мг/л	достигнута	по ХПК: превышений нет по сравнению с 2012г. – уменьшение по ХПК: в 3,97 раз	
					по БПК – 8,22 мг/л	по БПК – не более 300,0 мг/л (ПДК-425,0)	по БПК – 74 мг/л	достигнута	по БПК: превышений нет	
			уровень производственных шумов с западной стороны предприятия	ТД	57 дБа	не более 54 дБа	56 дБа	не достигнута	по сравнению с 2012 г. – уровень производственных шумов повысился на 2 дБа	План развития и поддержки основного производства на 2014г.

№ п/п	Цели в области	Наименование Цели	Показатель Цели	Ответствен-ный	Факт 2012г.	Задача на 2013г.	Факт 2013г.	Отметка о достижении	Сильные/ слабые стороны	К/П действия*
			расход холодной воды на 1 кг выпускаемой продукции	ТД	4,0 л	не более 7,9 л	6,67 л	достигнута	по расходу холодной воды превышений нет	
			расход горячей воды на 1 кг выпускаемой продукции	ТД	0,88 л	не более 2,5 л	2,34 л	достигнута	по расходу горячей воды превышений нет	Цели компании на 2014г. Экологическая программа на 2014г.
			расход электроэнергии на 1 кг выпускаемой продукции	ТД	0,82 кВт/ч	не более 0,85 кВт/ч	0,9 кВт/ч	не достигнута	по поставленной задачей на 2013г. расход электроэнергии увеличился	
			количество ТБО на городском полигоне	ТД	374,4 т/год	не более 500 т/год (норма 524,8 т/год)	322 т/год	достигнута	по сравнению в 2012 г. – уменьшение количества ТБО на горполигоне на 52,4 т.	
									фактическое количество ТБО ниже нормы на 202,8 т/год	
			количество рекламаций жителей соседнего дома на запах со стороны предприятия	ТД	0	отсутствие рекламаций	0	достигнута	рекламаций со стороны жителей соседнего дома не поступало	
4	финансово-хозяйствен-ная деятель-ность	повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности	реализация продукции в денежном выражении	ДТС, ОМ	14,8 %	увеличить на 40 %	- 4%	не достигнута	по сравнению с 2012 г. – снижение реализации до 18,8 %	Цели компании на 2014г. Планируемые годовые и ежемесячные объемы реализации в натур. и денежном выражении в разрезе подразделений по ТОО «Немецкий двор»
			реализация продукции в натуральном выражении		4540,9 тонн	увеличить на 15 %	4125,1 тонн	не достигнута	по сравнению с 2012 г. – снижение реализации на 415,8 тонн	
			рентабельность продаж		3,6 %	увеличить до уровня не ниже 10 %	4,7%	не достигнута	по сравнению с 2012 г. – повышение рентабельности до 4,7 %	
			производительность труда на 1 сотрудника в час	ДХКП, ДМПТ, ДПК	МЦ – 13,7 кг	МЦ – увеличить до 16,0 кг	МЦ – 13,7 кг	не достигнута	по сравнению с 2012 г. – увеличение нет	Цели компании на 2014 г. План развития и поддержки основного производства на 2014 г.
					ЦЗ – 4,6 кг	ЦЗ – не ниже 4,57 кг	ЦЗ – 4,7 кг	достигнута	по сравнению с 2012 г. увеличение на 0,1	
					ПК – 8,7 кг	ПК – не ниже 8,5 кг	ПК – 8,2 кг	не достигнута	по сравнению с 2012 г. – снижение на 0,5 кг.	
					КЛ – 4,1 кг	КЛ – увеличить до 4,6 кг	КЛ – 3,6 кг	не достигнута	по сравнению с 2012 г. – снижение на 0,5 кг	

Достигнуто 11 целевых показателей из 21 поставленных, что составляет 48 %

Приложение 4

Анализ достижения Целей компании в области экологии за 2013 год

№ п/п	Цели в области	наименование Цели	показатель Цели	ответственный за достижение Цели	факт 2012 г.	задача на 2013 г.	факт 2013 г.	отметка о достижении	сильные / слабые стороны	К/П действия*
1	ISO 14000	снижение негативного воздействия на окружающую среду	• количество ЗВ на 1 л сточных вод в общем сбросе	ТД	по жирам – 54,3 мг/л	по жирам – не более 25,0 мг/л (ПДК-25,0)	по жирам – 71,2 мг/л	не достигнута	по сравнению с 2012 г. – превышение по жирам на 16,9 мг/л	Цели компании на 2014 г. Экологическая программа на 2014 г. План развития и поддержки основного производства на 2014 г.
					по ХПК – 1103 мг/л	по ХПК – не более 500,0 мг/л (ПДК-900,0)	по ХПК – 278 мг/л	достигнута	по ХПК: превышений нет по сравнению с 2012 г. – уменьшение по ХПК: в 3,97 раз	
					по БПК – 8,22 мг/л	по БПК – не более 300,0 мг/л (ПДК-425,0)	по БПК – 74 мг/л	достигнута	по БПК: превышений нет	
			• уровень производственных шумов с западной стороны предприятия	ТД	57 дБа	не более 54 дБа	56 дБа	не достигнута	по сравнению с 2012 г. – уровень производственных шумов повысился на 2 дБа	
			• расход холодной воды на 1 кг выпускаемой продукции	ТД	4,0 л	не более 7,9 л	6,67 л	достигнута	по расходу холодной воды превышений нет	
			• расход горячей воды на 1 кг выпускаемой продукции	ТД	0,88 л	не более 2,5 л	2,34 л	достигнута	по расходу горячей воды превышений нет	Цели компании на 2014 г. Экологическая программа на 2014 г.
			• расход электроэнергии на 1 кг выпускаемой продукции	ТД	0,82 кВт/ч	не более 0,85 кВт/ч	0,9 кВт/ч	не достигнута	по поставленной задачей на 2013 г. расход электроэнергии увеличился	
			• количество ТБО на городском полигоне	ТД	374,4 т/год	не более 500 т/год (норма 524,8 т/год)	322 т/год	достигнута	по сравнению в 2012 г. – уменьшение количества ТБО на горполигоне на 52,4 т. фактическое количество ТБО ниже нормы на 202,8 т/год	
			• количество рекламаций жителей соседнего дома на запах со стороны предприятия	ТД	0	отсутствие рекламаций	0	достигнута	рекламаций со стороны жителей соседнего дома не поступало	

Приложение 5

Цели компании на 2014 год

№ п/п	Цели в области	наименование Цели	показатель Цели	факт 2013 г.	задача на 2014 г.	ответственный за достижение Цели	периодичность проведения мониторинга показателей	ответственный за мониторинг показателей Цели
1	ISO 22000	предотвращение выпуска опасной для здоровья пищевой продукции	процент рекламаций клиентов по категории «Безопасность продукции»	из 836 - 22 рекламаций	минимизировать процент рекламаций клиентов	ДК, ДХКП, ДМПТ, ДПК	ежемесячно	ДТС, ОМ
2	ISO 9001	повышение удовлетворённости клиентов качеством выпускаемой продукции	выпуск несоответствующей продукции	МЦ – 0,1% ЦЗ – 0,02% ПК – 0,54%	МЦ – не более 0,1% ЦЗ – не более 0,02% ПК – не более 0,7%	ДХКП, ДМПТ, ДПК	ежемесячно	ДХКП, ДМПТ, ДПК
			процент рекламаций клиентов по категории «Потребительские свойства продукции»	из 836 - 696 рекламаций 83,2%	минимизировать процент рекламаций клиентов	ДХКП, ДМПТ, ДПК	ежемесячно	ДТС, ОМ
3	ISO 14000	снижение негативного воздействия на окружающую среду	количество ЗВ на 1 л сточных вод в общем сбросе	по жирам – 71,2 мг/л по ХПК – 278 мг/л по БПК – 74 мг/л	по жирам – не более 25,0мг/л по ХПК – не более 500,0мг/л по БПК – не более 300,0мг/л	ТД	ежеквартально	ТД
			производственных шумов с западной стороны предприятия	56 дБа	не более 54 дБа	ТД	1 раз в год	ТД
			расход холодной воды на 1 кг выпускаемой продукции	6,67 л	не более 7,9 л	ТД	ежемесячно	ТД, ПЭО
			расход горячей воды на 1 кг выпускаемой продукции	2,34 л	не более 2,5 л	ТД	ежемесячно	ТД, ПЭО
			расход электроэнергии на 1 кг выпускаемой продукции	0,9 кВт/ч	не более 0,9 кВт/ч	ТД	ежеквартально	ТД, ПЭО
			количество ТБО, размещаемых на городском полигоне	322 т/год	не более 500 т/год	ТД	ежеквартально	ТД
			количество рекламаций жителей соседнего дома на запах со стороны предприятия	0	отсутствие рекламаций	ТД	ежеквартально	ТД
4	финансово-хозяйственная деятельность	повышение эффективности финансово-	реализация продукции в денежном выражении	- 4%	увеличить на 29%	ДТС	ежемесячно	ПЭО
			реализация продукции в натуральном выражении	4125,10	увеличить на 17%	ДТС	ежемесячно	ПЭО

		хозяйственной деятельности	рентабельность продаж	4,7	увеличить до уровня не ниже 9,1%	ДТС	ежемесячно	ПЭО
			производительность труда на 1 сотрудника в час	МЦ – 13,7	МЦ – не ниже 14 кг	ДХКП, ДМПТ, ДПК	ежемесячно	ПЭО
				ЦЗ – 4,7	ЦЗ – не ниже 4,8 кг			
				ПК – 8,2	ПК – не ниже 8,8 кг			
				КЛ – 3,6	КЛ – не ниже 4,1кг			