

БИЗНЕС ЗАДАЧА
ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА
„СТОЛОВЕ“ ЕООД –град Добрич

За 2021год.

изготвен от Стоян Петров Стоянов

I. КРАТКА АНОТАЦИЯ

„СТОЛОВЕ“ ЕООД град Добрич е дружество с ограничена отговорност създадено с учредителен акт на основание чл. 61 и чл. 62 от Търговският закон.

Е самостоятелно юридическо лице, образувано с Решение № 4-3-3 по Протокол № 4 от 19.12.1991г на Общински съвет град Добрич. Дружеството е правоприменик на СП „Столове“ с всичките му активи и пасиви към 31.12.1991г. Имуществото на „Столове“ ЕООД град Добрич е отделно от това на едноличният собственик на капитала Община град Добрич. Дружеството не отговаря за задълженията на едноличният собственик на капитала Община град Добрич. Едноличният собственик на капитала отговаря за задълженията на дружеството само до размера на своето дялово участие в капитала на дружеството.

Седалището на управление на дружеството е с адрес: град Добрич, ул.“Бачо Киро” №14,

Предметът на дейност на дружеството е: столово хранене на учащите се в град Добрич, летни лагери и други столове на предприятието и учреждения, търговия на дребно с хранителни стоки.

Срок на създаване на дружеството: Дружеството се създава за неопределен срок.

Капитал на дружеството: Капиталът на дружеството е 370 000 лева разпределени на 74 вноски по 5000 лева.

II. МАТЕРИАЛНА БАЗА

Дружеството, към настоящият момент, разполага и управлява материални бази в:

1. СУ „Петко Рачов Славейков”,
2. СУ „Свети Свети Кирил и Методий”,
3. СУ „Любен Каравелов”
4. ОУ „ Димитър Талев”

Училищни столове произвеждащи храна на територията на:

1. СУ „Свети Свети Кирил и Методий”,
2. СУ „Петко Рачов Славейков”.

Бюфети на територията на:

1. СУ „Петко Рачов Славейков”,
2. СУ „Свети Свети Кирил и Методий”,
3. СУ „Любен Каравелов”,
4. ОУ „ Димитър Талев”.

Училищният стол намира се на територията на СУ „Кирил и Методий” произвеждащи храна и закуски за нуждите на училището, което производство изцяло задоволява нуждите му.

Училищният стол намира се в СУ „Петко Рачов Славейков” произвежда храна и закуски за нуждите на училището, както и за клиенти на дружеството.

III. КЛИЕНТИ НА ДРУЖЕСТВОТО

1. Деца и училищен персонал
2. ДХД-ЦНАТ ДМУ – 4
3. ДХД-СУ-ЦНАСТ ДБУ 1,2
4. ДХД-СУ-ЦНАСТ ДБУ 3
5. ДХД-СУ-ЗЖХУИ

IV. ДОСТАВЧИЦИ НА ДРУЖЕСТВОТО

1. ФУУДС ТРЕЙД ЕООД

2. "ПАТО" ЕООД
3. ТРЪСТ-92 ЕООД
4. "ПРОЛЕТ" ЕООД
5. "КОРОНА" ООД
6. ЕМОНА-02 ЕООД
7. "СТОЯНОВ" ООД
8. ПАУЪРМАРК ООД
9. ОМК ЕАД
10. КЕНВАР ЕООД
11. "ДОБРУДЖАНСКИ ХЛЯБ" АД
12. МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРИ БЪЛГАРИЯ ЕООД

V. ОРГАНИЗАЦИЯ НА РАБОТАТА В ДРУЖЕСТВОТО

1. Ежедневно заявяване на стоки и продукти към служител в управлението на дружеството
2. Ежедневно заявяване на брой на клиенти /деца/ за които се доставят храни и продукти по програми „Топло мляко“ и „Плод“
3. Служителят приемащ заявените продукти и стоки, както и броят на децата получаващи стоки по програмите¹, оперативни програми на министерството на земеделието и храните , обобщава получената информация и създава заявки към доставчиците на дружеството.
4. Заявките включват както артикул и количество, така и място на доставка.
5. Доставката на стоките и продуктите се удостоверява със складови разписки на базата на които се получават фактури . Фактурите се получават на определен период в зависимост от договореностите постигнати между дружеството и доставчиците.
6. Реализираните продажби от столовото хранене и продажбата на стоки от бюфетите се отчитат ежедневно, като се подготвят касови отчети и паричните средства се внасят в касата на дружеството
7. Реализираните продажби се регистрират посредством издаване на касови бележки от касовите апарати на дружеството, които подават информация в ТД на НАП.

8. Първичните счетоводни документи се съхраняват във деловодството на дружеството. Фактурите и калкулациите се предават на счетоводната фирма обслужваща дружеството.

VI. ПРЕДИМСТВА

1. Осигурени материални бази в училищата даващи директен достъп до клиентите /деца и служители на училищата/.
2. Дружеството е 100% общинска собственост така също и училищните бази са 100% общинска собственост , което дава възможност за добре синхронизирана работа съвместно между дружеството и ръководството на училищата.

VI НЕДОСТАТЪЦИ

1. Неравностойното конкурентно положение между училищните обекти и търговските обекти в непосредствена близост до училищата изразяваща се в това, че към обектите на дружеството съществува задължението да спазват изискванията на наредба № 9 и № 37 за храненето на деца. Спазването на тези наредби не е задължително за всички търговци в близост до училищата.
2. Неравностойни изисквания на контролните органи към дружеството и към останалите обекти предлагащи храна на децата от училищата.
3. Остарялата материална база, която от самото създаване на СП „Столове” и след приемането то „Столове” ЕООД не се е извършвал капитален ремонт.
4. Работата на дружеството не е целогодишна, а в определен времеви период- учебната година. През летните месеци дружеството работи за определени клиенти, които са много малка част от производството на дружеството.
5. Остарялата материална база, която се поддържа и ремонтира за сметка на дружеството без да е негова собственост. Разходите за ремонт и поддръжка, както и разходите за електроенергия, които са също не малка част от разходите на дружеството утежняват и без това лошата конкурентоспособност.

VII. МИСИЯ И СТРАТЕГИЯ

На дружеството е възложена не леката задача да поддържа материалната база, която е много амортизирана и морално остаряла. Да създава благоприятни условия за работа на служителите си, които да произвеждат храна за клиентите, които предимно са деца.

Производството на храните се реализира при спазването на изискванията на нормативните документи. Приготвянето на храните се извършва при спазване на установен рецептурник.

Основната стратегия на дружеството е постигане на максимално добри и качествени продукти, способстващи за повишаване на конкурентоспособността и постигане на финансова стабилност при все по намаляващ пазарен дял и намаляващи клиенти /деца/ в обектите на дружеството. Оптимизиране на управлението на човешките ресурси за повишаване на ефективността и рентабилността от всички произвеждани продукти на дружеството.

Прецизиране и намаляване на всички излишни разходи, с цел подобряване на показателите и постигане на положителен финансов резултат, както от всеки един продукт, така и от всеки един обект за столово хранене и бюфет.

Предлагането на произвежданите продукти и в други училища, както и на клиенти извън сферата на образованието. Предлагане на продукти за кетеринг.

Актуализиране на структурата на дружеството за по-добра организацията, компактност и натовареност на отделните звена, както и на служителите в него. Промяна в информационното обезпечаване на процесите за подпомагане управлението и вземането на правилните решения.

VIII. МАРКЕТИНГОВ ПЛАН

1. Характеристики на пазара, тенденции в развитието

Направленията в които дружеството оперира на свободният пазар са в сферата на производството на храни за деца от училищата, другата област е в продажбата на стоки в бюфетите, спазвайки изискванията на наредбите за хранене на деца.

2. Конкуренти

В областта на произвеждане на хранителни продукти конкуренцията е на много високо ниво. Производителите които са и могат да бъдат преки конкуренти са частни търговски дружества, които могат и в не редки случаи не спазват изискванията на наредби № 9 и № 37 за храненето на деца.

3. Продажби и пазарен дял

Дружеството реализира приходи от продажби от всички дейности които извършва дружеството, но основната тежест е от произведените продукти. Използвайки потенциала на служителите си работещи в бюфетите, тяхното желание за реализиране на продажби успява да стои добре на пазара.

4. Ценова политика

По отношение на ценовата политика дружеството е поставено пред трудната задача да определя цените на предлаганите, произведени продукти в условията на много нелоялна конкуренция. Дружеството се стреми да реализира висока рентабилност при изискванията да използва суровините по стандарт БДС при положение, че цените им са значително по високи от всички останали предлагани суровини. Ценообразуването е сложно и поради факта на динамично променящи се цени на суровините. Участието в програми „Училищен плод“ в различните периоди от годината може да доведе както до добра рентабилност от продажбите, така и до реализиране на загуби заради повишените се цени на предлаганите плодове от одобреният списък на плодовете, които могат да се предлагат на децата в училищата.

5. Промоции и реклама, външни влияния

Подобряването на популярността на дружеството би довело създаването на сайт в който бъде целенасочено, ясно фокусирано представянето на продуктите произвеждани от дружеството, което би спечелило нови клиенти, което от своя страна би довело до допълнителни приходи на дружеството. Осигуряването на публичност, излизането в интернет пространството би довело до привличането на клиенти от частният сектор, които да бъдат опора за работата на дружеството през летните месеци. Клиенти, като производствените предприятия в Добрич могат да бъдат обслужвани от дружеството на принципа на „кетеринг“. В бъдеще могат да се търсят, проучват и обслужват клиенти от Варна, град в който има потенциал за развитие на такъв тип дейност.

6. Бюджет на маркетинга

Клиентите на дружеството, към настоящият момент, са децата от училищата и част от педагогическият и непедагогически персонал. Приоритет на дружеството трябва да бъде разширяване на обхвата на произвежданите продукти и привличане на нови клиенти, както училища, така и клиенти от частният сектор.

От съществена важност при храненето е не само задоволяване на физическата нужда от храна, но и от това храната която задоволява тази нужда да бъде здравословна. В тази насока трябва да бъдат организирани лекции за здравословното хранене на първо място с родителите на децата по време на организиранияте от класните ръководители родителски срещи, така и разясняване на децата от специалист по време на часовете на класният ръководител важността на храната за израстването и развитието им.

За провеждане на маркетинговата стратегия на дружеството в съответствие с поставените цели ще са необходими средства, които ще са инвестиция както за развитие на дружеството, така и за развитие по отношение на културата на хранене на подрастващите.

IX. ИНВЕСТИЦИОНЕН ПЛАН

Дружеството полага грижи на добър стопанин за поверените общински бази, но имайки предвид остаряването им и единствено извършването на текущи ремонти, базите са в състояние на крайна нужда от основен /капитален/ ремонт.

По отношение на сградният фонд дружеството не е имало и няма възможност за основни ремонти и за в бъдеще ще разчита на средства от Община град Добрич като негов собственик. По различен начин стоят нещата по отношение на материалната база /техниката която се използва/, с която разполага дружеството. За нея могат да се направят разходи в дългосрочен план за закупуване на нови машини и оборудване на лизинг.

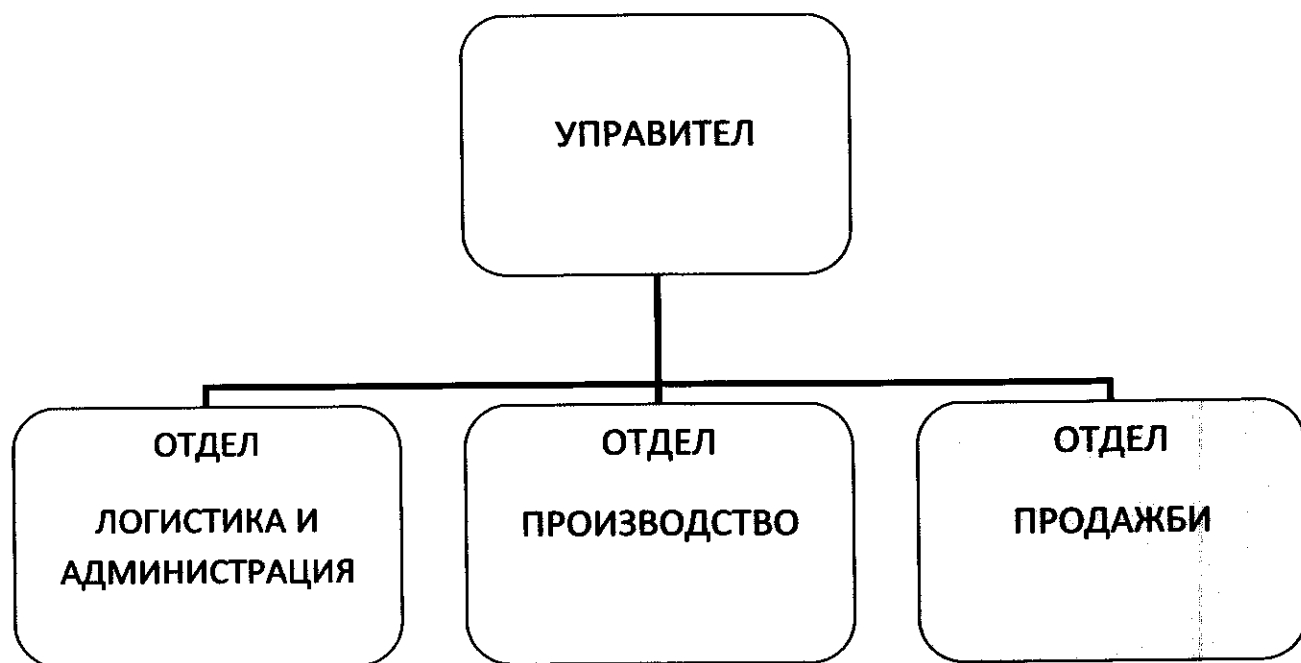
Х. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ /организационна и производствена структура, организация на работа, мотивация и стимулиране, бюджет за развитие/

1. Организационна и производствена структура, организация на работа.

Предоставената по долу структура е формирана на база текущите задачи и дейности извършвани от фирмата като различните отдели са в пълен състав, в определени моменти недостатъчен, предвид обема на работата която извършват, а именно производство, доставка и предлагане на продукция и стоки на повече от 2700 деца.

При промените на обемите на производство на продукти, броят на клиенти, броят на бази в които се предлагат продуктите и услугите на дружеството, ще бъдат направени съответните навременни и динамични промени в числения състав /намаляване или увеличаване/на персонала на дружеството.

Предвидената обща численост на работещите в „Столове“ ЕООД гр. Добрич да е 21 души разпределени в три отдела на базата на основната дейност която изпълняват.



Детайлно разпределение:

„СТОЛОВЕ“ ЕООД гр.Добрич		
1	УПРАВИТЕЛ	1
ОТДЕЛ „ЛОГИСТИКА И АДМИНИСТРАЦИЯ“		
1	Специалист логистика	1
2	Шофьор – снабдител	2
3	Специалист Човешки ресурси и касиер	1
ОТДЕЛ „ПРОИЗВОДСТВО“		
КУХНЯ ЗА ПРИГОТВЯНЕ НА ХРАНА В СУ“ПЕТКО РАЧОВ СЛАВЕЙКОВ“		
1	Главен готвач	1
2	Готвач	2
3	Работници кухня	2
КУХНЯ ЗА ПРИГОТВЯНЕ НА ХРАНА В СУ“КИРИЛ И МЕТОДИ“		
1	Главен готвач	1
2	Готвач	2

3	Работници кухня	1
СТОЛ ЗА ПРЕДЛАГАНЕ НА ХРАНА В СУ“ЛЮБЕН КАРАВЕЛОВ“		
1	Работници кухня	2
СТОЛ ЗА ПРЕДЛАГАНЕ НА ХРАНА В СУ“ГЕОРГИ СТ. РАКОВСКИ“		
1	Работници кухня	1
ОТДЕЛ „ПРОДАЖБИ“		
БЮФЕТ ЗА ПРЕДЛАГАНЕ НА ХРАНА В СУ“ПЕТКО РАЧОВ СЛАВЕЙКОВ“		
1	Продавач – консултант	1
БЮФЕТ ЗА ПРЕДЛАГАНЕ НА ХРАНА В СУ“КИРИЛ И МЕТОДИ“		
1	Продавач – консултант	1
БЮФЕТ ЗА ПРЕДЛАГАНЕ НА ХРАНА В СУ“ЛЮБЕН КАРАВЕЛОВ“		
1	Продавач – консултант	1
СТОЛ ЗА ПРЕДЛАГАНЕ НА ХРАНА В СУ“ГЕОРГИ СТ. РАКОВСКИ“		
1	Работник кухня	1
	ОБЩ БРОЙ НА ПЕРСОНАЛА	21

3. Мотивация и стимулиране

На всички служители са създадени условия, при които да извършват своята трудова дейност, в добра обстановка с необходимото, дори и морално и материално остаряло, оборудване и техника подпомагащи работата им. Атмосферата и взаимоотношенията в колектива са важна част от работното ежедневие, което индиректно рефлектира върху доброто изпълнение на работните задължения на всички. Във всяка една база на дружеството персонала работи в хармония и изпълнява своите задачи в изпълнение на вътрешният трудов ред. Понастоящем са изготвени вътрешни правила за организация и структурата на работната заплата, с които се цели всеки служител индивидуално да се почувства ценен, мотивиран и да разгърне своят професионален потенциал на сто процента и с това да допринесе за развитието на дружеството. Практика в дружеството е да се заплаща допълнително за извършване на допълнителни дейности извън включените в длъжностната характеристика за заеманата позиция. Следва да се разработи гъвкава система, при която, след отчитане на резултати над средно

заложените, да се получава допълнително възнаграждение за звеното постигнало този успех.

XI. ВРЕМЕНИ ГРАФИК ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА БИЗНЕС ПЛАНА

Програмата за управление е разработена при отчитане на средата в която се налага да работи дружеството, спецификата на произвежданите продукти и продажбата им което се извършва при следните ограничения:

1. Капацитет на дружеството, персонал, материална база, оборудване, състояние и възможности за повишаване на използването им.
2. Необходими инвестиции за обновяване на част от остарялата база и техника достигнали максимално изхабяване.

Като цяло трябва да се търсят начини и да се възползваме от всяка възможност, която да доведе до увеличаване на обема на работата на дружеството. От представените данни се вижда, че дружеството трудно успява да покрива разходите си и да реализира печалби, като предходната година е завършило с отрицателен финансов резултат. Явно е, че дружеството се справя с работата си по производството и реализирането на продуктите си, но без помощ от страна на Общината няма да може да продължи ефективната си работа.

Очакванията за помощ от страна на Общината като собственик на дружеството се изразяват в това да бъдат направени инвестиции по отношение на извършване на ремонти на материалната база както и на остарелия автомобилен парк.

На следващо място, но не и по важност, е предвиждането на увеличаване на обема на работа на дружеството изразяващо се в това да бъдат обхванати детските градини като клиент на дружеството. Това би довело до увеличаване на обема на работата и до намаляване на разходите на детските градини по отношение на поддържане на кухни към всяка една от тях, както и намаляване на персонала, което би довело до по-благоприятни условия за тях.

Привличането на детските градини като клиент на дружеството води до друг важен момент в развитието за който е необходимо да бъде обособена и оборудвана специализирана кухня за производство на храни за децата в детските градини.

XII. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основната дейност на дружеството изразяваща се в производството и продажбата на храна, както и продажбата на хранителни стоки на деца ученици и училищен персонал е изправена пред криза. Всички гореизложени данни показват, че точно тази дейност е гръбнакът на дружеството и формират финансовата стабилност, която е от съществена важност за съществуването му. Участието в програмите на министерството на

земеделieto „Топло мляко“ и „Безплатна закуска“ на Министерството на образованието е от съществена важност и допринасят за увеличаване на финансовият резултат на дружеството, но участието в тях води до нуждата от допълнителни разходи за персонал и доставка. Относно програмата „Училищен плод“ на Министерството на земеделieto, в различните периоди от годината финансовите резултати са различни. Поради фактът, че цените на плодовете от одобреният списък на Министерството на земеделieto, в различните сезони е различен и то с голяма амплитуда. През първите месеци на учебната година по програмата могат и се реализират много добри финансови резултати, но за сметка на това през зимният период участието в програмата води в не редки случаи и до загуба. От съществена важност е да се намира баланс на годишна база, при управление на дружеството за постигане на по-добри финансови резултати.

Във връзка с подобряване на финансовите резултати трябва да се търсят:

1. Доставчици на стоки и услуги предлагащи по-ниски цени, съобразявайки се с изискванията на наредбите за хранене на деца и ученици
2. Намиране на точният баланс на числения състав на служителите в дружеството
3. Провеждането на обучения на служителите при необходимост и мотивирането им с по добро трудово възнаграждение на база на постигнатите резултати
4. Създаване на възможности за работа на дружеството на 100% през летният период, в който учениците са във ваканция, като се намери реализация на продукцията при предлагането ѝ на свободният пазар. Предлагане на столово хранене или кетеринг на производствените предприятия в Добрич, земеделските производители в региона, както и да се развие доставката на храни в други градове.
5. Инвестирането в нова техника и оборудване в кухните, би довело до намаляване на разходите за електроенергия, което от своя страна ще увеличи финансовият резултат на дружеството.

За дружеството опериращо на свободният пазар, е важно участието в тръжни процедури на обявените обществени поръчки, с цел увеличаване обема на приходите от дейността. Повишаване качеството на произвежданите продукти при спазване на нормативната база с която се борави, както и качеството на предлаганите стоки е ключов момент за спечелването на нови клиенти, предвид големият брой конкурентни фирми работещи на пазара.

Управител:

Стоян Стоянов