

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТПКУП «МИНСКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ № 2»

Ефименко Оксана Олеговна,
Станкевич Ирина Ивановна

(Белорусский государственный аграрный технический университет)

В современных экономических условиях от предприятия требуется повышение эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг на основе внедрения достижений научного технического прогресса, эффективность форм хозяйствования и управления производством, активизации предпринимательства и т.д.

Обеспечение эффективного функционирования предприятий требует экономически грамотного управления их деятельностью. Важная роль в реализации этой задачи отводится анализу хозяйственной деятельности предприятий.

ТПКУП «Минский хладокомбинат №2» основан в 1953 г. и является лидером по производству мороженого в Республике Беларусь. Предприятие обеспечено персоналом на 98,8 %. Этого, в принципе, достаточно для работы предприятия, однако руководство предприятия должно обратить свое внимание на сложившуюся кадровую ситуацию. Численность работников составляет 620 человек, в том числе 74,5 % занятых в производстве составляют рабочие. Доля работников с высшим образованием увеличивается, что положительно характеризует кадровый потенциал предприятия. Наибольший удельный вес в структуре работников, занимают сотрудники с профессионально-техническим образованием и общим средним, доли которых за 2019 г. составили 34,95 и 23,24 % соответственно. Наибольший удельный вес в структуре работников, занимают сотрудники в возрасте 30-39 лет, удельный вес которых за 2019 г. составил 29,77 %. Наименьший удельный вес занимают сотрудники в возрасте 60 лет и старше (2,68 %).

Производительность труда в 2020 г. составила 105,7 тыс. руб./чел., что больше, чем за 2019 год на 8,8 тыс. руб./чел. или на 9,1 %. Среднемесячная заработная плата также демонстрирует рост.

Большую часть в структуре основных средств занимают машины и оборудование (61,89 %) и здания и сооружения (34,44 %). Увеличение стоимости основных средств за анализируемый период наблюдается по всем элементам основных средств. Основная часть оборудования предприятия имеет срок службы от 5 до 10 лет и составляет 40,4 % от общего числа, 15,4 % служат менее 5 лет. Незначительный процент – 5,8, имеет срок службы свыше 20 лет.

Себестоимость продукции ТПКУП «Минский хладокомбинат № 2» в 2017 году составила 47574 тыс. руб., а в 2018 г. – 49298 тыс. руб., то есть, наблюдается увеличение себестоимости на 1724 тыс. руб. или на 3,6 %. За 2019 г. себестоимость увеличилась на 672 тыс. руб. или на 1,4 % и составила 49970 тыс. руб. Положительным моментом является превышения темпов роста выручки от

II Міжнародна науково-практична інтернет-конференція (31 травня 2021 р., м. Бердянськ)

реализации над темпом роста себестоимости, что способствовало снижению удельного веса себестоимости по отношению к выручке.

Валовая прибыль за 2018 г. возросла на 172 тыс. руб. или на 1,2 %, а за 2019 г. – на 1409 тыс. руб. или на 9,9 %.

За 2019 г. ТПКУП «Минский хладокомбинат № 2» получило прибыль от реализации продукции в размере 2615 тыс. руб. Важнейшим условием роста прибыли от реализации является увеличение объема продаж, уменьшение себестоимости. В отчетном году прибыль от реализации продукции сократилась на 503 тыс. руб. или на 16,1 %.

Показатели рентабельности ТПКУП «Минский хладокомбинат № 2» в 2017–2019 гг. имеют отрицательную динамику, что указывает на снижение прибыльности.

Убыток от инвестиционной и финансовой деятельности в 2018 г. составил 391 тыс. руб., увеличившись относительно 2017 г. За 2019 г. убыток от инвестиционной и финансовой деятельности возрос на 81 тыс. руб. и составил 472 тыс. руб. Наличие убытка по инвестиционной и финансовой деятельности обусловлено расходами по финансовой деятельности, которые сформированы за счет процентов к уплате.

Деятельность ТПКУП «Минский хладокомбинат № 2» характеризуется ростом объемов выручки от реализации, но наблюдается улучшение показателей прибыли и рентабельности. Коэффициенты платежеспособности имеют положительную динамику, соответствуют нормативным значениям, что указывает на платежеспособность предприятия.

ТПКУП «Минский хладокомбинат № 2» осуществляет производство следующих видов продукции: мороженое пломбир, безалкогольные газированные напитки, торты, пельмени, мороженое сливочное, десерты замороженные плодово-ягодные, булочно-кондитерские изделия, питьевая вода, вареники.

Для того чтобы более глубоко проанализировать товарную политику ТПКУП «Минский хладокомбинат № 2» необходимо провести развернутый структурный анализ ассортимента на основе ABC-анализа. В группу «А» вошло 4 ассортиментные группы продукции. Это мороженое пломбир, безалкогольные газированные напитки, торты и пельмени. В группу В вошло три группы товаров. Их доля в общем объеме продаж составила 23,42 %. В перспективе данная товарная категория при расширении ассортимента может привести к значительному увеличению выручки от реализации товаров группы «В». В группу «С» вошло две группы товаров. Их было реализовано на сумму 5260 тыс. руб. В перспективе данная товарная категория должна постепенно модифицироваться.

Стратегия развития ТПКУП «Минский хладокомбинат № 2» обусловлена сложившейся ситуацией на рынке, перспективами ее изменений и особенностями существующей производственной базы.

В качестве основных рыночных ориентиров деятельности ТПКУП «Минский хладокомбинат № 2» можно определить следующие средне- и долгосрочные цели:

- получение прибыли за счет удовлетворения потребностей потребителей в качественной продукции;
- наращивание объемов производства, расширение ассортимента выпускаемой продукции и соответственно увеличение объемов продаж;
- увеличение своей доли на существующем рынке, завоевание новых рынков сбыта за счет повышения качества продукции;
- закрепление положительного имиджа предприятия среди потребителей.

Стратегия развития предприятия на предстоящий период должна быть нацелена на:

- усиление и сохранение позиции на рынке;
- постепенный переход к более современным технологиям с целью обеспечения наиболее полного соответствия потребностям рынка;
- обеспечение работы с потребителями за пределами Минска и Минской области, как в Республике Беларусь, так и за ее пределами, то есть увеличение доли экспортных поставок;
- снижение издержек производства за счет оптимизации производственных процессов;
- тесное сотрудничество с основными потребителями и заказчиками продукции, а также со специализированными институтами и проектными организациями, учет их требований и пожеланий.