

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ОАО “КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК” ГОРОДА БОБРУЙСКА**

<http://edoc.bseu.by>

С.В. Пучко

Белорусский государственный экономический университет

Кондитерская промышленность является неотъемлемой и успешно функционирующей частью всего народно-хозяйственного комплекса республики Беларусь. Будучи одним из элементов в структуре экспорта, кондитерская продукция обеспечивает положительное внешнеторговое сальдо, экспортируя как в страны ближнего, так и дальнего зарубежья.

В общем объеме производства кондитерских изделий в нашей республике на долю кондитерской фабрики “Красный пищевик” приходится 10 % производства данной продукции.

“Красный пищевик” - одно из старейших предприятий города Бобруйска. Оно берет свое начало с 1870 года от деревянного дрожжевого завода, на котором работало 40 человек. В 1994 году в связи с произошедшими в стране изменениями и переходе предприятий на рыночную систему, кондитерская фабрика была преобразована в акционерное общество открытого типа “Красный пищевик”.

Деятельность предприятия основана на производстве любых видов кондитерских изделий. В настоящее время фабрика выпускает более 120 наименований кондитерских изделий: зефир, мармелад, халва, драже, ирис. Причем по двум видам продукции (халва и драже) предприятие является монополистом в республике Беларусь. В основном все изделия, получившие высокое признание у потребителей, вырабатываются с применением натурального фруктово-ягодного сырья, припасов, пюре, соков.

В настоящее время на ОАО “Красный пищевик” работает свыше 600 человек. За последние несколько лет данное предприятие увеличило свою мощность, возросли объемы производства, а пропорционально этому и численность персонала.

На фабрике наблюдается постоянный прирост производственной себестоимости товарной продукции. Это обусловлено прежде всего тем, что происходит удорожание сырья и материалов. В структуре себестоимости

мости сырье и материалы в среднем занимают 75 %. Их удорожание, а также постоянно растущие ставки налогов и заработной платы ведут к увеличению полной себестоимости товарной продукции.

По рентабельности можно судить об эффективности работы предприятия. Здесь не производят шоколадных изделий, для которых процент рентабельности разрешено иметь свыше 20 %. Поэтому зачастую прибыль дается нелегко. Еще 3-4 года назад фабрика поддерживала рентабельность на уровне 28 %. За последние годы она резко снизилась: с 15,6 % в 1999 году до 7,8 % в 2000 году.

Спрос на продукцию ОАО «Красный пищевик» относительно стабилен, так как предприятие работает на массового потребителя. В прошлом году объем производства планировался, исходя из 10 миллионов жителей и потребления на душу населения 1,2 кг (12 тысяч тонн).

Как уже упоминалось выше, на предприятии наблюдается рост производства, а с ростом производства несколько возрос и импорт: темп роста производства составил 121,9 %, темп роста импорта – 137,9 %. Доля бартера в импорте составляет 60 %. Однако, несмотря на такую пропорцию, на предприятии сохранено положительное сальдо по внешнеторговой деятельности (+204,4 тысячи \$ США), и темп роста внешней торговли составил 146,7 %. Это соотношение помогло сохранить бартерные торговые операции с поставщиками сырья и импорту. Но с прошлого лета, когда началось сближение курсов, «Красный пищевик» постепенно стал переходить на денежные расчеты, в связи с чем рынок сырья сделался гораздо доступнее, выбор сырья расширился и появилась возможность оптимизировать закупки сырья.

Очень большой объем сырья предприятие покупает в России, а также в странах дальнего зарубежья. Учитывая тяжелое экономическое положение в нашей республике, а также разные денежные единицы, казалось бы, что фабрике необходимо с большой ответственностью подойти к такому вопросу как импортозамещение. Но предприятие, проанализировав эту проблему, стремится приобретать сырье на внутреннем рынке. Например, невозможно приобретать шоколадную глазурь местного производства, так как у нас не выращивают какао-бобы. Пытались выращивать в местных условиях и подсолнух, но он не отвечает нужным требованиям. В нашей республике также не производится пектин - компонент, лежащий в основе пищевых добавок в кондитерских изделиях.

В основном предприятие реализует свою продукцию на внутреннем рынке и на рынке России. В 1998 году объем реализации на российском рынке от общего объема составил 20 %, в 1999 году – 22 %, в 2000 году – 25 %.

Одной из наиболее важных и трудных задач для всех предприятий нашей республики является обновление технической базы. На ОАО “Красный пищевик” за последнее время было введено в действие 60 единиц нового оборудования. Но, несмотря на это, в общем средний физический износ оборудования на предприятии составляет 65 %. Чтобы улучшить эту ситуацию, нужны дополнительные денежные средства (привлечение инвестиций).

В условиях нашего рынка привлечение крупного стратегического инвестора (особенно зарубежного) – сложная проблема. Поэтому прямые инвестиции практически отсутствуют, а финансовая поддержка государства или местных властей при углубляющемся дефиците бюджетных средств зачастую нереальна. Мобилизация финансовых ресурсов в виде дополнительной эмиссии ценных бумаг – наиболее доступный источник инвестиций. Но, чтобы грамотно разместить свои акции, обеспечить их ликвидность и текущую доходность, АО должно быть финансово устойчиво и затратить немалый объем тех же средств, в которых нуждается.

Все эти обстоятельства заставляют ОАО “Красный пищевик” изыскивать денежные средства, добываясь увеличения капитала без заемных средств, на основе эффективного управления своими активами. При этом может быть получена дополнительная прибыль посредством мобилизации накопленных и грамотно используемых активов, умелого сочетания различных методов управления с целью повышения конкурентоспособности предприятия.

Таким образом, чтобы повысить экономическую эффективность, данному предприятию прежде всего необходимо:

- повышать производительность труда и фондоотдачу, снизить производственную себестоимость товарной продукции посредством импортозамещения используемых сырья и материалов;
- прогнозировать оптимальный спрос на продукцию;
- реализовывать ее по прежним каналам, а также осваивать новые рынки сбыта;

- обеспечить оптимальное количество и состав трудовых ресурсов на предприятии;
- обеспечить материальную заинтересованность и социальную защиту своим работникам;
- укрепить материально-техническую базу, ускорить НТП, усовершенствовать технологию производства;
- повысить эффективность использования оборотных фондов;
- искать новые возможности для привлечения инвестиций;
- ускорить оборачиваемость денежных средств;
- непрерывно повышать качество выпускаемой продукции и ее конкурентоспособность;
- совершенствовать экономический механизм хозяйствования.

Используя все перечисленные пути повышения экономической эффективности, ОАО «Красный пищевик» может достигнуть более высокого уровня экономического развития и значительно повысить рентабельность производства продукции.

В заключении хотелось бы отметить, что проблема выживания бизнеса актуальна сегодня практически для любой фирмы, вне зависимости от ее отраслевой принадлежности, размера, предыстории. Особенно важна эта проблема для вчерашних государственных предприятий, преобразованных в ОАО, - они несут на себе отпечаток старых времен, который, как родовая травма, отягчает их существование. Приступая к постановке и решению задач, связанных с выживанием бизнеса, необходимо отдавать себе отчет в том, что в подавляющем большинстве случаев чьей-либо помощи, кардинально улучшающей положение, получить не удастся. Изменения придется проводить именно на этом предприятии, именно с этими специалистами и рабочими, располагая только теми ресурсами, которые сами же и сумеют добыть. Другого не дано: на то предприниматель и создан, чтобы добиваться успеха при любых обстоятельствах.