

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «КОНГЛОМЕРАТ»)

А.А. Бренько, 3 курс

Научный руководитель – О.В. Володько, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В условиях динамичной рыночной среды и усиления конкуренции повышение экономической эффективности деятельности предприятия является ключевым фактором обеспечения его устойчивого развития и конкурентоспособности.

Проведенное исследование посвящено актуальной задаче поиска внутренних резервов и разработке практических направлений повышения экономической эффективности предприятия в условиях динамичной рыночной среды. В качестве объекта изучения выбрано ООО «Конгломерат» – динамично развивающаяся белорусская компания, специализирующаяся на производстве креативных деревянных конструкторов, моделей и сувениров под брендом EWA Eco-Wood-Art.

Выбор темы обусловлен важностью устойчивого развития малых и средних предприятий, которые сталкиваются с необходимостью оптимизации ресурсов в условиях растущей конкуренции и изменчивого потребительского спроса. Для ООО «Конгломерат», успешно экспортирующего продукцию в более чем 50 стран, ключевым вызовом является не только сохранение позитивной динамики, но и повышение эффективности управления затратами и активами.

Экономическая эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия определяется как способность генерировать максимальный результат при минимальных затратах ресурсов. В условиях нестабильной экономики, когда спрос на продукцию меняется, а конкуренция ужесточается, важно не только поддерживать уровень производства, но и оптимизировать процессы управления.

Критерий эффективности в научной литературе зачастую выражается коэффициентом эффективности, определяющимся по формуле 1:

$$K_{\text{э}} = P/Z, \quad \dots\dots\dots (1)$$

где P – результат, т. р.;

Z – затраты ресурсов, т. р. [1]

На практике оценка эффективности осуществляется через анализ динамики ключевых финансовых показателей, позволяющих сопоставить полученные с понесёнными затратами. Рассмотрим это на примере ООО «Конгломерат» за 2023–2025 гг. (Таблица 1).

Таблица 1. – Анализ деятельности ООО «Конгломерат» за 2023–2025 гг.

Показатель	2023 г.	2024 г.	2025 г.	Отклонение, 2025 к 2023 гг.	Темп прироста, 2025 к 2023 гг.
Выручка, тыс. руб.	2 620	3 762	4 954	+2 334	89,1 %
Чистая прибыль, тыс. руб.	479	933	1 266	+787	164,3 %
Валовая прибыль, тыс. руб.	1 378	1 884	2 637	+1 259	91,4 %
Рентабельность продаж, %	29,01	30,5	32,50	+3,49	-
Рентабельность производства, %	61,6	61,2	69,4	+7,8	-
Себестоимость реализации продукции, тыс. руб.	1 234	1 878	2 317	+1 083	87,8 %

Примечание – Разработано автором на основании данных предприятия ООО «Конгломерат»

Исходя из таблицы 1 можно увидеть, что за период с 2023 по 2025 год деятельность ООО «Конгломерат» демонстрирует устойчивую положительную динамику основных финансово-экономических показателей. Рост выручки увеличилась на 2 334 тыс. руб., или на 89,1%, что сви-

детельствует о расширении деятельности компании, увеличении объёмов продаж или доли рынка. Чистая прибыль выросла на 787 тыс. руб., темп прироста составил 164,3% – это значительно выше темпа роста выручки. Такой опережающий рост говорит о повышении эффективности управления расходами и оптимизации налогообложения. Валовая прибыль увеличилась на 1 259 тыс. руб. (+91,4%), что практически совпадает с динамикой выручки, однако рост себестоимости (+87,8%) был несколько ниже роста выручки, что положительно сказалось на валовой маржинальности. Рентабельность продаж выросла с 29,01% до 32,50% (прирост +3,49.), что подтверждает улучшение ценовой политики или снижение доли коммерческих и управленческих расходов в выручке. Рентабельность производства увеличилась с 61,6% до 69,4% (+7,8), что указывает на более эффективное использование прямых затрат на производство продукции. Также Компания демонстрирует улучшение показателей оборачиваемости оборотных средств и роста производительности труда.

Несмотря на устойчивый рост выручки, прибыли и рентабельности, выявленные в ходе углублённого анализа системные проблемы создают риски для дальнейшего развития ООО «Конгломерат». Для мобилизации внутренних резервов и повышения устойчивости предприятия был разработан комплекс взаимосвязанных мероприятий (Таблица 2).

Таблица 2. – Проблемы и мероприятия по повышению эффективности деятельности ООО «Конгломерат»

Проблема	Мероприятие
Высокая доля материальных затрат в себестоимости (44%), что создаёт риски при росте цен на сырьё	Оптимизация материальных затрат через диверсификацию поставщиков и внедрение элементов бережливого производства
Низкая оборачиваемость дебиторской задолженности (0,13 оборота), ведущая к замораживанию оборотных средств	Формализация кредитной политики и введение скидок за раннюю оплату для ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности
Снижение коэффициента текущей ликвидности (с 13,94 до 7,85) при сохранении его в нормативных пределах	Укрепление финансовой дисциплины и частичное рефинансирование краткосрочной задолженности (как дополнительная мера к ускорению оборачиваемости)
Зависимость выручки от одной товарной категории – механических конструкторов	Укрепление бренда и диверсификация продаж за счёт агрессивной маркетинговой стратегии, включающей обновление сайта, наружную, интернет- и радиорекламу
Рост управленческих расходов опережающими темпами	Внедрение системы бюджетирования и автоматизации для контроля управленческих расходов

Примечание – Разработано автором на основании данных предприятия ООО «Конгломерат»

В качестве ключевого и наиболее проработанного направления в работе представлена программа повышения эффективности через оптимизацию рекламной деятельности. Данный выбор обусловлен тем, что маркетинговые инструменты обладают наиболее быстрой отдачей и синергетическим эффектом для решения сразу нескольких выявленных проблем: снижения зависимости от одного продукта, укрепления бренда и повышения рыночного присутствия.

Предложенная программа включает четыре взаимодополняющих канала продвижения:

1. Наружная реклама – размещение трёх баннеров в ключевых локациях г. Пинска для охвата широкой аудитории и формирования устойчивых визуальных ассоциаций с брендом.
2. Цифровое продвижение – комплексная реклама в интернете, включающая контекстную и баннерную рекламу, а также продвижение в социальных сетях для таргетированного привлечения потенциальных клиентов.
3. Модернизация веб-присутствия – обновление корпоративного сайта с внедрением прайс-листов, функционала онлайн-заказа, ленты новостей и системы отзывов для повышения конверсии.
4. Радиореклама – размещение рекламных роликов на популярной радиостанции «Новое радио» для усиления узнаваемости бренда в локальном сегменте.

Общий бюджет реализации программы составляет 9390 рублей, что является экономически обоснованной инвестицией для предприятия текущего масштаба. Особенностью предложенного

подхода является фокус на измеримых результатах и синергии между различными каналами коммуникации.

Экономическое обоснование программы показало, что реализация рекламных мероприятий позволит увеличить выручку компании на 10% за счёт расширения клиентской базы и усиления позиций бренда. Прогнозный анализ на 2026 год демонстрирует рост выручки до 5449,4 тыс. рублей, увеличение валовой прибыли на 486 тыс. рублей и повышение рентабельности продаж до 57,3%. При этом затраты на рекламу составят менее 2% от ожидаемого прироста прибыли, что подтверждает высокую экономическую эффективность предлагаемых мер.

Дополнительно программа рекламной активности будет способствовать решению других выявленных проблем: усиление бренда позволит ужесточить условия оплаты и привлекать предоплату, что улучшит оборачиваемость дебиторской задолженности, а диверсификация каналов продвижения снизит зависимость от единственной товарной категории.

Таким образом, ключевой вывод исследования заключается в том, что даже успешные и растущие предприятия, такие как ООО «Конгломерат», обладают значительными внутренними резервами для повышения эффективности. Предложенная программа рекламной оптимизации представляет собой реалистичный и экономически эффективный инструмент перехода от экстенсивной модели роста к управлению, основанному на оптимизации затрат, контроле ликвидности и диверсификации доходов. Разработанные предложения носят практический характер, имеют четкое финансовое обоснование и могут быть адаптированы для других предприятий малого и среднего бизнеса, стремящихся к устойчивому развитию в конкурентной среде.

Список использованных источников

1. Володько О.В. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс]: электронный учебно-методический комплекс: для подготовки студентов экономических специальностей общего высшего образования, слушателей факультета дополнительного образования / О. В. Володько. - Пинск: ПолесГУ, 2022. - 264 с.