

УДК 338.512

Студ. М.Г. Шубич

Науч. рук. ст. преп. В.С. Трубчик

(кафедра экономики и управления на предприятиях, БГТУ)

ПУТИ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ОАО «КРИОН»

ОАО «Крион» является специализированным предприятием по выпуску продуктов разделения воздуха: кислорода, азота, аргона как в жидком, так и в газообразном состоянии, а также различных газовых смесей, применяемых в металлургической, пищевой отрасли и пр.

В таблице 1 отражена динамика использования производственной мощности ОАО «Крион» за 2014 – 2018 гг.

Таблица 1 – Использование производственных мощностей ОАО «Крион»

Год	2014	2015	2016	2017	2018
Коэффициент использования мощности, %	86,5	62,4	32,2	31,9	31,2

Согласно данным таблицы 1 за 2014–2016 гг. произошло значительное (почти в 3 раза) уменьшение уровня использования производственной мощности предприятия в связи с переходом крупнейшего потребителя жидкого кислорода ОАО «БМЗ» на использование кислорода собственного производства с июня 2015 года. Таким образом, на сегодняшний день имеется большой резерв увеличения объема производства за счет увеличения использования производственных мощностей.

Поскольку в структуре затрат на производство продукции разделения воздуха значительный удельный вес (до 60%) занимает стоимость электроэнергии, снижение энергоемкости продукции предприятия также представляет собой важный резерв снижения ее себестоимости.

Также можно отметить, что на рынке Республики Беларусь отмечается достаточно высокий спрос на пищевые газовые смеси, основным сырьем в производстве которых выступает двуокись углерода (CO₂). В настоящее время данный вид сырья ОАО «Крион» закупает в ОАО «Гродно Азот» и за границей.

Для определения путей снижения себестоимости продукции ОАО «Крион» в таблице 2 представлена матрица SWOT-анализа.

На основании матрицы SWOT-анализа можно выделить следующие основные резервы снижения общей суммы затрат на производство продукции в ОАО «Крион»:

1. Снижение себестоимости единицы выпускаемой продукции за счет увеличения объема производства (эффект масштаба);

2. Снижение стоимости сырья за счет перехода на собственное производство двуокиси углерода пищевого качества;
3. Снижение энергозатрат за счет внедрения собственной мини-ТЭЦ и перехода на потребление собственной электроэнергии.

Таблица 2 – Матрица SWOT-анализа ОАО «Крион»

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Модернизация производства. 2. Многолетний опыт присутствия на рынке Республики Беларусь (продукция широко известна, налажены многочисленные долгосрочные контакты). 3. Соответствие требованиям СТБ ISO 9001-2009. 4. Наличие собственной испытательной лаборатории.	1. Относительно высокие цены. 2. Отсутствует производство двуокиси углерода (CO ₂) пищевого качества. 3. Высокая энергоемкость производства.
Возможности	Угрозы
1. Развитие НТП. 2. Спрос на пищевые газовые смеси. 3. Низкая насыщенность рынка сырья для пищевых газовых смесей, невысокая конкуренция.	1. Рост конкуренции. 2. Рост цен на электроэнергию.

В связи с рассмотренными резервами снижения затрат предлагается реализация проекта внедрения на предприятии собственного источника тепло- и электроэнергии (мини-ТЭЦ на базе газопоршневых агрегатов). Такое мероприятие является перспективным с точки зрения, как снижения расходов на топливно-энергетические ресурсы, так и с точки зрения возможности собственного производства CO₂ пищевого качества для внутренних потребностей, а также с целью сбыта. В настоящее время привлекательность данному проекту придаст относительно высокая цена конечного продукта (около 50 евро/т), что позволит эффективно окупать инвестиционные затраты.

Также в результате реализации проекта будет организована рациональная система энергоснабжения, что позволит оптимизировать расходы на топливно-энергетические ресурсы.

Ожидаемый эффект для предприятия после реализации проекта:

1. Снижение доли расходов на топливно-энергетические ресурсы в общей сумме расходов до минимально возможных;
2. Производство до 29 млн. кВт/месяц электрической энергии (замещаая до 66% покупаемой) на собственном энергоисточнике с низкой себестоимостью;
3. Увеличение выручки предприятия;
4. Увеличение рентабельности продаж.