

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ОАО «ОРШАНСКИЙ МЯСОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ»

Алиева А.Р.

**Научный руководитель – Громыко О.П., ст. преподаватель
Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий
г. Могилев, Беларусь**

Существует ряд подходов к содержанию стратегии, поэтому следует отметить, что разработка стратегии предприятия представляет собой совокупность принятия решений о целях и задачах компании на теоретической основе единства ресурсов и средств их реализации. Стратегия включает все сферы деятельности предприятия: персонал, социальную культуру и направлена на высокие результаты [1]. Менеджеры должны обращать внимание на то, что подходы к управлению предприятием должны быть лучше, чем у конкурентов, добиваться преимуществ в деятельности, создавать бизнес-идею, обеспечивать стратегию ресурсами с использованием новейших технологий и высококвалифицированных сотрудников, оценивать состояние компании и условия для реализации мероприятий. Только в этом случае стратегия будет реализована как внутри, так и за пределами предприятия.

Главной стратегической целью ОАО Оршанский мясоконсервный комбинат является устойчивое развитие, которое заключается в создании прибыльного производства и удержании своей позиции на внутреннем и внешнем рынках сбыта. По итогам работы за 2022 год предприятием получена прибыль от реализации продукции в размере 4,5 млн. рублей, рентабельность продаж составила 9,4 %. Предприятием получена чистая прибыль в сумме 2,6 млн. рублей. Объем промышленного производства в фактических ценах (с учетом давальческого сырья) составил 75,5 млн. рублей, темп роста объемов производства промышленной продукции составил 105,4 %. Загрузка производственных мощностей по переработке скота и производству мяса составляет 67%.

В рамках программы финансового оздоровления ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» предусмотрены мероприятия: расширение производства и увеличение объемов продаж, увеличение экспорта продукции, сокращение непромышленных расходов, предотвращение производства и реализации убыточной продукции, регулярное обновление ассортимента и увеличение производства продукции с высокой добавленной стоимостью, оптимизация логистики поставок готовой продукции, реализация программ по энергосбережению и техническому обновлению, внедрение мер по снижению затрат. Реализация этих стратегических целей позволит предприятию избежать негативных последствий, таких как массовые увольнения и продажа активов, а также обновить оборудование и приобрести качественное сырье, что позволит сосредоточиться на укреплении позиций на рынке и дальнейшем развитии.

Список использованных источников

1. Ланин, А.С. Сущность и функции стратегии развития предприятия / А.С. Ланин // Вестник науки. - 2020. - Т.4. №12 (33). - С.75-78.