

Продолжение таблицы

Сильные стороны	Слабые стороны
1	2
<ul style="list-style-type: none"> – хорошая репутация предприятия; – достаточно стабильное финансовое положение; – постоянно расширяющийся ассортимент продукции; – внимательное отношение к предпочтениям потребителей; – крупный промышленный потенциал предприятия; 	<ul style="list-style-type: none"> – потеря некоторого процента доли рынка; – слабая экспортная ориентированность; – зависимость от поставщиков сырья; – короткие сроки реализации отдельных категорий товаров;

Примечание – Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

В ходе оценки конкурентоспособности любого предприятия следует обратить внимание на тот факт, что данный метод обладает как рядом преимуществ, так и недостатков. К основным преимуществам относятся простота проведения, возможность адаптации методики к объекту исследования любого уровня, выявление внушительной информационной базы и др. Основным недостатком этого метода является его субъективность, зависящая от того, кто проводит анализ, а также отсутствие количественных и оценивающих показателей, влекущее за собой недостаточную информативность для решения конкретных задач.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова, Д. В. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Д. В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
2. [Электронный ресурс] / milk.by. – Режим доступа: <http://milk.by>. – Дата доступа: 02.02.2021.

УДК 338.2

ОЦЕНКА И РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Лабков С. С.

Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь

Грамотно спланированные мероприятия по планированию стратегии развития способны в значительной степени максимизировать величину текущей стоимости реализуемого проекта по производству и внедрению продукции на рынок, поскольку оказывают влияние на такие параметры проекта, как:

1) выручка, которая может быть максимизирована за счет увеличения объема реализованной продукции при помощи рационально спланированной стратегии сбыта;

2) себестоимость выпускаемой продукции; рост объема продаж, достигнутый на основе грамотного стратегического планирования сбыта, может стать причиной минимизации себестоимости выпускаемой продукции за счет эффекта масштаба производства;

3) инвестиции; необходимо отметить, что инвестиции в маркетинговые мероприятия, в т. ч. в рамках стратегического планирования сбыта, могут и отрицательно повлиять на текущую стоимость проекта в случае, если не станут источником притока денежных средств;

4) ставка дисконтирования. Одними из наиболее частых проектных рисков выступают риски нереализации продукции, риски недостаточной диверсификации каналов сбыта, риски нарушения контрактных обязательств прочих контрагентов и т. п.

Интегральной оценкой деятельности предприятия, в т. ч. сбытовой и маркетинговой, выступает показатель рентабельности. Для многофакторной оценки деятельности предприятия целесообразно провести анализ рентабельности собственного капитала в связи со спецификой предприятия, используя совокупность взаимосвязанных показателей.

Наибольшее распространение получила Дюпоновская система интегрального анализа эффективности использования активов предприятия.

Рентабельность активов – это комплексный показатель, позволяющий оценивать результаты основной деятельности предприятия. Он выражает отдачу, которая приходится на рубль активов компании. Данный анализ позволяет определить, за счет каких факторов произошло изменение рентабельности, т. е. произвести факторный анализ рентабельности.

Стратегия ОАО «Слуцкий хлебозавод» предполагает разработку обоснованных мер и планов достижения намеченных целей, в которых должны быть учтены научно-технический потенциал предприятия и производственно-сбытовые возможности. Стратегические цели предприятия определяют концепцию его развития и основные направления деловой активности.

Стратегической целью в ОАО «Слуцкий хлебозавод» является создание потенциала для рентабельного, конкурентоспособного и устойчивого функционирования предприятия в перспективе.

На изменение показателя рентабельности в 2019 г. наибольшее влияние оказало изменение показателя рентабельности продаж. Уменьшение данного показателя привело к снижению показателя рен-

табельности на 3,34 %. Совокупный эффект от воздействия всех трех факторов составил -4,20 %, т. е. показатель рентабельности собственного капитала за 2019 г. снизился на 4,20 % по сравнению с 2018 г.

По итогам 9 мес 2020 г. показатель рентабельности собственного капитала вырос и составил 11,36 %. Положительное значение показателя рентабельности собственного капитала положительно характеризует предприятие с точки зрения привлекательности инвестиционных вложений.

Исходя из стратегической цели, определены следующие задачи ОАО «Слуцкий хлебозавод»:

- укрепление материально-технической базы предприятия;
- внедрение прогрессивных технологий, современной техники и технологического оборудования;
- увеличение объемов производства и повышение качества продукции;
- расширение ассортимента выращиваемой и производимой продукции;
- улучшение социально-экономического положения работников предприятия.

Таким образом, стратегия ОАО «Слуцкий хлебозавод» предполагает разработку обоснованных мер и планов достижения намеченных целей, в которых должны быть учтены научно-технический потенциал предприятия и производственно-сбытовые возможности. Стратегические цели предприятия определяют концепцию его развития и основные направления деловой активности.

УДК 338.32

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ МЯСО-МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Лабкова О. П.

Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь

В современных условиях отечественные организации оценивают результаты производственной деятельности, как правило, либо по уровню издержек производства, либо по результатам экономии на издержках. Для оценки результатов производственной деятельности ор-