

УДК 338.43:637.1

**КОВАЛЬКОВА П.Ф.**, студент

Научный руководитель - **БОЛДЫРЕВА Л.Н.**, ст. преподаватель

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

## **ОАО «МОГИЛЕВСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»: СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

**Введение.** В развитии АПК формирование механизма принятия управленческих решений на уровне предприятий – одна из приоритетных задач для обеспечения их устойчивого развития. Она связана с условиями общих финансово-экономических проблем экономики, с организацией внутрипроизводственных отношений в деятельности предприятий, а также с взаимодействиями субъектов рынка [1].

**Материалы и методы исследований.** Для исследования исходным материалом явились данные годовых отчетов ОАО «Могилевский мясокомбинат», Национального статистического комитета Республики Беларусь, личные наблюдения и исследования.

В качестве основных методов нами использовались статистические и экономико-математические методы исследования.

**Результаты исследований.** ОАО «Могилевский мясокомбинат» производит качественную и вкусную мясную продукцию более 110 лет. Предприятие постоянно предлагает потребителю новые виды продукции улучшенного качества и по праву входит в число лидеров среди предприятий своей отрасли [2]. Продукция широко распространена в Могилевской области. Предприятие имеет фирменные магазины в г. Могилеве, г. Шклове, г. Горках, г. Круглом, г. Кировске, г. Бобруйске, г. Кричеве, г. Быхове, г. Чаусах. Продукция также экспортируется в Российскую федерацию, Китай.

На сегодня продукция ОАО «Могилевский мясокомбинат» известна покупателю под брендом «Богатырская еда». Предприятие запустило новую линейку продукции под брендом «Гурмістр». Это более 10 наименований сырокопченых и сыровяленых колбас по новым рецептурам и технологиям. Их главное отличие – яркая и красочная упаковка с изображением креативных галстуков с различными рисунками и символикой.

Анализ экономических показателей ОАО «Могилевский мясокомбинат» за 2018-2019 годы показывает, что в целом финансовое состояние предприятия улучшается. Так, за анализируемый период валовая прибыль предприятия увеличилась на 12% и составила в 2019 году 8353 тыс. руб. Рентабельность предприятия за период 2018-2019 гг. возросла на 2 процентных пункта и составила в 2019 году 7%.

Проанализировав данные фондоотдачи ОАО «Могилевский мясокомбинат» стоит отметить, что доля машин и оборудования в общей сумме активной части основных средств в 2019 г. составила 92,71% и увеличилась относительно прошлого года на 0,8%.

Мощности предприятия задействованы не полностью (по мясу на 82,2%, по колбасным изделиям – на 64,4%), что объясняется ростом конкуренции, снижением спроса на производимую продукцию с учетом внешних факторов и проводимой маркетинговой стратегии.

С целью улучшения экономической эффективности работы на предприятии проводится ребрендинг торговой марки и освоение выпуска новой продукции. Для этого разработана поэтапная стратегия, активно внедряются новые разработки, ведется выпуск новой продукции в тестовом режиме.

С целью увеличения объема продаж разработана новая визуальная концепция «Делаем вкусно». Логотип «М» как основа фирменного стиля уверенно прижился на упаковке продукции. Созданием занимались Fabula Branding, было проведено исследования рынка, конкурентов и потребителей, что помогло создать яркий образ торговой марки. Новое

решение выглядит актуально и при этом сохраняет преемственность. Массивная буква «М» и контрастные фирменные цвета – красный и белый – делают продукты заметными на полке. Новый фирменный стиль позволил обеспечить шрифтовое и цветовое единство и тем самым визуально очистить дизайн упаковки. Уникальное торговое предложение, показывающее продукты в разрезе, появилось как ответ на важнейшие запросы потребителей.

**Заключение.** Выбранная стратегия развития деятельности ОАО «Могилевский мясокомбинат» позволяет обеспечить выпуск конкурентоспособной продукции с наилучшими потребительскими свойствами и гарантирует рост эффективности деятельности предприятия.

**Литература.** 1. Магомедова, М. Э. Теоретические аспекты управления экономической устойчивостью предприятий АПК / М. Э. Магомедова, Р. М. Магомедов // РППЭ. – 2011. – №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-upravleniya-ekonomicheskoy-ustoychivostyu-predpriyatiy-apk>. – Дата доступа. – 22.03.2021. 2. Новые условия диктуют новые стратегии [Электронный ресурс] / Продукт. ВУ. – Режим доступа : <https://www.produktgoda.by/news/item/1057-novye-usloviya-diktuuyut-novye-strategii.html>. – Дата доступа. – 04.04.2021 г.

УДК336.662

**ЛЕГАНЬКОВА В.А.**, студент

Научный руководитель - **ГАЙДУКОВ А.А.**, ст. преподаватель

УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия», г. Горки, Республика Беларусь

## **ИЗМЕНЕНИЕ УДЕЛЬНОГО ВЕСА СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА В ФОРМИРОВАНИИ ДОЛГОСРОЧНЫХ И КРАТКОСРОЧНЫХ АКТИВОВ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Введение.** Активы любой организации, в том числе АПК, нужны для того, чтобы вкладывать их в новые проекты, использовать для расширения и модернизации производственного процесса, достигая при этом комплексности, системности, синергии. Источники формирования активов компании подразделяют на 5 категорий: 1) собственные источники формирования активов; 2) заемные; 3) привлеченные; 4) мобилизованные на финансовом рынке; 5) нетрадиционные источники финансирования.

Источники формирования оборотных активов организации – вопрос очень важный, поскольку от этого зависит скорость обращения и эффективность использования ресурсов. Вопросы, связанные с формированием оборотных активов, важны еще и потому, что рыночная конъюнктура постоянно претерпевает изменения, а потребности компании в средствах для ведения операционной деятельности нельзя назвать стабильными. Только лишь собственных источников формирования оборотных активов организации в большинстве случаев недостаточно для покрытия этих нужд. Кроме того, использовать заемные средства, как правило, удается более эффективно, чем свои ресурсы [1, 2].

Изменение условий хозяйствования организаций АПК вызывает соответствующее изменение в доле различных источников формирования долгосрочных и краткосрочных активов. В связи с этим вызывает интерес изменение в динамике удельного веса собственного капитала организаций АПК в формировании долгосрочных и краткосрочных активов.

Цель работы. – провести сравнение удельного веса собственного капитала организаций АПК Республики Беларусь в формировании долгосрочных и краткосрочных активов за последние 5 лет.

**Материалы и методы исследований.** Исследования проведены по данным годовой бухгалтерской отчетности сельскохозяйственных организаций Республики Беларусь за 2014 и 2019 годы. Основным методом исследования выбран метод средних величин и сравнения.