

Результаты исследований представлены в виде таблицы:

Показатели	Количество оборудования и персонала при работе предприятия			
	на традиционных п/ф*	на п/ф высокой степени готовности*	на охлажденной продукции*	с доставкой пищи в горячем виде**
Оборудование				
- тепловое	11	11	7	3
- механическое	10	5	-	-
- холодильное	2	2	1	1
Производственный персонал	8	5	4	3

\* принято по нормам оснащения;

\*\* установлено на основе расчетов.

Полученные результаты свидетельствуют, что наиболее рациональной и экономически эффективной формой является организация работы предприятий на охлажденной продукции и, особенно, при доставке пищи в горячем виде. Применение этих способов позволят в значительной степени уменьшить потребность предприятий в технологическом оборудовании, численность работников и соответственно площади производственных помещений.

УДК 664.681.1

### ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЛОНИМСКОГО МЯСОКОМБИНАТА

Ромашин П.А., Онисковец Л.В.

УО «Могилевский государственный университет продовольствия»  
Могилев, Беларусь

ОАО "Слонимский мясокомбинат" относительно предприятий мясной отрасли Беларуси по выпуску товарной продукции занимает сильную, но ухудшающуюся конкурентную позицию. Рыночная доля предприятия в 2000 году составляла 6,78 %, а в 2001 году сократилась до 6,46 %. Лидерами рынка, но с ухудшающейся конкурентной позицией, по мясной продукции являются Гродненский, Волковысский и Оршанский мясокомбинаты. В целом по выпуску всех видов продукции, кроме

мясных консервов, ОАО "Слонимский мясокомбинат" занимает сильную конкурентную позицию. ОАО "Слонимский мясокомбинат" ухудшает свои позиции по выпуску колбасных изделий (рыночная доля - 6,51 %). В таком же положении находятся и Волковысский и Витебский МК, но с большей долей рынка. Лидером рынка колбасных изделий выступает Могилевский МК. Улучшают свои конкурентные позиции Гродненский, Минский, Слуцкий, Жлобинский и Березовский мясокомбинаты.

ОАО "Слонимский мясокомбинат" предлагает широкий ассортимент продукции, который постоянно расширяется и обновляется. Степень обновления ассортимента составляет 27,74 %. Наибольший удельный вес в структуре выпускаемой продукции занимает мясо и субпродукты первой категории и колбасные изделия. За анализируемый период увеличился объем производства дешевых видов колбасных изделий (вареных, сосисок, нефондовых) и сокращается выпуск дорогостоящих видов. Увеличивается производство копчено-вареных колбас наряду с малорентабельными видами.

Основными регионами сбыта продукции ОАО "Слонимский мясокомбинат" являются торговые предприятия Минска, Слонима, Гродненской области. ОАО "Слонимский мясокомбинат" испытывает конкуренцию со стороны Волковысского мясокомбината и польских производителей. Потребители недовольны вкусовыми качествами продукции ОАО "Слонимский мясокомбинат" и ценами. Покупатели довольно часто сталкиваются с продажей некачественной продукции. Изделия ОАО "Слонимский мясокомбинат" уступают продукции конкурентов только по цене, но превосходят - по внешнему виду (по отношению к Волковысской), и по сравнению с польскими изделиями превосходят по составу, консистенции, но значительно уступают по цене.

Главная задача ОАО "Слонимский мясокомбинат" состоит в получении относительного уровня конкурентоспособности больше единицы, а это возможно при улучшении вкусовых качеств по вареным колбасам и снижении цены.

Высокая цена продукции, выпускаемой ОАО "Слонимский мясокомбинат", объясняется дорогим сырьем и материалами, а также высокими амортизационными отчислениями и затратами на оплату труда. Снижение расходов по этим статьям можно предвидеть только по позиции "Расходы на оплату труда" за счет сокращения численности работников. Уменьшение затрат на основное сырье и материалы невозможно, поскольку по плану технического развития предприятия в 2002-2003 годах будет продолжаться модернизация основного производства, введется в эксплуатацию новое оборудование, что позволит ОАО "Слонимский мясокомбинат" повысить свою конкурентоспособность и эффективность деятельности.

Первостепенными задачами ОАО "Слонимский мясокомбинат" по повышению конкурентоспособности продукции и предприятия в целом являются:

1. Внедрение новых технологий с использованием широкого спектра вкусоароматических, функциональных и комплексных пищевых добавок, позволяющих расширять ассортимент выпускаемой продукции, улучшить вкусовые параметры, консистенцию, увеличить выхода и сроки годности, снизить себестоимость мясных изделий;
2. Расширение ассортимента и увеличение объемов колбасных изделий, полуфабрикатов и консервов с использованием растительных добавок (бобовые, крупы, корнеплоды) с целью увеличения экономии мясных ресурсов и уменьшения себестоимости готовой продукции;
3. Применение технологии с использованием парного мяса для улучшения качества продукции;
4. Расширение использования новых видов многослойных барьерных оболочек, современных упаковочных и маркировочных средств;
5. Постоянная работа над созданием новых видов и увеличением ассортимента и объема выпуска деликатесной продукции для расширения рынков сбыта;
6. Расширение производства мясопродуктов для детей дошкольного и школьного возраста.
7. Изучение возможности завоевания рынка Витебской, Гомельской, Могилевской области.

УДК 658.362

#### **ОБ ОРГАНИЗАЦИИ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК**

**Абрамович Н.В., Кондрашова И.А.**

**УО «Могилевский государственный университет продовольствия»  
Могилев, Беларусь**

Улучшение качества продукции необходимо не только для получения прибыли при реализации, но и, что является главным, для удовлетворения нужд и интересов потребителей и общества в целом.

Одним из основных направлений улучшения качества продукции является эффективный контроль качества на всех стадиях жизненного цикла продукции, особенно при производстве.