

МЕРОПРИЯТИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ КОМБИКОРМОВОЙ ПРОДУКЦИИ

Шалабодова Н.А.

Могилёвский государственный университет продовольствия

г. Могилев, Беларусь

Рынок комбикормовой продукции является одним из наиболее динамично развивающихся в Республике Беларусь. В качестве основных причин роста объемов производства комбикормов можно отметить следующие:

1 Устойчивая урожайность злаковых и масличных культур за предыдущие годы создали положительные предпосылки роста производства комбикормовой продукции.

2 Рост конкурентоспособности отечественной мясной продукции, реализация республиканских программ по развитию животноводства и перерабатывающей промышленности в Беларуси привели к увеличению поголовья сельскохозяйственных животных и росту потребления комбикормовой продукции.

3 Производители комбикормов стремятся объединиться с сельскохозяйственными предприятиями и фермами, что приводит к увеличению загрузки существующих мощностей. Одновременно крупные хозяйства строят собственные комбикормовые заводы. Вертикальная интеграция приводит к росту объемов производства комбикормовой продукции.

На комбикормовых заводах внедрен ряд мер, обеспечивающих относительно высокое качество выпускаемой комбикормовой продукции: входной контроль качества сырья; контроль качества производимой комбикормовой продукции; внедрение технологии гранулирования комбикормовой продукции; использование в производстве комбикормов биологически-активных добавок, которые позволяют увеличить продуктивность (увеличение привесов свиней, птиц, крупного рогатого скота, повышение удоев рогатого скота и увеличения яйценоскости птиц).

В качестве основных мероприятий по улучшению продукции и усилению ее конкурентных преимуществ на рынке можно выделить следующие:

– совершенствование качественных характеристик комбикормовой продукции за счет приобретения и использования высококачественного сырья, премиксов и технологий производства;

– введение новых добавок, имеющих противомикробную активность, снижающих риск развития плесени, повышающих кормовую и биологическую ценность продукта.

– предложение товара высокого качества по ценам, более низким, чем у конкурентов;

– оптимизация структуры себестоимости продукции;

– совершенствование расфасовки продукции и ее упаковки с целью наибольшего удобства для потребителей;

– доставка продукции, консультационные услуги по вопросу рациона вскармливания различных групп сельскохозяйственных животных, ветеринарные услуги по вопросу диагностики состояния здоровья сельскохозяйственных животных и птицы различных половозрастных групп и другие;

– развитие товаропроводящей сети с целью активного продвижения продукции на новые рынки сбыта.