

## МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЯСА И МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ

Шафранский И.Н.

Могилевский государственный университет продовольствия  
г. Могилев, Беларусь

Конкуренция, рост издержек производства, снижение платежеспособного спроса стимулируют коллектив предприятия искать пути повышения конкурентоспособности, как выпускаемой продукции, так и предприятия. Объектом исследования выступают предприятия перерабатывающей промышленности, предметом – процессы формирования конкурентоспособности продукции на этих предприятиях.

На современном этапе существует множество трактовок такого понятия, как конкурентоспособность, и современная мировая экономическая наука до сих пор не признала ни одну из этих трактовок универсальной и общепринятой. Это связано с тем, что термин «конкурентоспособность» используется, как для характеристики продукции, так и для предприятия, отрасли, национальной экономики страны. Анализ литературных источников показал, что чаще всего под конкурентоспособностью продукции признается совокупность его качественных и стоимостных характеристик, которая обеспечивает удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно для покупателя отличается от аналогичных товаров-конкурентов.

Основными общепризнанными факторами конкурентоспособности продукции являются качество и цена. Потребитель при одинаковом качестве продукции, выбирает более дешевый товар. Но, как показывает практика, потребитель готов заплатить дороже, если качество продукции выше: продукция вкуснее, экологически чистая. Могилевский

Оценка конкурентоспособности продукции, по нашему мнению, должна базироваться на мнении потребителей. В этом случае целесообразно применять экспертную оценку конкурентоспособности продукции путем опроса покупателей на проводимых дегустациях в торговых точках города и в фирменных магазинах предприятия, с помощью проводимого общения с товароведами магазинов, анализа ассортимента конкурентов, ежемесячному проведению мониторинга цен конкурентов, поиска передовых идей на международных выставках.

Анализ деятельности ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» показал, что формировать конкурентоспособность мяса и мясной продукции можно, используя следующие мероприятия: рост объемов производства и реализации продукции; увеличение оборачиваемости финансовых средств; наращивание объемов экспорта продукции; сокращение непроизводственных расходов; недопущение производства и реализации убыточной продукции; постоянное обновление ассортимента выпускаемой продукции; внедрение в производство нового современного оборудования и новых технологий, направленных на повышение качества выпускаемой продукции; логистика поставок готовой продукции; реализация программ по энергосбережению и техническому перевооружению; выполнение мероприятий по экономии затрат.