

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «МИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ» НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ПРОДУКТОВЫХ ИННОВАЦИЙ

А. А. Должевская

*Белорусский государственный университет, г. Минск;
alexisdolzhevskaya@gmail.com;*

науч. рук. – В. М. Карпенко, канд. техн. наук, доц.

Значительная актуальность на данный момент приобретает необходимость внедрения инноваций в производство предприятий для того, чтобы адаптироваться к изменяющимся условиям. Мясоперерабатывающее предприятие остро нуждается во внедрении продуктовой инновации в свою деятельность для эффективного функционирования предприятия, а также повышения конкурентоспособности и экономического роста.

Ключевые слова: рынок мяса и мясной продукции, продуктовые инновации, зарубежный опыт, международные лидеры рынка, ключевые факторы успеха

На сегодняшний день рынок мясной продукции Республики Беларусь оказывает существенное влияние на остальные виды продовольственных рынков не только отечественных, но и зарубежных. Данный рынок имеет тенденцию динамического развития, которую мы наблюдаем из года в год. Рынок мяса и мясной продукции является одним из крупнейших сегментов продовольственной отрасли Беларуси как по емкости, так и по количеству участников. Сегодня высокий уровень конкуренции на рынке мяса и мясной продукции вынуждает предприятия к процессу поиска новых технологий и оборудования для повышения эффективности деятельности предприятия. Именно мировые страны-экспортеры задают вектор тенденций на мировом рынке мяса и мясной продукции, т.к. это развитие и развивающиеся страны в число которых входит США, Аргентина, Европейский союз, Бразилия, Китай [1]. Основные тенденции по развитию рынка мяса и мясной продукции:

1. Роботизация процесса убоя скота. Роботизация является будущим не только рынка мяса, но и других сфер. Но на данный момент не все белорусские предприятия могут позволить данное оборудование. Роботизация процесса убоя скота и переработки мяса позволит сократить участие человека в этих процессах, либо же и вовсе исключить. Робот, благодаря встроенной системе данных, сможет автоматически определять вес, тип туши, структуру, методов сканирования скота, что позволит делать точный разрез, что в свою очередь продлит срок годности продукции, за счет отсутствия дополнительного процесса дозачистки и распила.

2. Ферментация мяса. Ферментация мяса является природным процессом, который позволяет путем воздействия ферментов на химические процессы в мясе, добиться разрушения волокон мышц, что позволяет стать мясу более нежным и мягким, и приобрести более насыщенный вкус. Этот процесс популярен среди любителей стейков, барбекю и ресторанов.

3. Вакуумная упаковка. Использование вакуумной упаковки позволяет продлить срок хранения мяса, не прибегая к всевозможным добавкам и консервантам.

4. Внедрение новой продукции в ассортиментный ряд

5. Внедрение технологии 3D-печати для производства мясной продукции [2].

Для того, чтобы провести оценку конкуренции на международном рынке мяса и мясной продукции был проведен анализ ключевых факторов успеха (таблица).

Таблица

Анализ ключевых факторов конкуренции

Всего	ОАО «Минский мясокомбинат»	Основные конкуренты								
		ОАО «Березовский МК»	ОАО «Гродненский МК»	ОАО «Волковысский МК»	ОАО «Слуцкий МК»	Tyson Foods Inc.	JBS	American Foods Group	WH Group of China	
	Инновации в организации									
	0,8	5/0,4	6/0,48	6/0,48	6/0,48	6/0,48	10/0,8	10/0,8	9/0,72	10/0,8
	Внешний вид продукции									
	0,2	8/0,96	8/0,96	9/1,08	8/0,96	9/1,08	10/1,2	10/1,2	10/1,2	9/1,08
	Качество продукции									
	0,4	8/1,6	8/1,6	8/1,6	8/1,6	8/1,6	10/2	10/2	9/1,8	9/1,8
	Пищевая ценность									
	0,8	7/0,56	8/0,64	7/0,56	8/0,64	7/0,56	10/0,8	10/0,8	9/0,72	8/0,64
Уровень цен										
0,1	7/0,77	9/0,99	9/0,99	9/0,99	8/0,88	9/0,99	10/1,1	9/0,99	9/0,99	
Имидж предприятия										
0,5	8/1,2	9/1,35	8/1,2	7/1,05	8/1,2	9/1,35	10/1,5	8/1,2	8/1,2	
Вкус продукции										
0,6	8/1,28	9/1,44	8/1,28	8/1,28	7/1,12	10/1,6	10/1,6	9/1,44	8/1,28	
Запах продукции										
0,1	8/0,8	9/0,9	8/0,8	7/0,7	8/0,8	10/1	10/1	8/0,8	8/0,8	
Итого										
1	7.57	8.36	7.99	7.7	7.72	9.74	10.0	8.87	8.59	

Примечание: собственная разработка на основе [3]

ОАО «Минский мясокомбинат» относится к числу наиболее старых в Республике Беларусь из действующих мясокомбинатов. Предприятие основано в 1922 году на базе хладобойни.

Благодаря результатам таблицы, мы можем определить лидера рынка, уровень развития конкретных способностей отдельного предприятия по сравнению с другими мясоперерабатывающими предприятиями отечественного и зарубежного рынка.

Исходя из проведенного анализа оценки ключевых факторов успеха, мы видим, что каждому из представителей стратегической группы есть к чему стремиться. Основным недостатком наших отечественных предприятий является отсутствие инноваций на предприятии и пищевая ценность продукции.

Так же, анализ показал, что лидером отечественного рынка является ОАО «Березовский мясокомбинат», который занимает лидирующие позиции за счет таких факторов как уровень цен, имидж предприятия, вкус и запах продукции. Полученные результаты позволяют наглядно оценить, по каким позициям продукция ОАО «Минский мясокомбинат» наиболее полно отвечает запросам потребителей, а какие позиции являются слабыми, по сравнению с конкурентами.

Что касается зарубежного рынка, что он все-таки идет в ногу со временем. Основными причинами почему белорусский рынок мяса и мясной продукции не достигает мирового прогресса выступают, сравнивая с лидерами данного рынка (бразильская компания JBS, американские компании Tyson Foods Inc. и American Foods Group, а также китайская организация WH Group of China): отсутствие современного оборудования на предприятиях, низкий процент внедрения инноваций на производстве, что не позволяет достигать желаемого уровня пищевой ценности продукции, вкусовых качеств и т.п.

Исходя из проделанной работы, мы можем сделать следующие выводы:

1. роль внедрения продуктовых инноваций на производстве имеет большой вес в связи с интенсивным развитием рынка мясной продукции Республики Беларусь, что способствует увеличению конкуренции между отечественными и зарубежными товаропроизводителями.

2. продуктовые инновации формируют инновационный потенциал предприятия.

3. в настоящее время белорусские компании тратят на внедрение инноваций в производство значительно меньше своих зарубежных конкурентов, что в основном связано с некорректным распределением денежных средств, недостатком финансовых ресурсов, отсутствия поддержки

и финансирования со стороны государства, а также отсутствием мотивации к улучшению эффективности деятельности предприятия.

Библиографические ссылки

1. *Завлин П. Н., Васильев А.В.* Оценка эффективности инноваций. СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2016. 216 с.
2. *Николаев Д.В.* Концептуальные подходы к управлению и оценке эффективности процессов организационных изменений на предприятиях // Вестник академии знаний, №34(5). 2019. С. 191-198.
3. Корпоративный сайт предприятия ОАО «Минский мясокомбинат» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mmk.by>. Дата доступа: 24.05.2020.