

Анастасия Дзюба
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Е.М. Бородинская, к.э.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОАО «АФПК «ЖЛОБИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»

В настоящее время ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» – одно из крупнейших мясоперерабатывающих предприятий Республики Беларусь.

Жлобинский мясокомбинат включает в себя четыре основных подразделения: мясожировой корпус, холодильник, мясоперерабатывающий корпус, фирменная торговля.

Вся продукция соответствует ГОСТам и СТБ, имеет необходимые сертификаты для реализации за пределами Беларуси.

Для определения стратегических действий, направленных на усиление конкурентных позиций предприятия и его развитие, был выполнен анализ факторов внутренней и внешней среды предприятия на основе метода SWOT-анализа, суть которого заключается в разработке стратегии развития организации, путем раскрытия четырех ключевых аспектов: сильных сторон, слабых сторон, возможностей и угроз.

По результатам SWOT-анализа установлено, что для успешного развития предприятия и повышения его конкурентоспособности в современных условиях необходимо расширять ассортимент продукции, который уже давно не обновлялся, в том числе за счет запуска новой производственной линии. Нами предложено в ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» внедрить новую линию по производству паштетов, которые становятся все более популярными среди потребителей как продукт, готовый к употреблению, обладающий высокой калорийностью и представляющий собой достойную альтернативу колбасной продукции.

Современные паштеты можно разделить по нескольким признакам:

- по способу термической обработки: на вареные и запеченные;
- по виду упаковки: на паштеты в колбасной оболочке и в виде консервов;

- по составу: на мясные, печеночные, с добавлением фруктов, орехов и т.д. и даже вегетарианские;

- по структуре: на мажущиеся, режущиеся и грубоизмельченные.

Изготовление паштетов осуществляется по следующему составу линии: шпигорез, варочная емкость с перфорированной корзиной, холодильник, волчок, куттер.

Подготовленные сырьевые материалы (мясо, печень) перерабатывают последующим образом: мясо делят на куски определенного размера (вручную или на специальных машинах, например шпигорезах). Далее сырье отправляется на тепловую обработку, где его варят или бланшируют. После тепловой обработки сырье охлаждают. Охлажденное сырье измельчают при помощи волчков. Затем полученный продукт подвергается еще более мелкому измельчению в куттере, при этом в него добавляют соль, необходимые специи и другие компоненты.

Участок фасовки колбасной упаковки состоит из: шприц, клипсатор, термокамера.

Для колбасной упаковки участок фасовки имеет следующий вид: продукт уже после куттера фасуется в колбасную оболочку при помощи шприца. Фасованные порции закрепляются с помощью клипсатора. Продукт в оболочке развешивается внутри термокамеры. Далее идет процесс запекания. После охлаждения продукт готов к потреблению.

Участок фасовки консервной тары состоит из следующих этапов: банкомойка, наполнитель, закаточная/укупорочная машина, автоклав, машина мойки и сушки тары, этикетировочная машина, групповая упаковка.

Для консервной упаковки участок фасовки имеет следующий вид: фасовочную тару следует мыть и стерилизовать. Продукт сортируется в подготовленную тару. Подбор наполнителя зависит от структуры паштета. Тара герметизируется. Проводится термообработка (варка) продукта в таре при помощи автоклава. На тару наносится этикетка с информацией о продукте и изготовителе.

Т.к. производство паштетов по своей структуре подобно производству колбас, то для реализации данного вида продукта, на первое время, новое оборудование не потребуется.

При формировании ассортимента и структуры выпуска продукции предприятие должно учитывать, с одной стороны, спрос на дан-

ные виды продукции, а с другой – наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других ресурсов, имеющихся в его распоряжении. Система формирования ассортимента включает в себя:

- определение текущих и перспективных потребностей покупателей; оценку уровня конкурентоспособности выпускаемой или планируемой к выпуску продукции;

- изучение жизненного цикла изделий на рынках, принятие своевременных мер по внедрению новых, более совершенных видов продукции и изъятие из производственной программы морально устаревших и экономически неэффективных изделий;

- оценку экономической эффективности и степени риска изменений в ассортименте продукции.

Предложение по производству паштетов увеличит ассортимент продукции, что привлечет новых потребителей и приведет к росту объема продаж. Разнообразие ассортимента продукции будет способствовать узнаванию торговой марки и повышению лояльности потребителей. Своевременное обновление ассортимента продукции с учетом изменений конъюнктуры рынка является одним из важнейших индикаторов деловой активности предприятия и фактором его конкурентоспособности.

УДК 331.101.6

Максим Дрозд
(Республика Беларусь)

Научный руководитель А.В. Ковтунов, к.э.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Производительность труда – это условный показатель, мера результативности и/или эффективности труда одного человека или группы людей.

Вышеупомянутый показатель выражается двумя другими, а именно:

- Выработка – это общее количество или объем условных единиц продукции или услуг произведенных или предоставленных в одну условную единицу времени.