

УДК 339.137.2:636.4

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СБЫТА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ

КИРГЕТ Н.М., студент

Научный руководитель **ЧАУСОВА С.К.**, канд. экон. наук, доцент

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Среди отраслей пищевой промышленности Республики Беларусь мясная занимает ведущее положение, что определяется социальной значимостью ее продукции, обеспечивающей не только внутренний рынок, но и поставки на экспорт.

В настоящее время функции технологии в производстве и реализации продукции становятся особенно важными. Именно технологи должны искать рациональные решения по созданию новых видов продукции, снижать комплекс затрат при производстве, защищать отечественный рынок от вторжения российской, польской и другой зарубежной продукции за счет лучшего качества и приемлемой цены.

Анализ деятельности предприятий зарубежных стран показывает, что усилия специалистов направлены на разработку новых технологий с использованием нетрадиционных носителей энергии (СВЧ, микроволны, электромагнитное излучение), биотехнологий, физико-химических воздействий. Это позволяет интенсифицировать технологии, создавать продукты новых, нетрадиционных рецептур, улучшенного состава, с высокими органолептическими показателями. При этом достигается увеличение сроков хранения продукции, улучшаются санитарно-гигиенические условия на предприятиях, повышается экологическая безопасность процессов. Технический прогресс должен быть направлен на развитие исследований в области пищевой химии, биотехнологии, микробиологии, гигиены питания и разработку на этой основе модульного принципа конструирования новых продуктов с заданными свойствами.

Разрабатывая новые технологии, создавая новые продукты питания, необходимо учитывать и тот фактор, что структура потребления продуктов питания с различного типа добавками должна соответствовать физиологическим потребностям всех категорий населения.

Таким образом, использование современных технологий обеспечит эффективную реализацию мясной продукции, как на внешнем, так и на внутреннем рынках.