

массы на 7,8 %, повысить сохранность молодняка птиц на 3,5 % и снизить падеж птиц до 0,4%. Введение биологически активной добавки «Вигозин» в рацион бройлеров экономически оправдано, так как сохранность молодняка во 2-й опытной группе повышается на 3,5 %, в третьей - на 1,7 %, в четвертой - на 2,5 %. Применение препарата «Вигозин» с питьевой водой двукратно в дозе 1 мл на 1 л воды в течение первых 3-х суток и на 13-й день выращивания позволяет повысить сохранность цыплят-бройлеров на 2,3% за счет нормализации обмена веществ у молодняка и сохранения функционального состояния печени.

УДК 339.13:637.12

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА**

**РЕЗНИКОВА Е.В.**, студентка

Научный руководитель **РЕДЬКО В.Н.**, канд. экон. наук, доцент

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

В течение многих десятков лет в нашей стране, в условиях высокой монополизации производителей регулятором производства продукции являлся не реальный спрос, а административно-командный механизм управления экономикой, который регулировал потребление, формировал потребности и вкусы покупателей.

При оценке конкурентоспособности товара принимаются во внимание прежде всего его функциональное назначение, надежность, долговечность, удобство использования, эстетичность внешнего вида, упаковка, обслуживание, гарантия, сопроводительные документы, инструкции и другие характеристики, т.е. способность товара удовлетворять совокупные потребности покупателя лучше, чем товары-конкуренты.

Производитель, создавая конкурентоспособный товар, может применять различные стратегии. В частности он может:

- добиться отличия товаров предприятия в глазах покупателей от товаров конкурентов;
- выбрать из намеченных к производству товаров один, являющийся наиболее привлекательным для всех покупателей, и осуществить на этой основе прорыв на рынке;
- отыскать новое применение выпускаемым товарам;
- своевременно изъять экономически неэффективный товар из сбытовой программы предприятия;
- найти выход на новые рынки, как со старыми, так и с новыми товарами;
- осуществлять модификацию выпускаемых товаров в соответствии с изменением вкусов и потребностей покупателей;

- регулярно развивать и совершенствовать систему сервисного обслуживания реализуемых товаров и систему стимулирования сбыта в целом.

Обострение конкуренции под воздействием международного разделения труда и научно-технического прогресса подталкивает производителей к усиленному поиску новых конкурентоспособных товаров и новых рынков их сбыта.

В международной практике считается целесообразным выпускать не один товар, а его достаточно широкий параметрический ряд, образующий ассортиментный набор.

УДК 339.13:637.12

### **ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ РЕЗЕРВЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**РЕЗНИКОВА Е.В.**, студентка

Научный руководитель **РЕДЬКО В.Н.**, канд. экон. наук, доцент

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Роль белка в процессе жизнедеятельности любого организма очень велика. Основными поставщиками его в организм человека являются мясо и мясопродукты. Объемы их производства в мире существенно ниже потребностей. Кроме того, качество мяса и мясопродуктов оставляет желать лучшего. Эта проблема может быть решена за счет развития конкуренции мясоперерабатывающих предприятий. Разгосударствление и приватизация названных предприятий создали условия для развития конкуренции. Но несмотря на это, национальный рынок мяса и мясопродуктов характеризуется высокими ценами на них (что делает мясопродукты недоступными основной массе населения страны) и, в отдельных случаях, низким их качеством. Это связано с отсутствием необходимых навыков работы отечественных производителей мяса и мясопродуктов в условиях рынка и неотработанностью механизма их конкуренции.

Рассмотрим основные технологические резервы повышения конкурентоспособности мясопродуктов на примере ОАО «Могилевский мясокомбинат». Специалисты-технологи предприятия ведут постоянную работу по расширению ассортимента производимой продукции с целью полного удовлетворения потребностей потенциальных потребителей. За последние годы внедрены в производство пельмени, вырабатываемые без использования растительных добавок, мясные фарши на основе применения комплексных пищевых добавок, деликатесная продукция - сырокопченые продукты из свинины, говядины (палочки к пиву, чипсы деликатесные и др.), оригинальные сосиски с кетчупом и горчицей. Освоен выпуск быстрозамороженных полуфабрикатов, которые отличаются возможностью