

УДК 005.591.6:637.5(476.7)

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО «ПИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»

Е.В. Гмир, 3 курс

Научный руководитель – В.Н. Редько, к.э.н., доцент

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Инновации являются одним из важнейших направлений деятельности любого предприятия, так как именно они во многом определяют его конкурентоспособность на рынке.

Республика Беларусь имеет давние традиции в области животноводства и мясопереработки. Рынок мяса и мясопродуктов – один из крупнейших сегментов продовольственной отрасли страны. Белорусский рынок мясопродуктов динамично развивается и его состояние оказывает существенное влияние на функционирование других видов продовольственных рынков. В отрасли занято 17 % общей численности работников всего агропромышленного комплекса и 19 % совокупной стоимости основных производственных фондов АПК. На долю мяса и мясопродуктов приходится 30–32 % всех затрат на производство продовольствия в республике. В структуре розничного товарооборота мясной продукции принадлежит 11–13 %. Значительное место мясной отрасли в экономике страны обусловлено высокой ценностью его конечной продукции в структуре питания населения республики [1, с. 38].

ОАО «Пинский мясокомбинат» является одним из лидеров на рынке мяса и мясопродуктов Республики Беларусь. Предприятие является лауреатом Премии Правительства Республики Беларусь в области качества и ежегодно участвует и имеет ряд побед в различных республиканских и международных конкурсах, выставках и ярмарках.

Производственные мощности мясокомбината обеспечивают выпуск 50 т мяса и 8,5 т колбасных изделий в смену, в том числе 2 т продуктов из свинины и говядины. Предприятие работает прибыльно и рентабельно: по итогам работы за 2015 г. было получено 17,8 млрд. руб. прибыли, а рентабельность работы составила 9,0%.

На предприятии имеется более 40 сертификатов соответствия ГОСТам Российской Федерации и 10 белорусских сертификатов соответствия, что является гарантией производства и реализации потребителям безопасной качественной продукции. В последние годы проведена работа по внедрению системы безопасности пищевых продуктов на основе принципов HACCP, которая обеспечивает выпуск продукции высокого качества [2].

На предприятии ведется работа по расширению ассортимента выпускаемой продукции, внедряется новое современное оборудование, проводится совершенствование технологических процессов (производство колбасных изделий с применением пищевых добавок).

В последние годы были освоены новые виды полуфабрикатов из мраморного мяса, которое получило свое название из-за равномерного распределения жировых прослоек в мышечных тканях; внедрены такие прогрессивные виды оболочек, как КО КО и НАЛОНЕТ.

В ближайшее время планируется дальнейшее внедрение прогрессивных оболочек, удовлетворяющих вкусы потребителя в сочетании с требованиями производителя, обеспечивающих конкурентоспособность продукции. Это такие оболочки, как NATURIN и НАНОСМОК.

Для вареных, полукопченых, сырокопченых колбас и копченостей применяются различные функциональные добавки, включающие в себя пирофосфатные элементы (обеспечивающие сохранность в мясной продукции кальция), стабилизатор цвета, регулятор кислотности, натуральный пищевой краситель, экстракт пряностей. Применяемые моно и диглицериды пищевых и жирных кислот способствуют стабилизации водо-жиро-белковой эмульсии мясного фарша, улучшают консистенцию готового продукта. Кислоты, входящие в состав добавок – уксусная, лимонная, аскорбиновая – препятствуют размножению патогенных микроорганизмов, удлиняя тем самым сроки реализации колбасных изделий, вырабатываемых с использованием пароводонепроницаемых оболочек.

В 2016 году планируется разработать новые виды колбасных изделий на основе текстильных оболочек нового поколения. Так разрабатывается праздничная серия колбасных изделий для каждого события с красочными привлекательными оболочками, максимально приближенными к натуральным. Следует отметить, что на нашем рынке аналогов колбасных изделий с использованием данного вида оболочек нет.

Основной целью стратегии маркетинга предприятия является увеличение объемов продаж. При этом приоритетным направлением является увеличение объемов продаж колбасных изделий. В настоящее время ежемесячно реализуется около 350–400 тонн колбасных изделий. Для достижения запланированных объемов продаж в размере 500 тонн в месяц необходимо тесно взаимодействовать следующие инструменты маркетинга: ассортимент, качество товаров, цена, организация сбыта, продвижение. Мы считаем, что для сохранения положительных тенденций развития, предприятие должно особое внимание уделять расширению товарного ассортимента, используя инновационные технологии производства новых видов мясопродуктов. Исследования показывают, в последние годы коэффициент обновления товарного ассортимента на предприятии имел тенденцию к росту и в 2015 году его значение достигло 0,64.

Модернизация предприятия позволит еще больше расширить ассортимент, повысить качество и конкурентоспособность продукции, снизить издержки производства, увеличить выход продукции из единицы сырья и срок годности, улучшить потребительские свойства. Создание и внедрение принципиально новых технологий призвано обеспечить комплексную безотходную переработку сырья и вторичных ресурсов для производства экологически безопасных, конкурентоспособных пищевых продуктов с учетом потребностей различных возрастных и социальных групп населения.

Таким образом, основными инновациями, определяющими конкурентоспособность продукции ОАО «Пинский мясокомбинат» являются инновации, связанные с повышением качества, снижением себестоимости и цены, расширением ассортимента, улучшением дизайна, обеспечения доступности и известности торговой марки «Пикант».

Список использованных источников

1. Дегтяревич, И. И. Организация производства : пособие для студ. и учащ. вузов и ссузов в обл. сел. хоз-ва / И. И. Дегтяревич ; Минсельхозпрод РБ, УМЦ Минсельхозпрода. – Минск : УМЦ Минсельхозпрода, 2007. – 89 с.

2. ОАО «Пинский мясокомбинат» (<http://pikant.by>) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://pikant.by/> – Дата доступа: 04.03.2016.