

переработки, когда на 1 тыс. м<sup>3</sup> вывезенной древесины приходится лишь 36,8 т бумаги, картона и 8,0 т целлюлозы. Очевидно, что Беларусь имеет определенные трудности в производстве целлюлозно-бумажной продукции. Экспорт необработанной древесины в республике достигает 200,3 м<sup>3</sup> с 1 тыс. м<sup>3</sup> вывезенной древесины, в то время как Беларусь импортирует дорогостоящие изделия целлюлозно-бумажной промышленности.

Таким образом, зарубежный опыт управления ЛПК указывает на необходимость развития производств, направленных на глубокую переработку древесины. Это позволит решить проблемы комплекса, связанные с недоиспользованием тонкомерного сырья мягколиственных пород, и тем самым повысить доходы отрасли.

*М.В. Молохович*  
БГЭУ (Минск)

## **МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Рыночная экономика предъявляет к агропромышленному комплексу требования в отношении эффективности производства, качества продукции, обеспечения занятости. Чтобы добиться устойчивой экономики и финансового состояния, необходимы значительные усилия в стабилизации и наращивании производства, повышении качества продукции, снижении себестоимости, изучении спроса и предложения. Все эти факторы учитываются при адаптации предприятия к современным условиям и производству конкурентоспособной продукции. Особенно это актуально для перерабатывающих предприятий, поскольку решение проблемы конкурентоспособности открывает пути к их развитию.

Современное состояние экономики перерабатывающих предприятий двойко и противоречиво. С одной стороны, намечается некоторое увеличение объемов производства, а с другой — обостряется проблема недогрузки мощностей, увеличения износа основных средств и себестоимости продукции, снижения рентабельности и прибыли. Исключением не является и Березовский мясоконсервный комбинат.

Анализ деятельности Березовского МКК показывает, что в настоящее время перед предприятием стоит ряд проблем, связанных с сокращением сырьевой зоны и трудностями реализации уже готовой продукции. Так, основная масса продукции реализуется на местных рынках, экспорт в России составляет всего 4 %, а выход на ев-

ропейский рынок затрудняется жесткой протекционистской политикой этих государств и проблемами сертификации.

Сегодня мощности предприятия не загружены даже наполовину. Кроме того, наблюдается высокий износ основных фондов, что не может не сказаться на высокой себестоимости продукции. Однако, несмотря на вышеуказанные трудности, деятельность предприятия является рентабельной (уровень рентабельности составляет 3,6 %). Продукция отличается высоким качеством и конкурентоспособностью, о чем свидетельствует комплексный показатель конкурентоспособности (1,073). Тем не менее, для дальнейшего успешного функционирования предприятие должно повысить уровень конкурентоспособности своих изделий. Для этого необходимо: совершенствовать маркетинговую деятельность, т.е. проводить позиционирование продукции, активную рекламную деятельность, в том числе в СМИ, изготавливать сувенирную и печатную рекламную продукцию; принимать участие в выставках и ярмарках; разработать привлекательный, быстро запоминающийся брэнд и провести целенаправленную кампанию по его продвижению на рынке.

Больше внимания следует уделять исследованию потребительских запросов. При научно обоснованной норме потребления 90 кг мяса на душу населения в год жители нашей республики потребляют только около 60 кг. Такая тенденция обусловлена низким уровнем дохода населения республики. На потребительском рынке происходит снижение потребления дорогих высококачественных мясопродуктов за счет увеличения потребления социально значимой продукции и полуфабрикатов.

Таким образом, важнейшим фактором конкурентной борьбы на белорусском рынке является ценовой. Перед предприятием стоит задача: расширить свой рынок посредством политики низких цен. Для этого необходимо снизить себестоимость продукции за счет внедрения в производство ресурсосберегающих технологий, реконструкции предприятия и осуществления мероприятий по повышению производительности труда. Нужно совершенствовать организационно-экономические отношения с партнерами.

Одним из путей решения этой проблемы является участие Березовского МКК в холдинге "Брестмясомолпром", что обеспечивает маневренность сырьевыми ресурсами по периодам года с учетом сезонности и наиболее эффективное их использование; закрывает возможности перекупики скота коммерческими структурами; позволяет остановить расточительную трату средств на создание в колхозах и совхозах цехов малой мощности, направить дополнительные ресурсы сырья на мясокомбинат и таким образом увеличить конкурентоспособность продукции.