

УДК 664:658.56
https://doi.org/10.47612/2073-4794-2022-15-1(55)-53-60

Поступила в редакцию 10.01.2022
Received 10.01.2022

Е. З. Ловкис

*РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию»,
г. Минск, Республика Беларусь*

ДОСТИЖЕНИЕ КОНКУРЕНТОУСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПИЩЕВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Предложен механизм достижения продовольственной конкурентоустойчивости для предприятий, производящих продукты здорового питания, состоящий из организационного, экономического, социального, производственного, информационного блоков, а также блоков научно-кадрового обеспечения, маркетинга, формирования качества и декларирования, в которых подробно изложены порядок действий и методика анализа достигнутого.

Ключевые слова: конкурентоустойчивость, пищевая промышленность, механизм, здоровое питание, продукты питания, маркетинг.

E. Z. Lovkis

*RUE "Scientific and Practical Center of the National Academy of Sciences of Belarus for Food",
Minsk, Republic of Belarus*

ACHIEVING COMPETITIVE DEVELOPMENT OF A FOOD ENTERPRISE

Abstract. A mechanism for achieving food competitiveness for enterprises producing healthy food products is proposed, consisting of organizational, economic, social, production, information blocks, as well as blocks of scientific, personnel support, marketing, quality formation and declaration, which detail the procedure and methodology for analyzing what has been achieved.

Key words: competitiveness, food industry, mechanism, healthy food, food, marketing.

Введение. Пищевая промышленность Республики Беларусь представляет собой совокупность разнoproфильных отраслей, которые обеспечивают страну высококачественными продуктами питания в объемах и ассортименте, достаточных для формирования правильного и сбалансированного рациона питания.

На белорусском продуктовом рынке присутствует как отечественная, так и импортная продукция. Ведущие мировые производители стремятся увеличить экспорт своей продукции, в том числе и создавая собственные производства на территории Беларуси. Потребители предпочитают продукты питания отечественного производства, так как они доступны по цене и высокого качества.

Производители пищевой продукции в условиях жесткой конкуренции и непредсказуемости экономического развития соседних стран (эпидемии, экологические и политические катастрофы) обязаны обеспечить устойчивое развитие предприятия, в т.ч. и за счет постановки на производство продуктов здорового питания.

Концепция конкурентоустойчивости является относительно молодой и определяется способностью сохранять эффективность предприятия посредством противодействия угрожающим внешним и внутренним факторам в пределах допустимых отклонений от равновесного состояния [1].

Результаты исследований и их обсуждение. Нами предложен механизм достижения конкурентоустойчивости при организации производства продуктов здорового питания, графически представленной в виде схемы, состоящей из блоков: организационного, экономического, научного обеспечения, социального, кадрового, производственного, формирования качества и безопасности, сертификации и декларирования продуктов здорового питания, маркетинга, информационного обеспечения, анализа управления и развития конкурентоустойчивости (рис. 1).

В связи с обновлениями рынка, расширением ассортимента товаров и услуг, созданием новых технологий производств, организацией поставок сырья и сбыта готовой продукции, организационный блок должен включать механизм формирования инновационной среды, в том числе перечень

организаций, формирующих научно-технологическую базу, исследование техники и технологий, разработку рецептур и создание новейшей продукции, подготовку проектной и технологической документации, организаций имеющих в наличии современных лабораторий для испытания образцов продукции.

Эффективность управления экономическим развитием предприятия и повышения его конкурентоустойчивого потенциала зависит от принятых налоговых и законодательных норм, взаимодействия с инвесторами и экспертизой, учитывая рынок инновационных разработок и их коммерциализацию.

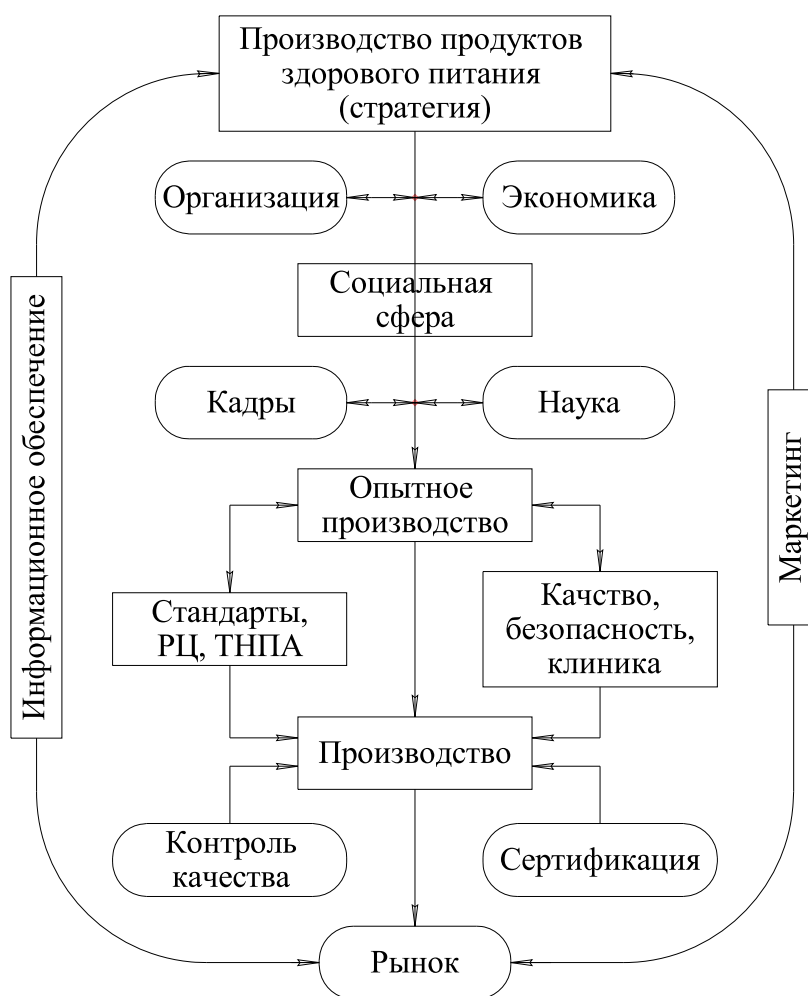


Рис. 1. Блок-схема достижения конкурентоустойчивости при производстве продуктов здорового питания

Fig. 1. Block diagram of achieving competitiveness in the production of healthy food products

Необходима организация и формирование ассортиментной политики предприятием по созданию продукции здорового питания на которую помимо общих внешних факторов, оказывают влияние специфические факторы: изменение структуры питания населения, употребление в пищу продуктов, прошедших жесткую технологическую обработку, ухудшение экологической обстановки, концепция здорового питания, мировые тенденции в области питания, новые технологии в упаковке, возросшие требования потребителей к марочной продукции.

Методологические подходы к разработке нового продукта представляют собой инновационный процесс по его созданию и запуску в производственную программу предприятия: от идеи до продукта, оценки его соответствия, наличия кадров, формирования концепции — рецептуры, марки, упаковки, сопровождение опытной партии до выхода на рынок [6].

К основным экономическим факторам достижения конкурентоустойчивости предприятия относятся: наличие интеллектуально-производственных ресурсов, правовое регулирование, инфляция,

риски и неопределенности, производительность, рентабельность, фондоотдача, коэффициент финансовой зависимости, обеспеченность оборотными средствами, уровень положения предприятия на рынке относительно конкурентов, уровень ликвидности, уровень планирования и бухгалтерского учета, сокращение удельных расходов и снижение себестоимости.

Механизм правового регулирования на предприятиях, производящих продукцию здорового питания включает:

- ♦ таможенную, налоговую, правовую защиту конкурентоспособных отечественных предприятий;
- ♦ государственное регулирование (включая «замораживание») цен на продукцию естественных монополий;
- ♦ создание законодательно-правового механизма гарантий инвесторам, как отечественным, так и зарубежным;
- ♦ формирование организационно-правовой системы привлечения валютных ресурсов;
- ♦ формирование современной правовой и информационной инфраструктуры рынка ценных бумаг.

Для создания нового производства, разработки инновационной стратегии развития необходим первичный анализ интеллектуально-производственных ресурсов предприятия.

С одной стороны, интеллектуально-производственные ресурсы (знания, информация, культура, образование, кадровые ресурсы, инженерные решения, патенты, проектные разработки, научные исследования) — это факторы производства, с другой стороны, эти ресурсы выполняют функцию генератора новых знаний. Таким образом, интеллектуальные ресурсы, обеспечивающие деятельность предприятий следует рассматривать как материальные и нематериальные активы. Однако в структуре материальной составляющей интеллектуально-производственных ресурсов также присутствуют ресурсы предприятия, обладающие уникальностью, то есть прошедшие или участвующие в процессе интеллектуализации: бренд, производительность, прибыль и рентабельность, охрана труда и экология.

Блок научного обеспечения предусматривает инновации, как путь достижения конкурентоустойчивости. Технологические инновации касаются разработки и внедрения технологий, позволяющих получить продукты здорового питания, увеличить срок хранения готовой продукции без потери качества, применения ресурсосберегающих технологий, совершенствования технологических процессов с целью сокращения времени производственного цикла, совершенствования тары, упаковки и логистики перевозок.

Инновационное развитие позволяет перерабатывающему предприятию увеличивать свой экономический потенциал и достигать поставленных целей путем стратегических изменений. Оценка оптимальности изменений является достаточно сложным этапом инновационного развития. Можно отметить следующие закономерности инноваций:

- ♦ инновации увеличивают экономический потенциал, то есть преимущества нового направления становятся очевидными, и возможность реализации этих преимуществ также становится более вероятной;
- ♦ инновации направлены на достижение конкретных целей, причем эти цели обязательно носят развивающий характер, обеспечивая экономический рост;
- ♦ практическая реализация инновационной стратегии является для предприятия руководством к действию;
- ♦ инновационная стратегия подразумевает непрерывность развития и постоянное совершенствование деятельности перерабатывающих предприятий в составе агропромышленных формирований.

Перерабатывающее предприятие, активно внедряющее инновации, должно опираться на механизмы, способствующие повышению эффективности процесса их внедрения. К таким механизмам относятся: механизм непрерывного инновационного развития; внешней и внутренней интеграции производства; консолидации и роста инновационных ресурсов.

Опыт стран с развитым сельским хозяйством и перерабатывающей промышленностью показывает, что успехи здесь обеспечиваются за счет постоянного поиска инноваций и их внедрения. Инновационная стратегия — это в настоящее время наиболее действенный и мощный рычаг, с помощью которого предстоит насытить рынок разнообразной конкурентоспособной продукцией [2, 3].

При дальнейшем рассмотрении механизма достижения конкурентоустойчивости предприятия при производстве продуктов здорового питания необходимо учитывать: социальную ориентацию, сохранение экосистем, социально-бытовые и производственные условия, профилактику заболеваний, охрану труда, уровень заработной платы.

Все социальные факторы могут концентрированно рассматриваться в таких сгруппированных схемах, как социальная политика и социальная среда предприятия.

Под социальной политикой понимается комплекс мероприятий, направленных на определение форм, задач и содержания деятельности общества, проводимых государственными органами власти различных уровней, которые направлены на улучшение качества и уровня жизни социальных групп населения, финансируемые из средств государственного, местного и собственного бюджета. Социальная политика является неотъемлемой частью стратегии государства, относящейся к общественной сфере общества.

Важнейшими направлениями социальной политики предприятия являются: политика доходов, политика управления, политика сотрудничества с профсоюзами, политика социального обеспечения (защиты, помощи, поддержки).

Социальная среда представляет собой взаимосвязь с окружающей средой, социально-экономической системой, обществом. Сложные процессы, происходящие в окружающей среде, оказывают влияние на предприятие посредством действия совокупности внешних и внутренних, объективных и субъективных, экономических и социально-психологических факторов.

Кадровая политика зависит от кадрового потенциала: квалификации и компетентности кадров, специализации, возраста, стабильности, текучести, владения техническими и методическими средствами — эти и другие показатели являются прямыми аргументами возможности внедрения новых технологий и продуктов.

Высокопрофессиональный, работоспособный и мотивированный персонал становится основным преимуществом, именно качество кадрового состава, его грамотная расстановка, и надлежащая мотивация позволяют обеспечивать постоянный рост производительности труда, повышение качества продукции и увеличение объемов ее выпуска.

Для разработки кадровой политики предприятия необходимо учитывать ситуацию на рынке труда, состояние жизненного цикла и бизнеса предприятия, состояние сырьевой базы и окружающей среды, вид стратегии развития и персоналзависимости.

Грамотная кадровая политика подразумевает последовательную и планомерную реализацию в несколько этапов: сбор и анализ информации, определение стратегических целей и приоритетов, разработка на их основе принципов кадровой политики компании, оценка кадрового состава, планирование потребности в персонале нужной квалификации, формирование оптимальной структуры и штата, внутренняя вертикальная и горизонтальная ротация, формирование кадрового резерва, разработка и постоянная актуализация системы движения кадровой информации; разработка эффективной системы оплаты и стимулирования трудовой деятельности персонала, разработка программ обучения и развития персонала, адаптационные мероприятия, разработка индивидуальных планов развития нужных компетенций, профессиональная подготовка, формирование эффективных команд, оценка эффективности мероприятий, проводимых в рамках кадровой политики компании, выявление проблем и поиск путей повышения эффективности, оценка кадрового потенциала [5, 7].

Производственный блок предусматривает при планировании перехода предприятия на производство новых продуктов здорового питания необходимость проведения анализа и оценки возможности обеспечения производственной мощности, особенности технической модернизации, необходимости приобретения нового оборудования и его автоматизации.

Для достижения конкурентоустойчивости предприятия перерабатывающей промышленности должны решать следующие задачи: обеспечение конкурентоспособности продукции на рынке товаров и услуг; выявление новых потребителей; расширение ассортимента выпускаемых продуктов здорового питания; улучшение обслуживания оптовых покупателей; расширение рынка [8].

Деятельность предприятия по производству продуктов здорового питания должна основываться на основных направлениях:

- ♦ в обеспечении производственного процесса - поиска необходимых поставщиков сырья, оборудования, технологий;
- ♦ реализации произведенной продукции — формирование устойчивых коммерческих связей с оптовыми покупателями всех видов, развитие логистических связей на мировом продовольственном рынке;
- ♦ разработке ассортиментной политики — создание продукта, обладающего коммерческими свойствами и высокой конкурентоспособностью.

Особое значение приобретает разработка рациональной структуры ассортимента выпускаемой продукции, так как предприятие должно одновременно:

- ♦ руководствоваться принципами социальной ориентации при формировании ассортимента;
- ♦ сохранять продукцию прошлых лет, пользующуюся устойчивым спросом у потребителей;
- ♦ организовывать выпуск пробных партий новой продукции, продвижение ее на товарном рынке, одновременно изучать покупательский спрос о новинках и вносить соответствующие коррективы и производственный процесс;

- ♦ внедрять новые виды упаковки и транспортной тары продовольственных товаров.

Механизм формирования качества и безопасности продукта и его качества изначально закладываются в стандартах и регламентах на сырье и продукты. Согласно требованиям к сырью и готовому продукту по показателям качества и безопасности разрабатываются методы испытаний, методики определения показателей, используются существующие приборы и создается новое оборудование.

При производстве пищевых продуктов для здорового питания используют сырье животного и растительного происхождения, не поврежденные механически и сельскохозяйственными вредителями и болезнями, не увядшие и не проросшие, не загрязненные и не замороженные. Сырье по органолептическим показателям и показателям качества должны соответствовать требованиям действующих ТНПА Республики Беларусь.

Все молочное, зерновое, мясное, фруктовое-овощное и другое сырье, используемые в производстве продуктов здорового питания, по содержанию токсичных элементов микротоксинов, пестицидов, нитратов, радионуклидов, должно соответствовать установленным нормам технического регулирования в странах ЕАЭС. Выполнение требований безопасности направлено на предупреждение возникновения у потребителей болезней пищевого происхождения: пищевых инфекций и пищевых отравлений микробной и немикробной природы. Особенно важно соблюдение безопасности при производстве продуктов здорового питания.

Для каждой группы пищевых продуктов установлены допустимые уровни показателей пищевой ценности: массовая доля сухих и растворимых веществ, титруемых кислот, спирта, углеводов, в том числе добавленного сахара, белков, поваренной соли, минеральных веществ: калия, магния, натрия.

По каждой группе продукции показатели качества и пищевой ценности приводятся согласно допустимых уровней СанПиП и технических регламентов Таможенного союза.

Кроме того, производимые в Республике Беларусь продукты здорового питания по органолептическим и физико-химическим показателям должны соответствовать требованиям стандартов по группам продуктов [4].

Для получения заключения о достоверных данных и влиянии продуктов питания на здоровье человека проводятся доклинические и клинические исследования.

Доклинические исследования — научные исследования с использованием лабораторных животных, проводятся для лекарственных препаратов и биологически активных добавок (БАД), пищевых продуктов функционального назначения.

Клинические исследования — научные исследования с участием людей, которое проводится с целью оценки эффективности и безопасности нового сырья и продукта, лекарственного препарата или расширения показаний к применению уже зарегистрированного продукта. По результатам исследований выдается заключение по показаниям, эффективности продукта, рекомендации по дозировке, переносимости, влияния на определенные органы.

Блок сертификации и декларирования продуктов здорового питания предусматривает оценку (подтверждение) соответствия пищевой продукции за исключением пищевой продукции предприятий питания (общественного питания), предназначенной для реализации при оказании услуг, а также процессов реализации указанной пищевой продукции проводится в форме:

- 1) подтверждения (декларирования) соответствия пищевой продукции;
- 2) государственной регистрации специализированной пищевой продукции;
- 3) государственной регистрации пищевой продукции нового вида;
- 4) ветеринарно-санитарной экспертизы.

Оценка (подтверждение) соответствия процессов производства (изготовления), хранения, перевозки (транспортировки), реализации и утилизации пищевой продукции требованиям настоящего технического регламента и (или) технических регламентов Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции проводится в форме государственного надзора (контроля) за соблюдением установленных настоящим техническим регламентом и (или) техническими регламентами Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции требований, за исключением процессов производства (изготовления) пищевой продукции, указанных в статье 32. Оценка (подтверждение) соответствия таких процессов производства (изготовления) проводится в форме государственной регистрации производственных объектов.

Блок маркетинговых исследований предусматривает анализ рынков сбыта и поиск новых потребителей, поиск и создание информации о возможной конкурентной среде и потребительских свойствах товаров конкурирующих фирм, поиски партнеров по внедрению и финансированию инновационного проекта.

Маркетинговые исследования, проводимые предприятием и его конкурентами помогают принимать взвешенные решения, всегда быть в курсе событий и изменений на рынке потребителей. Между предприятием и внешней маркетинговой средой происходит непрерывный обмен ресур-

сами и информацией. Для того чтобы эффективно действовать, предприятие должно, с одной стороны, приспосабливаться к изменениям во внешней маркетинговой среде, а с другой — действовать на него [10].

Маркетинговый подход к управлению предприятиями характеризует его как комплексную систему, позволяющую связать возможности хозяйствующих субъектов с потребностями рынка и добиться преимуществ по сравнению с конкурентами. Ориентация предприятий на использование маркетингового подхода обычно требует изменения структуры их управления. При этом на первое место в управлении хозяйствующими субъектами получает подразделение маркетинга и его руководители, определять в будущем направления деятельности всех других служб, включая непосредственно и производства.

Механизм управления маркетинговой деятельностью предприятия включает экономические и организационные звенья.

В экономическое звено можно включить следующие составляющие:

- ♦ оценка потребностей, запросов потребителей;
- ♦ выявление собственных возможностей производства собственных запасов;
- ♦ оценка стоимости продукции;
- ♦ дополнительные расходы на технику и технологию;
- ♦ производственные расходы в соответствии с требованиями потребителя;
- ♦ сбыт продукции и его стимулирование;
- ♦ расходы на сервисное обслуживание;
- ♦ расходы на рекламу.

Организационное звено включает следующие составляющие:

- ♦ анализ потребительских предпочтений;
- ♦ выявления реальных и потенциальных конкурентов;
- ♦ поиск возможных потенциальных покупателей;
- ♦ организация рекламы;
- ♦ распределение продуктов по рыночным нишам;
- ♦ поиск новых рынков сбыта;
- ♦ обоснование предложений новых продуктов;
- ♦ анализ влияния производства и эксплуатации товара на общество и окружающую среду.

Таким образом, возникает необходимость в разработке и внедрении новых механизмов управления, которые предоставят возможность воспринимать изменения окружающей среды, распознавать их и обеспечивать соответствующие приспособление деятельности предприятия к реальным условиям, что в свою очередь, должна обеспечить эффективность его деятельности.

Организационная структура маркетинговой деятельности на предприятии зависит в значительной степени от размеров предприятия, от специфики выпускаемой продукции и рынков. Маркетинговая деятельность предприятия предполагает решение следующих задач: комплексное изучение рынка, выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей, планирование товарного ассортимента и цен, разработку мер для наиболее полного удовлетворения существующего спроса, планирование и организацию осуществления сбыта. Как специфическая управленческая деятельность, маркетинг решает следующие функциональные задачи: изучение спроса в его сегменте, требований потребителей к продукту здорового питания, возможные каналы сбыта, разработку программы маркетинга по продукту (или группе продуктов), установление верхнего предела цены продукта и рентабельности его производства, разработку программы маркетинга по производству и инвестиционной политики для реализации этой программы, расчёт полных издержек производства и уровня рентабельности по предприятию в целом, определение конечного результата хозяйственной деятельности предприятия: дохода и чистой прибыли [9, 10].

Блок информационного обеспечения состоит из внутреннего и внешнего потоков. На основании построенной модели информационных потоков комплексной автоматизированной информационной системы предприятия можно выделить следующие логические обособленные блоки:

1. Планирование и бюджетирование (план-прогноз производства и продаж, планирование потребностей в сырьё, мощностях, распределении; финансовое планирование: синхронное планирование и оптимизация)

2. Управление сбытом (управление взаимоотношениями с клиентами CRM; ведение реестра договоров на поставку продукции; формирование приказов на отгрузку продукции; управление складом готовой продукции; учёт расчётов с покупателями, таможенное декларирование, учёт железнодорожных перевозок: учёт лицевых счетов, учёт расходов за услуги железной дороги и расчёт тарифов; электронная коммерция; печать приказов и страховых квитанций; формирование отчётности по отгрузке продукции; контроль ожидаемых зачётов и денежных средств в пути; ведение «кредитной линии клиента»).

3. Управление закупками (ведение реестра договоров на закупку сырья и материалов; складской учёт сырья и материалов: оформление приходных и расходных документов, оформление накладных на внутреннее перемещение, оформление товарно-транспортных накладных, учёт малоценных и быстроизнашивающихся предметов, формирование данных для секторов расчётов с поставщиками и подрядчиками, формирование отчётности по движению товарно-материальных ценностей; учёт запланированных поступлений, учёт расчётов с поставщиками, управление и оптимизация цепочек поставок).

4. Управление производством (диспетчирование производства, учёт трудозатрат, ведение производственного журнала, подсистема контроля качества, учёт незавершённого производства, расчёт потребности в полуфабрикатах).

5. Продовольственные программы (управление данными о продукции, системы автоматизированного проектирования, хранение рецептур продукции, описание технологических процессов, управление проектами и программами).

6. Управление капитальным строительством (управление проектами и программами, формирование сметы на строительство, реконструкцию и ремонт объектов основных средств, организация строительных работ, формирование документации на объект строительства).

7. Управление персоналом (нормирование трудозатрат, штатное расписание и кадровый учёт; табельный учёт; учёт «горячего стажа»; подготовка отчётности).

8. Бухгалтерский учёт (главная книга и баланс; учёт основных средств и капвложений: подготовка документации по поступлению, выбытию и перемещению основных средств, расчёт амортизационных отчислений, формирование возрастной структуры оборудования; финансовые средства и расчёты: взаимозачётные, вексельные операции; касса и банк; материальный учёт запасов, производство и реализация; налоговый учёт; учёт расходов по подотчетным суммам; расчет заработной платы, учёт кредитов сотрудникам; прочие бухгалтерские операции; подготовка отчета для налоговой инспекции).

9. Управление финансами и экономический анализ хозяйственной деятельности (калькуляция плановой и фактической себестоимости продукции; формирование и анализ производственной себестоимости продукции по статьям затрат; анализ затрат на 1 рубль товарной продукции, сравнительный анализ плановой и фактической себестоимости; анализ дебиторской и кредиторской задолженности; экспортные и валютные операции; оценка текущей деятельности; анализ финансового состояния предприятия; формирование бюджетов и контроль их исполнения; анализ рентабельности).

10. Маркетинг (прогнозирование состояния рынка сбыта готовой продукции; планирование рекламных компаний; прогноз изменения рынков сырья и основных материалов).

11. АРМы (автоматизированное рабочее место) руководителя и аналитика (поддержка принятия решения DSS (Decision Support System), стратегическое планирование, оперативный анализ)

12. Подсистема электронного документооборота (контроль исполнения поручений; реестр служебных записок; управление нормативно-технической документацией; договора на поставку продукции, по снабжению).

13. Служебное администрирование и управление политикой безопасности, управление доступом: настройка полномочий пользователей, организация пользовательских групп, ограничение доступа к данным; поддержание логической и физической целостности данных системы; операционный мониторинг действий пользователей; статистический контроль активности пользователей; мониторинг системных ошибок; контроль возникновения, анализ причины и сохранение контекста ошибок разработчика; конфигурация параметров системы: настройка на «владельца системы», настройка на специфику учёта и организации хозяйственной деятельности, настройка системных параметров.

Система управления конкурентоустойчивостью предприятий продовольственного назначения нами определяется как управляемая подсистема общей системы управления, совокупная деятельность которого подчинена общественно-государственным и социально-экономическим целям. В основу концепции управления конкурентоустойчивостью предприятий пищевого назначения нами положены следующие принципы: — принцип ориентации на инновационное развитие; — принцип опережающей подготовки специалистов, реализуемый на основе интеграции образования, научных исследований и производства; — принцип сохранения традиций и создания инфраструктуры инновационной и предпринимательской деятельности; — принцип формирования инновационной корпоративной культуры и конкурентной среды; — принцип сочетания различных источников финансирования, означающий их дифференциацию и активный фандрайзинг; — принцип создания адаптивной системы организации.

Формируя методологию управления конкурентоустойчивостью предприятий пищевого назначения, мы исходили из того, что управление конкурентоустойчивостью предприятий является составной частью механизма управления экономикой пищевой промышленности, подразумевающего

множество взаимосвязанных элементов (звеньев), составляющих единое целое. Основными элементами механизма управления экономикой предприятий пищевого назначения являются цели, принципы управления, концепции управления, миссия и философия подкомплекса, закономерности и методы организации [3].

Предлагается воспользоваться универсальной системой показателей, с помощью которой можно провести диагностику уровня эффективности внедрения здорового питания. Универсальность системы показателей означает возможность ее применения для предприятий любой отрасли. Структура системы показателей включает в себя три блока: производственные показатели; финансовые показатели; показатели позиционирования организации на рынке, теоретические исследования по которым продолжаются.

Заключение. На основании исследований предложен механизм достижения конкурентоустойчивости предприятий пищевой промышленности, основанный на факторах: организационном, экономическом, научного обеспечения, социальном, кадровом, производственном, формировании качества и безопасности, получения продуктов здорового питания, реализации продуктов, информационного обеспечения, анализа управления и развития конкурентоустойчивости и комплексного подхода к повышению качества и конкурентоустойчивости на перерабатывающем предприятии. Внедрение предложенного механизма организации, управления и технологий получения продуктов здорового питания (функционального, пробиотического, персонализированного) высокого качества позволит перерабатывающему предприятию завоевать доверие потребителя и обеспечить конкурентоустойчивость на рынке.

Список использованных источников

1. *Гусаков, В. Г.* Конкурентоустойчивое развитие производства продуктов здорового питания в предприятиях пищевой промышленности Беларуси / В. Г. Гусаков, А. В. Пилипук ; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси. — Минск: Беларус. навука, 2018. — 367 с.
2. *Ловкис, З. В.* Инновационная система национальной продовольственной конкурентоустойчивости: теория, методология и практика / З. В. Ловкис, Ф. И. Субоч, Е. З. Ловкис; Национальная академия наук Беларуси, Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию. — Минск: ИВЦ Минфина, 2021. — 384 с.
3. *Захарова, С. В.* Некоторые аспекты механизма управления конкурентоустойчивостью предприятия / С.В. Захарова // Вестник СГСЭУ. — 2006. — №13 (2). — С. 27–30.
4. Стратегия повышения качества и безопасности пищевой продукции Республики Беларусь до 2030 года // З. В. Ловкис, Е. М. Моргунова, Е. З. Ловки // Пищевая промышленность: наука и технологии. — 2017. — №1(35). — С. 8–17.
5. *Общий и специальный менеджмент*; общ. ред. А.И. Гапоненко, А.П. Панкрухин. — М.: РАГС, 2001. — 568 с.
6. *Ансофф, И.* Стратегическое управление / И. Ансофф. — М.: Экономика, 1989. — 519 с.
7. *Чижова, Е. Н.* Рационализация деятельности предприятия: монография / Е.Н. Чижова. — СПб.: Химиздат, 2002. — 342 с.
8. *Ильина, И. Е.* Конкурентоустойчивость хозяйствующих субъектов. Сферы исследований и разработок: сущность и основные элементы / И.Е. Ильина, Е.Н. Жарова, А.Е. Скворцов // Вектор Науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. — 2016. — №4(27). — С 37–42.
9. *Contemporary Management* / E. Meyer, M. Ashleigh, J. M. George, G. R. Jones // Library of Congress Cataloging-in-Publication Data. — European edition. — New York, 2007. — 674 с.
10. *Handbook of Niche Marketing : principles and applications* / editor: E. Dalgic ; Library of Congress Cataloging-in-Publication 5 Data. — New York ; London ; Oxford : Food Products Press, 2006.— 256 с.
11. *Slavin, S. L.* Economics : Principles, Problems and Policies / S. L. Slavin. — Eighth edition.— New York, London, 2008. — 833 с. — (McGraw — Hill International Edition).

Информация об авторах

Ловкис Елена Зеноновна — кандидат экономических наук, заместитель начальника отдела - руководитель органа по сертификации продукции РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию» (ул. Козлова, 29, 220037, г. Минск, Республика Беларусь). E-mail: lovkiess_ez@list.ru

Information about authors

Lovkis Elena Zenonovna — PhD (Economics), Deputy Head of the Department - Head of the product certification body of RUE «Scientific and Practical Center of the National Academy of Sciences of Belarus for Food» (Kozlova str., 29, 220037, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: lovkiess_ez@list.ru