

Быки-производители линии Рефлекшн Соверинга 198998 превосходят быков других линий по таким промерам, как высота в холке и обхват пясти. Быки-производители линии Рутьес Эдуарда 31646 превосходят животных других линий по таким промерам, как ширина груди, ширина в маклоках и обхват груди. Производители линии Хильтьес Адема 37910 превосходят других быков с различными генотипами по индексу растянутости и тазогрудному индексу. Средние габариты быков составляют 326,0 см, комплексный индекс по развитию – 367,0. Показатели развития и телосложения всех быков-производителей соответствуют стандарту породы.

УДК 636.2.034 (476)

ВАЙСЕРО М.С., студентка

Научные руководители: **ЛЕВКИН Е.А.**, канд. с.-х. наук, доцент,
БАЗЫЛЕВ М.В., канд. с.-х. наук, доцент

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Сегодня мировой экспорт молочных продуктов в пересчете на молоко составляет около 46 млн. тонн, или 6,5-7% от всего объема их производства. На протяжении последних лет Республика Беларусь входит в пятерку ведущих поставщиков молока и молочных изделий в мире. Согласно Республиканской программе развития молочной отрасли на 2010-2015 гг., к 2015 году предстоит значительно увеличить производство молока в сельскохозяйственных организациях страны и объемы его переработки. В стоимостном выражении экспорт молокопродуктов должен вырасти более чем в 2 раза - до 3 млрд. долларов.

Основным рынком сбыта по-прежнему остается Россия, но значительно увеличился объем экспорта молокопродуктов в Украину и Казахстан. Еще один сегмент для потенциальных продаж - рынок Китая, который импортирует большие объемы сухого обезжиренного и сухого цельного молока. К примеру, поставки СЦМ в эту страну достигают 40 тыс. тонн в год. Тем не менее, несмотря на большое население Китая с постоянно увеличивающейся покупательной способностью, данный рынок не обладает большой емкостью. Рынок стран Евросоюза для Беларуси остается пока закрытым. Тем не менее, шансы у белорусских товаропроизводителей здесь также есть, а практическая реализация планов зависит главным образом от профессиональной работы маркетинговых служб и отделов внешнеэкономических связей белорусских предприятий.

Реализовывать свою молочную продукцию на европейском рынке белорусы могут путем ее продажи в так называемых русских магазинах.

Тем более что подобный опыт продвижения на внешние рынки продукции отечественного производства уже есть - в других отраслях и регионах мира. Для повышения конкурентоспособности белорусской молочной продукции производителям необходимо повышать ее качество и улучшать состав основных ценных компонентов молока - белка и жира. Если мы хотим поставлять молочные продукты в страны Евросоюза, то необходимо обратить пристальное внимание на требования к качеству и на повышение своей конкурентоспособности по сырью.

Решить эту задачу можно с учетом тенденций мирового рынка, диверсификации экспорта, повышения конкурентоспособности отечественной продукции путем улучшения качества, оптимизации затрат и развития брендинга.

УДК 658.14/17

ВАСИЛЕВСКАЯ Н.В., студентка

Научный руководитель **КОРОТКЕВИЧ С.В.**, ст. преподаватель

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
г. Горки, Республика Беларусь

АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ

Прибыль - важнейший показатель, характеризующий финансовый результат деятельности организации, который выступает важнейшим фактором стимулирования производственной деятельности, создает финансовую основу для ее расширения и удовлетворения социальных потребностей трудового коллектива.

Рост прибыли определяет потенциальные возможности организации и повышает степень ее деловой активности. Сумма прибыли обусловлена объемом продаж продукции, ее качеством, ассортиментом, уровнем затрат и инфляционными процессами, в той или иной степени присущими экономике любой страны. Чтобы управлять прибылью, необходимо раскрыть механизм ее формирования, определить долю каждого фактора ее роста или снижения.

Методологической основой анализа финансовых результатов в условиях рыночных отношений является принятая модель их формирования и использования.

Оценить состав и динамику элементов формирования прибыли от продаж и чистой (нераспределенной) прибыли следует на основе достоверных данных формы №2 «Отчет о прибылях и убытках». Горизонтальный анализ отчета о прибылях и убытках показал, что в 2012 году по сравнению с 2011 выручка от продаж увеличилась на 17838 тыс. руб. темп роста выручки от продажи составил 196,6 %; себестоимость проданной продукции – увеличилась на 14653 тыс. руб. или на 89,3 % по сравнению с прошлым годом. При этом валовая прибыль выросла на