

Анализ ценовой политики торговых сетей г. Минска в реализации населению представленной пищевой продукции первой необходимости показал, что законодателем в рыночном распределении здесь является торговое предприятие «Евроопт», у которого суммарная стоимость представленного набора кисломолочной продукции составляет 30,18 рублей. Для сравнения, в торговой сети «Грин» – сумма составляет 32,07 руб. (превышение над «Еврооптом» очень большое – на 6,3%), в торговой сети «Корона» сумма набора 31,19 руб., что выше, чем у «Евроопта» на 3,3%, у сети «Гиппо» суммарная стоимость «корзины кисломолочки» составила 30,73 руб. (самое незначительное превышение по сравнению с «Еврооптом» – на 1,8%).

Рассматривая общую тенденцию ценовой политики крупных (сетевых) торговых предприятий г. Минска, необходимо отметить сложность и многогранность конкурентной среды при реализации скоропортящейся пищевой продукции, где логистическая система производства-доставки и распределения в розницу (реализации населению) имеет научно обоснованные направления использования и базируется на точных расчетах и определениях динамики [1, 3-5].

Заключение. Таким образом, представленные результаты исследований показали, что в условиях продовольственного рынка г. Минска сложилась определенная конкурентная среда крупных торговых сетей за потребителя, способствующая активной реализации устоявшихся национальных брендов кисломолочной продукции отечественного производства.

Литература. 1. Базылев, М. В. Изучение предмета «Логистика» в аграрном вузе с получением практических знаний, умений и навыков на базовом сельскохозяйственном предприятии СПК «Ольговское» / М. В. Базылев, В. В. Линьков, Е. А. Левкин // Актуальные проблемы профессионального образования в Республике Беларусь и за рубежом : материалы III Международной научно-практической конференции, Витебск : в 3-х т. / Витебский филиал Международного университета «МИТСО»; редкол.: А. Л. Дединкин (гл. ред.) [и др.]. – Витебск, 2016. – Т. 1. – С. 36–39. 2. Прогрессивные преимущества в методологическом аспекте создания новых знаний на базе профессионально-поликультурного образовательного компонента биологических специальностей аграрных ВУЗов / М. В. Базылев [и др.] // Современные технологии образования взрослых : материалы IV Международной научно-практической конференции «ПОСТДИП-2016» / УО «ГГУ» им. Янки Купалы, ИПК и ПК. – Гродно, 2016. – С. 4–15. 3. Кузнецова, Ю. В. Организация продвижения молочной продукции на российский и региональные рынки / Ю. В. Кузнецова // Регионоведение. – 2008. – № 4. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://regionsar.ru/ru/node/227>. – Дата доступа : 13.03.2019. 4. Маркетинг с основами логистики : рабочая тетрадь для студентов по специальности 1-74 03 01 «Зоотехния» / Л. Н. Болдырева [и др.]. – Витебск : ВГАВМ, 2019. – 40 с. 5. Совершенствование качества потоков профессиональной информации в студенческой среде: теория, эксперимент, практическое использование / М. В. Базылев [и др.] // ПОСТДИП 2018. – Гродно : Гродненский государственный институт повышения квалификации и переподготовки кадров, 2018. – С. 1–7.

УДК 636.2.034

БОНЬКО А.А., студент

Научный руководитель - **КУЗНЕЦОВА Т.С.**, канд.с.-х. наук, доцент

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

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПУТЕЙ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ СУП «ПИНСКДРЕВ-АГРО» ПИНСКОГО РАЙОНА

Введение. Внутренняя потребность Республики Беларусь в молоке и молочных продуктах составляет 4,5 млн тонн, а с учетом экспортной ориентации – 7-8 млн тонн. Потребность в дальнейшем увеличении производства остается актуальной, поскольку молочные

продукты могут быть экспортированы в обмен на технологичное белковое сырье и энергоносители. При увеличении объемов производства и, соответственно, реализации продукции увеличивается прибыль в расчете на единицу продукции, увеличивается количество реализуемой продукции, каждая дополнительная единица которой увеличивает общую сумму прибыли. Вследствие этого увеличение выпускаемой продукции при условии ее реализации дает значительный прирост объема прибыли [1, 2].

Материалы и методы исследований. В процессе проведения исследований использовались данные годовых отчетов, планов производственного развития, бухгалтерский баланс предприятия, документы первичного бухгалтерского и зоотехнического учета. Для определения результатов финансовой деятельности были рассчитаны показатели, ее характеризующие: коэффициент текущей ликвидности (K_1), коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (K_2) и коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами (K_3) [3].

Полученные в ходе анализа данные позволили определить возможность использования имеющихся в хозяйстве внутренних резервов.

Результаты исследований. Исследования показали, что основную прибыль предприятие получает от производства и реализации молока, мяса крупного рогатого скота, зерна тритикале, бобовых, рапса. Коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами и коэффициент обеспеченности финансовых обязательств не соответствуют нормативному показателю. Это означает, что в ближайшем будущем предприятие может быть признано неплатежеспособным и некредитоспособным. У предприятия имеется дебиторская задолженность в сумме 251 тыс. руб., кредиторская задолженность составляет 4320 тыс. руб., в том числе 588 тыс. руб. - просроченная. Задолженность по кредитам планируется ликвидировать в 2019 году. Вывод: хозяйство срочно нуждается в финансовом оздоровлении и инвестициях и находится в предбанкротном состоянии. Выходом из сложившейся ситуации может быть его преобразование в акционерное общество с целью привлечения инвестиций. В ближайшем будущем предприятию необходимо обеспечить стабильное получение прибыли, для чего следует увеличить объем и качество реализуемой сельскохозяйственной продукции.

С 2015 по 2017 годы наблюдается снижение производства валовой продукции на 30,8%, что связано с финансовыми проблемами предприятия, увеличением кредиторской задолженности, недостатком оборотных средств, имеющейся дебиторской задолженностью, ростом затрат на производство продукции. Уровень рентабельности по хозяйству снизился за последние три года на 10,3 п.п. и составил -6,92%. Стабильную прибыль предприятию приносит реализация молока (уровень рентабельности 6,1%).

На основании анализа производственной деятельности предприятия были определены внутренние резервы повышения уровня рентабельности производства молока. К ним можно отнести оптимизацию сервис-периода, сокращение расхода кормов, повышение качества реализуемого молока.

Заключение. На основании проведенных исследований можно сделать выводы, что оптимизация сервис-периода, сокращение расхода кормов, улучшение качества реализуемого молока будет способствовать улучшению финансового состояния СУП «Пинскдрев-Агро», а именно: выручка от реализации молока увеличится на 39,8%, рентабельность от реализации молока - на 10,5 п.п. и составит 16,6%.

Литература. 1. Анализ эффективности производства молока в УП «Полесье-Агроинвест» Петриковского района Гомельской области - Кузнецова Т.С., Мишуря А.М. Студенты - науке и практике АПК: материалы 103-й Международной научно-практической конференции студентов и магистрантов, Витебск, 22-23 мая 2018 г.: в 2 частях / УО ВГАВМ, 2018. - 2 ч. - С 207-208. 2. Анализ эффективности производства молока в ОАО «Соколовщина» Верхнедвинского района - Моисеева Т.В., Кузнецова Т.С. Анализ эффективности производства молока в ОАО «Соколовщина» Верхнедвинского района // Молодежь - науке и практике АПК: материалы 102-й Международной научно-практической кон-

ференции студентов и аспирантов, Витебск, 29-30 мая 2017 г. / УО ВГАВМ; редкол.: Н.И. Гавриченко (гл. ред.) [и др.]. - Витебск, ВГАВМ, 2017.- С. 136.3. Об утверждении инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования-[электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.centri-cen.by/upload/140_206.pdf / - Дата доступа: 19.08.2018.

УДК 636.8.045/59.002

БОРБОСОВА А.А., студент

Научные руководители - **БАЗЫЛЕВ М.В., ЛИНЬКОВ В.В.**, канд. с.-х. наук, доценты УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

АССОРТИМЕНТНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ СУХИХ ГРАНУЛИРОВАННЫХ КОРМОВ ДЛЯ КОШЕК В СПЕЦИАЛЬНЫХ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТАХ ГОРОДА ВИТЕБСКА

Введение. Известно, что впервые в мире сублимированный корм появился в Англии в 1860 г., когда в продаже появились бисквиты для домашних животных [4, 5]. Особенности современных экструдированных кормов для домашних питомцев заключаются в их экономичности, компактности, гигиеничности и практической простоте в использовании. Несмотря на это, технология их производства является достаточно сложной и включает следующие операции: исходное сырье (растительного и (или) животного происхождения) вначале обрабатывают горячим паром под давлением, далее набухшая масса раскатывается в большой пласт и затем нарезается кусочками различных форм и размеров, впоследствии полученные кусочки высушиваются, спрыскиваются жиром, после чего – фасуются в пакеты или мешки и поставляются потребителям [4]. Сухой корм пользуется повышенным спросом и исследования, связанные с его использованием, являются актуальными [1, 3, 5], затрагивающими без преувеличения миллионы жителей нашей страны.

Материалы и методы исследований. Исследования проводились в 2015–2019 гг. при изучении сухих гранулированных кормов для кошек, реализуемых в специализированных местах продажи в г. Витебске. Целью исследований стало изучение ассортимента позиционирования таких кормов в торговых объектах г. Витебска в рамках исследований маркетинга [2]. Для достижения представленной цели решались следующие задачи: изучались источники информации по сублимированным кормам для кошек; проводился полный анализ ценовой политики по данным кормам для кошек в отмеченных торговых предприятиях. В исследованиях использовались методы анализа, синтеза, сравнений, логический.

Результаты исследований. Самый важный аспект при выборе корма для животных – состав структурных ингредиентов такого корма. На первое место в списке компонентов корма для плотоядных животных выходит мясо. Его норма начинается от 30,0% и выше. Следующими в порядке важности являются такие элементы рецептуры, как овощи, фрукты, злаки. В хорошем корме их не должно быть более 50,0%, с оптимумом от 20,0 до 30,0%. При этом хорошими для кошек злаковыми культурами являются рис, цельное зерно ячменя, овса и, кроме этого, должно быть обязательное присутствие маслосемян льна. Проведенные исследования показали, что в специализированных торговых объектах г. Витебска имеется значительный ассортимент сухих кормов для кошек со значительным разбросом по ценовому диапазону. Однако среди представленных кормов полностью отсутствовали корма отечественного производства. Изучение ценовой политики трех объектов розничной реализации сухих кормов для кошек («ЗОО магазин – на Московском», «Зоо-лавка», «Кот и пёс») позволило установить следующее: таких кормов в сумме 19 наименований; при этом, наибольшей широтой ассортимента отличается «Зоолавка» – все 100,0% наименований, в магазине «ЗОО магазин – на Московском» было 11 наименований (57,9%), на торговых прилавках магазина «Кот и пёс» – 12 наименований (63,2%). Представленный ассортимент включал полный по-