

Орловский ГАУ, 2018. – С. 168–172. 3. Базылев, М. В. Особенности агрокластеризационного развития сельскохозяйственных отраслей в условиях ОАО «Рудаково» Витебской области / М. В. Базылев, Е. А. Лёвкин, В. В. Линьков // Проблемы и перспективы развития животноводства [Электронный ресурс] материалы Международной научно-практической конференции, посвящённой 85-летию биотехнологического факультета, Витебск, 31 октября – 2 ноября 2018 г. / УО ВГАВМ; редкол. : Н. И. Гавриченко (гл. ред.) [и др.]. – Витебск : ВГАВМ, 2018. – С. 8–10. 4. Базылев, М. В. Современная концепция агрокластеризационного развития животноводства / М. В. Базылев, В. В. Линьков // Развитие аграрной науки в разработках молодых учёных : Материалы онлайн-конференции (20–24 марта 2018 г.). – п. Майский : ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ, 2018. – С. 6–12. 5. Кулькова, О. Д. Методика экспресс-анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия / О. Д. Кулькова, Т. В. Калинина // Вестник РГАЗУ : научный журнал. – 2018. – № 27. – С. 51–61.

УДК 338.05

НАУМЕНКОВА А.В., студент

Научный руководитель - **ОРЕШЕНКОВ А.А.**, канд. экон. наук, доцент

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

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Введение. Актуальность темы исследования обусловлена ростом цен на продовольственные товары, а также сохраняющимся диспаритетом цен между аграрными хозяйствами и перерабатывающими и торговыми организациями. Ценовая политика – совокупность мероприятий, которые необходимо выполнить продавцу, чтобы обеспечить эффективное управление ценами. Реализация ценовой политики обеспечивает своевременный учет в цене изменений внутренней и внешней среды маркетинга, политики распределения, товарной политики и политики продвижения, а также изменения в жизненном цикле товара.

Материалы и методы исследований. Методологическую основу исследования составили комплексный анализ и системный подход в рассмотрении ценовой политики предприятий АПК. Информационной основой исследования послужили научные статьи и документы Министерства сельского хозяйства и продовольствия. При этом использовались методы сравнительного анализа, группировки, обобщения, моделирования.

Результаты исследований. В целом характеристику ценовой ситуации в АПК можно определить следующим образом:

1. Постепенное повышение потребительских цен на продовольственные товары, что отражается в росте индексов потребительских цен и в снижении покупательной способности среднестатистических денежных доходов населения.
2. Сближение потребительских цен на продовольствие, реализуемое в розничной торговле стран-партнеров по Единому экономическому пространству.
3. Диспаритет цен между аграрными хозяйствами и перерабатывающими и торговыми организациями, что проявляется в уменьшении удельного веса выручки от реализации сельскохозяйственной продукции в оптовых и розничных ценах на некоторые продовольственные товары, производимые из сельскохозяйственного сырья.

Анализ показал, что предприятия АПК используют в своей деятельности следующие стратегии ценообразования:

1. Обеспечение «выживания» – покрытие затрат на производство (т.е. работа по принципу самокупаемости). В условиях высокой насыщенности рынка может возникнуть ситуация, когда предприятие будет заинтересовано сбывать свои товары по любой цене с целью лишь удержать позиции на рынке (выживание). Подобная цель ставится в условиях низкой покупательной способности потребителей, а также в условиях высокой конкуренции на рынке однородной сельскохозяйственной продукции.

2. Максимизация текущей прибыли – чем благоприятнее для производителя конъюнктура рынка, т.е. чем по более высокой цене он сможет реализовать свою продукцию, тем большую прибыль он получит, не задумываясь о возможных стратегических последствиях, которые могут возникнуть как вследствие продуманных ответных действий конкурентов, так и воздействия иных рыночных факторов. Данный подход присущ аграрным организациям, владеющим значительной долей потребительского рынка, для которых текущие финансовые показатели предпочтительнее долговременных. Справочно. Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта, доля которого на товарном рынке составляет 35 и более процентов.

3. Достижение лидерства в качестве предлагаемых товаров – фирмы стремятся преодолеть конкурентов путем максимального повышения качественных характеристик изделий. Это предполагает глубокую переработку сельскохозяйственного сырья для производства высококачественной продукции (детского питания, экологически безопасной и др.), а также мелкофасованного продовольствия. Как правило, это приводит к повышению цены на конечный продукт.

4. Овладение максимальной долей рынка - эта цель предполагает значительное увеличение объемов сбыта сельскохозяйственной продукции. На основе точного определения структуры затрат рассчитываются такие цены, которые позволяют довольно длительное время работать с достаточной прибылью, доступны потребителям и не вызывают желания у конкурентов побороться за лидирующее положение на рынке (реализация сыра с голубой плесенью на российском рынке).

Заключение. Выполненный анализ и системные научные исследования позволили сделать следующие основные выводы и предложения:

1. Проведено системное изучение теоретических аспектов ценообразования на продовольственные товары, в результате чего разработано специальное определение ценовой политики организации (предприятия).

2. Выполнены укрупненный анализ и систематизация проблем ценообразования в АПК.

3. Дана характеристика стратегий ценообразования предприятий АПК.

Литература. 1. Акулич, И.Л. *Маркетинг: учебник для вузов* / И.Л. Акулич. – 8-е изд., испр. и доп. – Мн.: Высшая школа, 2014. – 543 с. 2. *Маркетинг в агропромышленном комплексе: учебник и практикум для академического бакалавриата* / ред. Н.В. Акканина. – Москва: Юрайт, 2016. – 314 с. 3. *Ценообразование: учеб. пособие* / под ред. В.А. Слепова. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013. – 144 с.

УДК 636.2.034

НЕФЕДОВА О.С., студент

Научный руководитель - **КЛИМОВИЧ Н.М.**, ст. преподаватель

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

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ ИНТЕНСИФИКАЦИИ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В КУСХП Э/Б «ТУЛОВО» ВИТЕБСКОГО РАЙОНА

Введение. Интенсификация кормопроизводства, рациональный экономически обоснованный расход кормовых ресурсов, полноценное сбалансированное кормление поголовья и целенаправленная селекционно-племенная работа обеспечивают увеличение производства молока. Поэтому перспективным направлением дальнейшего развития молочного скотоводства в КУСХП э/б «Тулово» следует признать повышение продуктивности коров за счёт рационального использования имеющихся кормов и наибольшей реализации потенциальных возможностей молочного скота [1, 2].

Материалы и методы исследований. Сбор данных производился во время прохождения производственной практики в данном предприятии. Для этого использовались данные