

ской Германии: создание специального аппарата насилия и уничтожения. В частности, военная группа или айнзацкоманда СД под командованием доктора Альфреда Фильберта.

Наиболее известные гетто на территории Беларуси – Минское (100 тыс. евреев), Витебское (37 тыс. евреев), а также два Брестских гетто – 34 тыс. человек, два Гродненских – 25 тыс. человек, Слонимские – около 30 тыс. человек, Новогрудское – свыше 24 тыс. человек, два Бобруйских – 20 тыс. человек и многие другие. Все эти люди подвергались планомерному и массовому уничтожению, лишению экономических и политических прав человека, невыносимым пыткам и издевательствам со стороны оккупантов.

Катастрофа европейского еврейства неизмерима по масштабам бедствий и потерь, выпавших на долю людей, которых изначально выбрали на роль жертв. Еврейский народ обрекался фашистами на исчезновение. До сегодняшнего дня по степени садизма и количеству убитых людей Холокост остается непостижимым явлением.

УДК 619:614. 876

ЮРЧЕНКО А.В., учащаяся

Научный руководитель: **УРЕЦКАЯ И.В.**, преподаватель

УО «Речицкий государственный аграрный колледж»,

г. Речица, Республика Беларусь

ЭФФЕКТИВНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Сформированный в агропромышленном комплексе Республики Беларусь рынок выводит на первый план необходимость обеспечения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции. Изменения конъюнктуры рынка требуют от предприятий АПК быстрой адаптации деятельности, что реально можно осуществить только на основе маркетинговой стратегии.

Сегодня нужны грамотные и обоснованные решения, а именно: какую продукцию, в каком объеме производить; кто является целевым потребителем продукции и услуг; чем наша продукция отличается от аналогов, предлагаемых конкурентами; какую выбрать стратегию ценообразования; какими способами наиболее эффективно продвигать товар на рынок и др.

Цель работы: изучение эффективных маркетинговых технологий производства и реализации конкурентоспособной сельскохозяйственной

продукции.

Задачи исследований:

- изучение проблем производства сельскохозяйственной продукции;
- выяснение эффективной маркетинговой технологии производства продукции;
- изучение технологии реализации продукции АПК потребителю;
- определение приоритетных направлений развития стратегии маркетинга в АПК.

Результаты исследований. Приоритетной задачей социально-экономического развития республики до 2010 года является инновационный путь развития.

При внедрении маркетинга, предприятия АПК сталкиваются с рядом объективных и субъективных проблем: ограниченность ресурсов, несовершенство материально-технической базы, частичная ограниченность самостоятельности, ответственности в системе АПК, нехватка маркетинговой квалификации и др.

Эффективная маркетинговая деятельность современного предприятия предполагает строгую технологию: анализ рынка, прогнозирование тенденций развития, разработка четкой стратегии маркетинга, синхронизация деятельности по всем направлениям: производство, продажи, закупки, реклама, финансы, риски и др., координация деятельности структурных подразделений, постоянный мониторинг и оценка эффективности работы с рынком.

Основными направлениями развития маркетинговой стратегии предприятий АПК являются: инновационные преобразования и укрепление материально-технической базы; развитие интеграции и кооперации; развитие социальной инфраструктуры; реформирование структур АПК; определение критериев государственной поддержки отраслей АПК; совершенствование законодательной базы и др.

Заключение. Таким образом, успешность развития АПК Республики Беларусь определяется: уровнем использования инструментов маркетинга; развитием кооперации и агробизнеса; способностью гибко реагировать на изменения.