

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Уровень развития отрасли животноводства определяет степень насыщения рынка высококалорийными продуктами питания, обеспеченность предприятий перерабатывающей промышленности сырьем, экспортную ориентацию аграрного сектора. Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в среднем на одного человека в год приходится 36—38 % калорий и 59—82 % белка за счет потребления продукции животноводства.

Животноводство отличается сложностью своей структуры. Важнейшими его отраслями являются молочное и мясное скотоводство, свиноводство и птицеводство. Основу кормовой базы формируют полевое кормопроизводство, естественные кормовые угодья, побочные продукты и отходы пищевой промышленности, комбикормовая промышленность. В структуре товарной продукции сельского хозяйства на долю животноводства в 2010—2011 гг. приходилось соответственно 71,2 и 70,8 %, в том числе на молоко 29,4—29,0 %, на продукцию выращивания и откорма крупного рогатого скота (КРС) около 16 %, продукцию птицеводства — 14,0, свиноводства — 11,0 %,

Анализируя функционирование отрасли, следует отметить, что за период с 2000 по 2011 г. значительно выросла продуктивность скота и птицы во всех категориях хозяйств, в том числе годовой удой молока на корову — в 2,1 раза, среднесуточные привесы КРС — в 1,8 раза, свиней — в 1,4, среднегодовая яйценоскость кур — на 23,6 %. Несмотря на сокращение общего поголовья КРС на 807 тыс. голов, предприятия обеспечили рост валового объема производства по всем видам животноводческой продукции. Реализация скота и птицы на убой в живом весе выросла с 854 до 1464 тыс. т, или на 71,4 %, производство молока — с 4490 до 6504 тыс. т (прирост 44,9 %), яиц — с 3288 до 3752 млн шт., или на 14,1 %.

Значительные объемы производства животноводческой продукции позволили Республике Беларусь стать крупным участником мирового продовольственного рынка. По данным Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО), в ТОП-20 Беларусь входит по десяти экспортным позициям, а по основным пяти — даже в первую пятерку ведущих мировых экспортеров продовольствия.

Вместе с тем достигнутый в республике уровень производства в отраслях животноводства недостаточен для обеспечения конкурентоспособности продукции на внутреннем и внешнем рынках. Продолжает повышаться себестоимость продукции, действующие закупочные цены не возмещают складывающиеся во многих хозяйствах затраты. Отрасль животноводства за последние 12 лет была убыточной в течение 7 лет.

Низкая окупаемость затрат на производство и реализацию животноводческой продукции сохраняется в условиях значительного уменьшения трудоемкости производства молока на 30,5 %, мяса птицы — на 34, свинины — на 14,5 % и роста продуктивности животных. Остается актуальной проблема эквивалентности обмена между сельскохозяйственной и промышленной отраслями. За период с 2005 по 2011 г. рост цен производителей промышленной продукции составил 507,7 %, в то время как цены на продукцию животноводства выросли в 3,6 раза.

Только при условии рационального размещения и специализации предприятий на видах деятельности, осуществляемых с наименьшими затратами, повышения качества производимой продукции, быстрой адаптации субъектов хозяйствования к конъюнктуре рынка, инновационной деятельности и рациональной организации производства, использования эффективных рыночных инструментов, включая механизм ценообразования, возможно обеспечение производства конкурентоспособной продукции животноводства.

*Е.А. Синельникова, магистр экон. наук
БТЭУ ПК (Гомель)*

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕНАМИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Цена — это основной элемент экономики организации, который производит доход. Вопросы ее формирования являются важной проблемой, поскольку процесс ценообразования остается без надлежащего анализа. Наиболее стандартные ошибки в ценообразовании связаны со слишком большой ориентацией на расходы, с тем что цены недостаточно варьируются, чтобы дифференцировать различные виды товара и сегменты рынка, а также недостаточно учитывается специфика экономической деятельности организации. Ошибка в формировании цены может привести к неэффективности всей деятельности организации, даже в случае, когда все другие ее элементы функционируют нормально.

Формирование эффективной системы ценообразования в потребительской кооперации требует учета особенностей управления ценами:

1. Деятельность потребительской кооперации связана с реализацией социально значимых товаров в сельской местности. Торговые надбавки на социально значимые товары для потребительской кооперации устанавливаются по более высоким размерам по законодательству. Округление цен на социально значимые товары производится в меньшую сторону согласно распоряжению Белкоопсоюза.

2. Наличие паевой коллективной формы собственности. Отсутствует методика ценообразования для пайщиков, т.е. система стимулирования принадлежности к пайщикам и рентабельной работы потребительской кооперации.