

физических объемов кормов неодинаково. Вторым недостатком указанного выше интегрального показателя является то, что кормовая единица в большей степени характеризует энергетическую наполненность кормов, которая характеризует преимущественно производительность животных с точки зрения отложения жира. Если же исходить из современных результатов исследований, энергетическая оценка различных кормовых ресурсов для выращивания белка, т.е. производства молока и прироста мяса, является несколько иным, чем при образовании жира.

Кормовая единица, выступающая в качестве масштаба измерений качества кормов, соответствует количеству жирности выросших быков в расчете на 100 кг используемых кормовых ресурсов.

Для молочных коров сыроволокнистые корма имеют большую ценность, чем для откормочных животных. В то же время концентрированные кормовые средства намного выгоднее использовать при откорме, чем при производстве молочной продукции. Материалом образования жира при производстве молока наиболее оправданно использовать сыроволокнистые кормовые ресурсы со сравнительно низкой стоимостью.

В результате недостаточно правильная экономическая оценка кормового рациона на основе себестоимости (цены) кормовой единицы ведет к убытку. Более того, наши исследования свидетельствуют о том, что чем выше в хозяйствах продуктивность коровы, тем выше себестоимость кормовой единицы кормового рациона.

Рассчитываемый по этому критерию кормовой рацион не полностью покрывает потребность в сухом веществе, сбалансированном по энергетической потребности коров с более высокой продуктивностью. В действительности же потребность в кормах с более высоким содержанием сухого вещества (прежде всего концентрированных) гораздо больше, чем скармливаемых в сельскохозяйственных предприятиях.

М.К. Жудро, канд. экон. наук
БСХА (Горки)

АДАПТАЦИЯ МЕХАНИЗМА ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА ПРОДОВОЛЬСТВИЕ К ТРЕБОВАНИЯМ РЫНКА

Выполненные исследования по практике формирования цен на продовольствие в Республике Беларусь позволяют заключить, что эффективное ценообразование должно базироваться на учете четырех принципов.

Первый принцип — цены на аграрную продукцию должны обеспечивать крестьянам получение относительно равного дохода прежде всего в системе предприятий АПК, а также, в целом, народного хозяйства.

Второй — система ценообразования на продукцию АПК должна базироваться на требованиях эффективного развития национального аграрного рынка.

Третий — она должна создавать реальные предпосылки для активизации углубления эффективной кооперации всех участников “продовольственной цепочки”.

Четвертый — в совокупности с другими инструментами государственного регулирования АПК должен способствовать поддержанию состояния продовольственной безопасности республики.

Реализация на практике вышеизложенных принципов во многом зависит от выбора методологии определения цены, механизма реагирования и процедуры ее применения. В экономической теории и практике известны три метода роста цен: *прогрессивный* (получивший название среди отечественных ученых — затратный метод), *ретроградный* (получивший название у отечественных ученых — рыночный метод) и *дифференцированный*.

Принятию решения в пользу прогрессивного или ретроградного метода определения цены, которой должна предшествовать оценка предпосылок относительно вида продукта, потребителя, тенденции рынка и формального предложения.

Наиболее значимыми предпосылками для применения прогрессивного метода определения цены на аграрную продукцию можно считать:

закупку продовольствия в счет каких-то единовременных заказов;

большие объемы производства;

сравнение с предложениями конкурентов возможно только в ограниченном объеме или вообще невозможно;

небольшое количество потребителей с различными потребностями в отношении объема, качества и сроков поставок;

возможно участие в тендерах (открытых конкурсах) или торгах в отношении получения национального или зарубежного заказа;

наличие большого интервала между самой высокой и самой низкой ценой на одном рынке.

Предпосылками для применения ретроградного метода определения цены на аграрную продукцию могут быть:

стандартные, массовые продукты или полуфабрикаты;

сравнение с предложениями конкурентов в большом объеме;

продукты, на которые цены во многом определяются их уровнем на мировом аграрном рынке;

небольшие различия качественных характеристик с продуктами конкурентов;

цена является реальным фактором, влияющим на поведение покупателей и объем продаж;

небольшой интервал между самой высокой и самой низкой ценой на одном рынке.

Л.Г. Гоцкая
БГЭУ (Минск)

ИНФОРМАЦИЯ О СОСТОЯНИИ РЕГИОНА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА

Инвестиционная привлекательность региона в целом и предприятий, функционирующих на его территории, сильно детерминирована доступностью и доброкачественностью информации о его социально-экономическом положении. Регионы могут выиграть соревнование за инвестора, если будут умело конструировать и предоставлять необходимые инвестору сведения о состоянии и потенциале развития инфраструктуры региона, экономики и социальной сферы. При анализе опыта Германии в этой области нами сделаны следующие обобщения.

1. Местные власти и предприниматели имеют общий интерес, состоящий в том, чтобы привлечь в регион новые инвестиции, для чего информируют потенциальных инвесторов с помощью специального информационного комплекса, разнообразных, детальных и доступных сведений о состоянии региона.

2. Как правило, этот информационный комплекс готовится частными консалтинго-сервисными предприятиями на основе официальной статистической отчетности и имеет форму специальной книги, которая помещается в Интернет и имеет объем около 2,5—3 Кбайта.

3. Материал структурирован так, чтобы его разделы информировали о следующих областях интересов: история области и климат; население; здания и жилище; занятость; ремесло и сельское хозяйство; финансы; образование, здоровье и социальная сфера, персонал и общественное управление; выборы; окружающая среда; транспортная сеть и туризм.

4. Наличие в данном документе консалтинговых фирм с их адресами и контактными телефонами позволяет облегчить заинтересованным лицам получение дополнительных сведений, не содержащихся в данном документе.