

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ МОЛОКА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Роман Павлович Белолипов
Светлана Николаевна Коновалова

Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I

Целью исследования является анализ и выявление проблем в ценообразовании на рынке молока и молочной продукции России в целом и в Воронежской области в частности. Рассматриваются изменения, произошедшие в молочно-продуктовом подкомплексе за последние годы, анализируются проблемы и тенденции развития рынка молока. Приводятся данные, свидетельствующие о положительных тенденциях в отрасли молочного животноводства. Показано, что в Воронежской области среднегодовое поголовье коров в 2017 г. увеличилось на 37% по сравнению с 2009 г., было произведено 224,1 кг молока на человека, что почти на 19,2% больше уровня производства 1998 г. В 2015–2017 гг. ценовая ситуация на рынке сырьевого молока в целом характеризовалась ростом цен, что соответствует тенденциям мирового рынка. Определены особенности и выявлены причины наличия диспропорций в распределении экономических результатов деятельности между участниками продовольственной цепи на рынке молока: сельскохозяйственный товаропроизводитель – переработчик – торговля. Для устранения выявленных диспропорций предлагается снижение уровня розничной цены на готовую молочную продукцию за счет сокращения неоправданных доходов в сфере розничной торговли, заготовки и переработки. Рассматривается концепция «ценового эталона», согласно которой цена на сельскохозяйственное сырье и продукты переработки должна формироваться исходя из их энергетической ценности. Приводятся расчеты цен на молочную продукцию на основе данной концепции. Сделан вывод о том, что на современном этапе развития социально-экономических отношений использование данного подхода недостаточно оправдано, так как он включает субъективные факторы ценообразования, часто оказывающие решающее влияние.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ценообразование, рынок молока, молочно-продуктовый подкомплекс, ценовой паритет, ценовой эталон.

DAIRY PRODUCTS MARKET PRICING PRACTICES: COMMON PROBLEMS AND SOLUTIONS

Roman P. Belolipov
Svetlana N. Konovalova

Voronezh State Agrarian University named after Emperor Peter the Great

It is the purpose of the studies to analyze and identify problems in milk and dairy products market pricing practices in Russia in general and in Voronezh Oblast in particular. The authors considered the last changes in a dairy-food subcomplex; analyzed problems and milk market development trends; provided data confirming positive trends in dairy cattle husbandry. It is shown that in Voronezh Oblast annual average cow population increased by 37% in 2017 compared to 2009. In 2017, the dairy sector produced 224.1 kg of milk per person that is almost by 19.2% more than the level of production in 1998. In 2015–2017, raw milk market pricing was generally characterized by an increase in prices that corresponded to world market trends. The authors defined features and causes of occurrence of imbalances in economic performance distribution between the participants of a food chain: agricultural producer – milk processor – seller. To eliminate these imbalances it is offered to reduce the level of retail prices for finished dairy products by lowering unjustifiable income in the field of retail trade, procurement and processing. The authors also considered the concept of «price standard» according to which the prices for agricultural raw materials and processed products should be formed on the basis of their energy value; calculated prices for dairy products on the basis of the concept under discussion; drew the conclusion that at the present stage of development of social and economic relations application of this approach is not sufficiently justified because it excludes judgmental pricing factors often determining overwhelming influence.

KEYWORDS: pricing, milk market, dairy-food subcomplex, price parity, price standard.

В современных условиях глобализации экономики формируются новые требования к предприятию как к социально-экономической системе. Успех предприятия зависит от способности адаптироваться к изменениям во внешней среде, изменять структуру бизнеса, обоснованно подходить к разработке стратегии развития, в том числе принимать стратегические решения в сфере ценообразования.

Глобальные изменения, происходящие в мировой экономике, продолжают. Рост численности населения планеты и научно-технический прогресс привели к ускорению истощения ресурсов планеты (уголь, нефть, газ, лес и пр.).

Попытки цивилизованного решения проблемы дефицита сырья, необходимого для удовлетворения растущих нужд и потребностей отдельных государств и мирового сообщества, предпринимаются постоянно. Экономическая наука за прошедшее столетие сформировала новые концепции и инструменты управления социально-экономическими отношениями в условиях рыночной экономики. Несмотря на это, вопросы обеспечения населения продуктами питания, а перерабатывающей промышленности – сырьем не решены в полном объеме.

Человечество уже сталкивалось с данной проблемой. Так, после Второй мировой войны ввиду нехватки сельскохозяйственного сырья, в СССР, странах Европы и даже США действовала карточная система распределения продуктов питания, то есть вводились социальные нормы потребления продуктов питания, необходимых человеку для поддержания жизненных функций. При этом, естественно, учитывалась энергетическая ценность продуктов (хлеб, молоко, яйца, мясо и пр.), а также цена производства. Таким образом, приоритет отдавался не количеству, а качеству продуктов питания и их полезности, ценности.

Многие ученые склоняются к мысли, что решение проблемы продовольственной безопасности заключается в использовании рыночных механизмов, в том числе в области ценообразования [4, 7].

В настоящее время по-прежнему классическими являются определения цены, основанные на затратном подходе:

- цена – денежное выражение стоимости;
- цена – себестоимость плюс прибыль.

Сложность цены и ценообразования заключается в том, что цена – категория конъюнктурная, связанная с экономическими, политическими, психологическими, социальными факторами. Влияние этих факторов на развитие рынка различно, оно постоянно меняется. С одной стороны, цена определяется фактором затрат, а с другой – ее уровень может зависеть от психологии поведения покупателей.

Мы рассмотрели проблемы ценообразования на примере рынка молока и молочной продукции, так как отрасль молочного животноводства является стратегически важным звеном агропромышленного сектора, от которой зависит благосостояние народа. Определяющими факторами развития данной отрасли являются плотность и платежеспособность населения, формы организации производства, конкуренция, состояние сырьевой базы предприятий отрасли.

Современные предприятия молочной отрасли функционируют в условиях конкурентного рынка и являются взаимозависимыми. Развитие рынка молока и молочной продукции зависит от цены на молочную продукцию и платежеспособности населения, формируется под влиянием спроса и предложения с учетом сезонности производства и потребления продукции [10]. Ситуация, которая сложилась сегодня на рынке молока в РФ, характеризуется противоречивыми показателями.

В 2017 г. в России в хозяйствах всех категорий было произведено 110,2 кг молока на человека, что на 1,3% больше уровня 1998 г. Вместе с тем в России сложились регионы насыщенного молочного производства, которые характеризуются не только высокими показателями продуктивности, но и быстрыми темпами роста объемов производства. Так, в 2017 г. в Воронежской области в молочном секторе было произведено 224,1 кг молока на человека, что почти на 19,2% больше уровня производства 1998 г.

Из данных статистики следует, что в настоящее время происходит внутренняя перестройка производственной структуры и реализации молока. С 1998 по 2017 г. поголовье коров в РФ сократилось в 2,4 раза – с 7,6 до 3,0 млн гол. Анализ статистиче-

ских данных (табл. 1) показал, что поголовье коров в Воронежской области в период с 1998 по 2017 г. сократилось в 2,4 раза. Большинство сельхозпредприятий в Российской Федерации, занимающихся производством молока, имеют небольшие фермы с поголовьем от 150 до 250 коров. Процесс ликвидации молочного животноводства в небольших сельскохозяйственных предприятиях продолжается. Однако в последние годы с появлением новых инвестиционных проектов в молочном животноводстве темпы сокращения поголовья молочного стада снизились. В 2009 г. на фоне роста цен на молоко-сырье отрицательная динамика в численности молочного стада была остановлена. Так, в Воронежской области среднегодовое поголовье коров в 2017 г. по сравнению с 2009 г. увеличилось на 37% и составило 100 596 гол. [8].

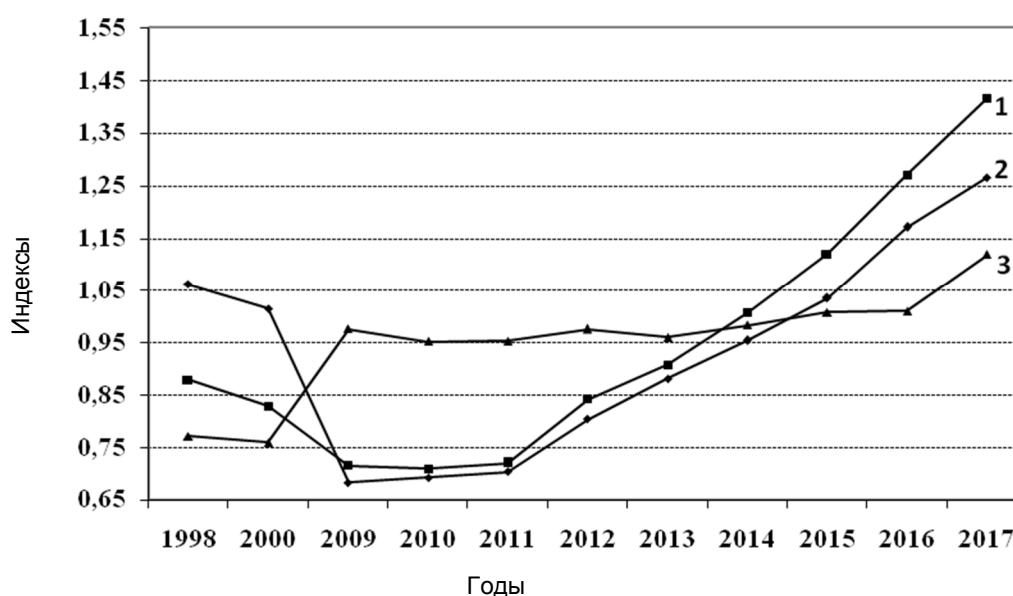
Таблица 1. Динамика продуктивности, поголовья коров и валового производства молока в Воронежской области

Показатели	1998 г.	2009 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. в % к 1998 г.
Среднегодовое поголовье, гол.	242 383	73 608	94 816	98 296	100 596	41,5
Средняя продуктивность, кг/сут.	5,25	11,35	15,91	17,08	17,75	Рост в 3,4 раза
Валовой надой, т /сутки	1272,5	835,3	1266,58	1432,98	1548,88	121,7

Источник: [1].

На фоне увеличения поголовья коров происходит рост продуктивности молочного стада. Интенсификация производства в молочной отрасли увеличилась. Реализация приоритетного национального проекта способствовала появлению современных молочных ферм, которые вышли на высокий уровень продуктивности – 6000 кг в год. В Воронежской области более чем в 3 раза выросла средняя продуктивность коров. В результате наблюдающаяся тенденция увеличения продуктивности создала условия для повышения производства молока. Валовое производство молока в 2017 г. увеличилось на 21,7%.

На основе проведенного анализа молочной отрасли и современных тенденций ее развития можно отметить, что инновации в области производства и конъюнктурные изменения на рынке молока преопределили тенденции структуры баланса и динамики реализации молока (рис.1).



Источник: [2].

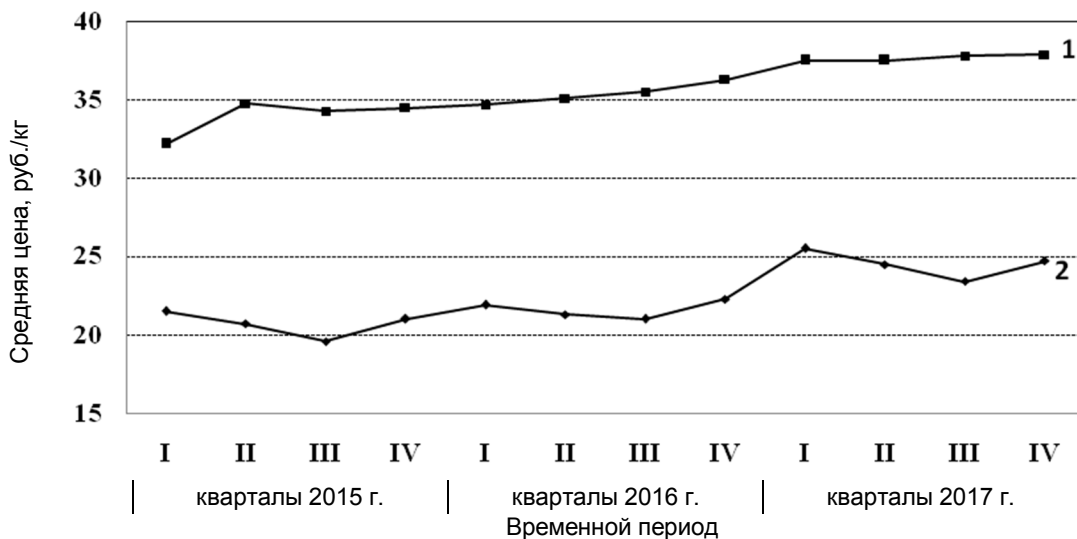
**Рис. 1. Динамика среднесуточных темпов роста производства, сбыта и товарности молока в Воронежской области в 1998–2017 гг.:
1 – объем сбыта; 2 – валовой надой; 3 – товарность**

Данные рисунка 1 показывают, что в период 2009–2017 гг. темпы роста сбыта молока опережали темпы роста валового производства. Следствием стало увеличение темпов роста товарности молока. В 2017 г. суточная товарность молока по сравнению с 1998 г. увеличилась на 27% и составляла более 100%. Данная динамика свидетельствует об изменении структуры баланса молока в сторону роста его сбыта на сырьевом молочном рынке. В период 2009–2017 гг. внутригодовые колебания товарности молока составили 95–104%.

Однако поголовье коров только начинает стабилизироваться, но еще далеко отстает от уровня предыдущих лет. Это свидетельствует о недостаточной экономической мотивированности сельскохозяйственных предприятий расширять производство сырьевого молока. Поэтому мы поддерживаем мнение ученых, которые считают, что едва ли не главной причиной является несовершенный механизм ценообразования и неэквивалентное распределение доходов между субъектами маркетинговой цепи: производитель – переработчик – торговля [6].

Значительная часть проблем молочно-продуктового подкомплекса находится вне сельскохозяйственного производства, а именно – на пути продвижения продукции от производителя сырья к конечному потребителю. В поиске лучших рынков сбыта сельскохозяйственные предприятия реализуют молоко по разным каналам: перерабатывающим предприятиям, на продовольственных рынках, через собственные магазины и тому подобное [5].

Ценовая ситуация на рынке сырьевого молока в целом характеризуется ростом цен в 2015–2017 гг., что соответствует тенденциям мирового рынка (рис. 2).



Источник: [9].

**Рис. 2. Динамика средних цен на молоко в Российской Федерации:
1 – молоко питьевое; 2 – сырое молоко**

Для обеспечения высоких производственных показателей и конкурентных потребительских цен важно, чтобы все участники ценовой цепи (сельскохозяйственный товаропроизводитель, перерабатывающее предприятие, розничная торговля) получали экономически оправданную прибыль на вложенный капитал. Специфика же производственного процесса продуктов питания заключается в том, что в начале ценовой цепи сельскохозяйственный товаропроизводитель находится под давлением перерабатывающей отрасли, а последняя, в свою очередь, испытывает давление розничной торговли.

Предприятия перерабатывающей отрасли и розничной торговли – более концентрированные по сравнению с сельскохозяйственными предприятиями, и процессы кон-

солидации их активов набирают все большие обороты. Торговые сети выступают главным игроком и бесспорным диктатором правил игры в продовольственных цепях. При таких условиях важно отслеживать долю сельскохозяйственного производителя в структуре розничной цены на продовольствие с целью поддержания его на должном уровне и обеспечения ему как важному участнику агропродовольственной цепи надлежащего уровня прибыли на вложенный капитал.

Для выявления проблем молочно-продуктового подкомплекса нами проанализировано распределение доходов между участниками продовольственной цепи: сельскохозяйственный товаропроизводитель – переработчик – торговля. Анализ показал, что доля перерабатывающих предприятий и посреднических организаций в структуре розничной цены на молоко находится – на уровне 44,6%.

Самым влиятельным участником продовольственной цепи является торговля, которая получает весомую долю розничной цены молока – 13,2%, и ее услуги по доведению этой продукции до потребителя обходятся последним довольно дорого. Находясь на конце цепи, ближе к потребителю, именно розничная торговля диктует цены, устанавливает объем продукции (учитывая спрос), который могут поставлять на рынок предыдущие звенья – перерабатывающая отрасль и сельское хозяйство.

Сельскохозяйственные товаропроизводители, находящиеся в самом начале ценовой цепи, имеют меньше рычагов коммерческого влияния на другие его звенья и из-за значительной распыленности производства больше всего нуждаются в консолидации их действий и поддержке государства.

Результаты проведенного анализа уровня и структуры розничной цены на молоко в Российской Федерации и, в частности, доли сельского хозяйства в ней, свидетельствуют о наличии диспропорции в распределении экономических результатов деятельности между участниками продовольственной цепи на рынке молока. Очевидно, что часть доходов при производстве готовой молочной продукции неоправданно присваивается такими участниками ценовой цепи, как перекупщик (заготовитель), перерабатывающее и торговое предприятия и т. д.

Ценовой паритет, эквивалентность обмена между сельским хозяйством и промышленностью является предметом постоянного внимания государства в экономически развитых странах. Система ценообразования этих стран предусматривает оперативный мониторинг динамики цен на средства производства, расходов и доходов в сельском хозяйстве, цен на конечную продукцию. В США информация о доле сельского хозяйства в структуре розничной цены отдельных видов продукции отслеживается и ежемесячно публикуется на сайте Министерства сельского хозяйства США (USDA). Принимаются меры по поддержке фермерских цен на молоко [3].

Повышение доли сельского хозяйства в структуре розничной цены возможно за счет повышения закупочной цены на сырьевое молоко для сельскохозяйственных предприятий. Однако в условиях экономического кризиса и ограниченности спроса населения возможен и другой путь – снижение уровня розничной цены на готовую молочную продукцию, и в частности молоко пастеризованное, учитывая еще и то, что речь идет о социально значимом продукте. Это способствовало бы активизации спроса на молочную продукцию, повышению ее конкурентоспособности.

Снижение конечной цены на молоко возможно за счет двух источников: снижения себестоимости и обеспечения более справедливого распределения экономических результатов деятельности между участниками продовольственной цепи как заинтересованными в общем деле партнерами. Субъекты формирования ценовой цепи должны критически оценить уровень собственных расходов с целью их снижения. Считаем, что уже сегодня экономически оправданным является снижение розничных цен на молоко за счет сокращения неоправданных доходов в сфере розничной торговли, заготовки и переработки.

Проблема установления цены на продукты питания является одной из самых острых ввиду их социальной значимости. В современном ценообразовании существует множество подходов, причем пропорция между теоретическими и практическими вопросами складывается в пользу последних.

На наш взгляд, особый интерес вызывает концепция «ценового эталона», которая призвана создать условия для регулирования ценовых пропорций на сырье и продукты питания. Данный подход к ценообразованию развивается с начала 90-х годов XX века. Согласно ему цена на сельскохозяйственное сырье и продукты переработки должна формироваться исходя из их энергетической ценности, то есть количества калорий в единице продукта. При этом остаются открытыми, какой вид сырья и какая величина расценки за 1 калорию будут взяты в качестве эталона.

На этот счет существуют две основные точки зрения, единые в том, что нужен ценовой эталон или целевая цена. Различия же проявляются в том, что первая точка зрения указывает на то, что ведущей отраслью сельского хозяйства является зерновое производство, и, следовательно, за эталон принимается цена продовольственной пшеницы, вторая точка зрения привязывает ценообразование к самостоятельным продуктовым сегментам (зерновому, свеклосахарному, масличному молочному, мясному и т. д.).

Итак, рассмотрим первый подход, где ценообразование строится на единой для всех продуктов переработки эталонной цене (табл. 2). В качестве объектов исследования были выбраны крупы зерновых культур, имеющие минимальную цену, и молочные продукты компании ПАО Молочный комбинат «Воронежский».

Таблица 2. Показатели расчета цены на основе подхода, при котором за эталон принимается цена продовольственной пшеницы

Продукты	Жирность, %	Фактические параметры			Расчетные параметры руб./100 г	Отклонение	
		ккал/ 100 г	руб./ 100 г	руб./ 1 ккал		(+, -)	%
Крупа пшеничная	-	343	4,0	0,012	4,00	-	-
Крупа рисовая	-	330	2,50	0,008	3,85	+1,35	53,9
Крупа гречневая	-	313	2,5	0,008	3,65	+1,1	43,5
Крупа кукурузная	-	330	3,3	0,010	3,85	+0,6	17,1
Крупа пшено	-	347	2,3	0,007	4,05	+1,7	73,4
Крупа манная	-	320	3,5	0,011	3,73	+0,2	6,6
Молоко	2,5	55	5,0	0,091	0,64	-4,4	12,8
Масло сливочное	72,5	662	50,0	0,076	7,72	-42,3	-84,6
Масло сливочное	82,5	748	70,5	0,09	8,72	-61,8	-87,6
Творог	0,9	157	31,7	0,20	1,83	-29,9	-94,2
Сырок ванильный	16	337,9	67,5	0,20	3,94	-63,6	-94,2
Сметана	20	204	22,3	0,11	2,38	-20,0	-89,3
Сметана	15	160	19,0	0,12	1,87	-17,1	-90,2
Кефир	1	36	6,6	0,18	0,42	-6,2	-93,6
Кефир	3,2	56	6,7	0,12	0,65	-6,0	-90,3
Сыр «Калачеевский»	45	353	52,5	0,15	4,12	-48,4	-92,2

В таблице 2 приведены данные о содержании калорий в 100 г продуктов, цене 100 г продуктов, цене 1 ккал. Анализ показал, что указанные параметры продуктов различаются, в том числе и цена 1 ккал. Так, цена 1 ккал крупяных в среднем составила 1 коп., масла сливочного жирностью 82,5% – 9 коп., сыра 45% – 15 коп., творога 0,9% – 20 коп., сметаны 20% – 11 коп. Полученные данные указывают на диспаритет и несопоставимость цен на продукты переработки разных отраслевых подкомплексов. Расчетные параметры цен также свидетельствуют о диспропорции цен. В частности, мо-

лочные продукты, связанные с более глубокой переработкой, имея более низкую энергетическую ценность, становятся экономически невыгодными.

Далее, рассмотрим второй подход к ценообразованию на примере молочных продуктов (табл. 3). В качестве объекта исследования произвольно выбраны молочные продукты компании ПАО Молочный комбинат «Воронежский».

В таблице 3 приведены данные о содержании калорий в 100 г молочных продуктов, цене 100 г продуктов, цене 1 ккал. Как ранее отмечалось, указанные параметры молочных продуктов различаются, в том числе цена 1 ккал. В частности, цена 1 ккал масла сливочного жирностью 82,5% составила 9 коп., сыра 45% – 14 коп., творога 0,9% – 20 коп., сметаны 20% – 10 коп. и т.д.

Таблица 3. Показатели расчета цены на основе подхода, при котором за эталон принимается цена молока

Продукты	Жирность, %	Фактические параметры			Расчетные параметры руб./100 г	Отклонение	
		ккал/100 г	руб./100 г	руб./1 ккал		(+, -)	%
Молоко	2,5	55	5,0	0,09	5	-	-
Масло сливочное	72,5	662	50,0	0,07	60,18	+10,2	+20,4
Масло сливочное	82,5	748	70,5	0,09	68	-2,5	-3,5
Сыр «Калачеевский»	45	353	52,5	0,14	32,09	-20,4	-38,9
Творог	0,9	157	31,7	0,20	14,27	-17,5	-55,0
Ряженка	4	64,8	9,4	0,14	5,89	-3,6	-37,6
Сырок ванильный	16	337,9	67,5	0,19	30,71	-36,8	-54,5
Сметана	20	204	22,3	0,10	18,54	-3,8	-17,0
Сметана	15	160	19,0	0,11	14,54	-4,5	-23,4
Кефир	1	36	6,6	0,18	3,27	-3,3	-50,4
Кефир	3,2	56	6,7	0,11	5,09	-1,6	-24,0

Наблюдается закономерность: чем ниже энергетическая ценность, тем выше цена 1 калории. Переработчики используют стратегию перераспределения издержек между ассортиментными группами в целях стимулирования спроса на более затратные продукты (масло, сыр). Очевидно, что цена молочной продукции, произведенной с применением новейших технологий, не имеет связи с энергетической ценностью продуктов переработки.

С точки зрения конечных потребителей продукции цена производства продуктов-концентратов (масло сливочное, сыр, сметана, кефир и пр.) не имеет значения. Главное – это полезность (энергетическая ценность) продукта, которая соотносится с базовым продуктом переработки – молоком.

В качестве эталона было выбрано молоко компании ООО «ЭкоНиваАгро» производимое под маркой «Академия Молочных Наук» жирностью 2,5%, так как оно имеет самую низкую цену 50 руб./л с учетом затрат на переработку.

Расчетные параметры цены 100 г молочных продуктов с учетом эталонной целевой цены 1 ккал показали, что при данном подходе цена на продукты должна быть значительно ниже. В частности, по сыру – на 38%, творогу – на 55%, сметане – на 17%, маслу – на 3,5%.

В условиях социально-экономического кризиса конечным потребителям выгодна низкая цена общественного производства, а рынку – оптимальная цена, которая, как правило, выше.

На современном этапе развития социально-экономических отношений рассмотренный подход недостаточно оправдан, так как он исключает субъективные факторы ценообразования, часто оказывающие решающее влияние. Изменение уровня, структу-

ры одного вида цен влечет изменение других видов цен, что обусловлено взаимосвязью элементов социально-экономической среды предприятий.

Таким образом, с учетом значительной степени неопределенности конъюнктуры отечественного рынка молочных продуктов стратегия ценообразования должна быть гибкой, приспособленной к изменениям рыночной конъюнктуры, что позволит быстро вносить изменения в товарный ассортимент и ценовую политику, предвидеть последствия этих мер, их влияние на финансовые показатели деятельности предприятия, оценивать уровень конкурентоспособности предприятия, а также принимать стратегические решения в соответствии с изменениями рыночной ситуации, формировать современную систему отношений между производителем и потребителем.

Библиографический список

1. Воронежская область в цифрах. 2018 : статистический сборник. – Воронеж : Воронежстат, 2018. – 84 с.
2. Воронежский статистический ежегодник. 2018 : статистический сборник. – Воронеж : Воронежстат, 2018. – 336 с.
3. Закшевский В.Г. Финансовые отношения в АПК региона / В.Г. Закшевский, А.О. Пашута, Н.К. Котелевская. – Воронеж : ФГБНУ НИИЭО АПК ЦЧР РФ, 2017. – 157 с.
4. Леонова Н.В. Теоретические основы экономической эффективности производства / Н.В. Леонова // Современные организационно-экономические проблемы развития АПК : материалы науч.-практ. конф., посвященной 100-летию со дня создания кафедры организации производства и предпринимательской деятельности в АПК Воронежского ГАУ. – Воронеж : ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2015. – С. 99–102.
5. Медеяева З.П. Взаимозависимость сельхозтоваропроизводителей и предприятий пищевой промышленности в логистической системе АПК / З.П. Медеяева, С.М. Ляшко, С.А. Голикова // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2017. – № 1 (52). – С. 175–181.
6. Печеневский В.Ф. Методика прогнозирования спроса и потребления продовольственных товаров в регионе на среднесрочную перспективу / В.Ф. Печеневский, В.С. Филонов // АПК: экономика, управление. – 2011. – № 3. – С. 32–39.
7. Попкова Е.В. Стратегическое планирование как фактор обеспечения экономической безопасности / Е.В. Попкова, О.И. Кучеренко // Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения : материалы 7-й Международной науч.-практ. конф. – Курск : ЗАО «Университетская книга», 2017. – С. 235–239.
8. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2018 : статистический сборник. – Москва : Росстат, 2018. – 1162 с.
9. Российский статистический ежегодник. 2018 : статистический сборник. – Москва : ИИЦ «Статистика России», 2018. – С. 147.
10. Терновых К.С. Состояние и тенденции развития отрасли молочного скотоводства в России / К.С. Терновых, Ю.А. Пименов // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2016. – № 4 (51). – С. 179–186.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Принадлежность к организации

Роман Павлович Белолипов – кандидат экономических наук, доцент кафедры управления и маркетинга в АПК ФГБОУ ВО «Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I», Россия, г. Воронеж, e-mail: rom-bp@yandex.ru.

Светлана Николаевна Коновалова – кандидат экономических наук, доцент кафедры управления и маркетинга в АПК ФГБОУ ВО «Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I», Россия, г. Воронеж, e-mail: ksn.2011@yandex.ru.

Дата поступления в редакцию 22.07.2019

Дата принятия к печати 30.08.2019

AUTHOR CREDENTIALS

Affiliations

Roman P. Belolipov, Candidate of Economic Sciences, Docent, the Dept. of Management and Marketing in Agro-Industrial Complex, Voronezh State Agrarian University named after Emperor Peter the Great, Russia, Voronezh, e-mail: rom-bp@yandex.ru.

Svetlana N. Konovalova, Candidate of Economic Sciences, Docent, the Dept. of Management and Marketing in Agro-Industrial Complex, Voronezh State Agrarian University named after Emperor Peter the Great, Russia, Voronezh, e-mail: ksn.2011@yandex.ru.

Received July 22, 2019

Accepted August 30, 2019