ную» экономику, учитывая свои особенности, определяемые экономическими, природными и экологическими условиями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственный земельный кадастр Республики Беларусь (по состоянию на 1 января 2013 г.) [Электронный ресурс] / Гос. комитет по имуществу Респ. Беларусь. – 2013. – Режим доступа: www.gki.gov.by. – Дата доступа: 08.01.2014.
2. Серая, Т. Заниматься органическим сельским хозяйством в Беларуси можно. Но есть ли смысл? [Электронный ресурс] / Дикая природа. – Минск, 2012. – Режим доступа: www.wildlife.by. – Дата доступа:26.11.2013.
3. Соколова, Ж. Е. Производство и реализация продукции органического сельского хозяйства в зарубежных странах: Обзорная информ. / Центр информации и технико-экономических исследований АПК. – Москва, 2012. – 57 с.

УДК 636.2

СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО «ЩУЧИНСКИЙ МАСЛОСЫРЗАВОД» И ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

Чернов А.С., Пирожникова Т.В.
УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

Сбытовая деятельность предприятия − это совокупность маркетинговых действий, обеспечивающих доведение товара от производителя до потребителя путем обмена, продажи товара и/или услуги [1, 3]. Актуальность данного исследования связана с тем, что в настоящее время многие белорусские предприятия испытывают затруднения в создании и управлении эффективными каналами распределения. Другой проблемой в управлении сбытовой деятельностью предприятия является современный подход к стимулированию работы посредников, чему в настоящее время на предприятиях уделяется недостаточно много внимания [2].

Целью данного исследования является анализ сбытовой деятельности ОАО «Щучинский маслосырзавод» и разработка мероприятий по ее совершенствованию.

На сегодняшний день управлением сбытовой деятельностью предприятия занимается коммерческий отдел. ОАО «Щучинский маслосырзавод» имеет выраженную экспортную ориентацию: 65,6% продукции экспортируется в Россию, 1,7% − на Украину. На внутреннем рынке продукция распределяется следующим образом: наибольший удельный вес (51,6%) продукции приходится на Гродненскую область, второе место занимает Гомельская область (24,4%), третье место − Минск и Минская область (22,7%).

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

Анализ эффективности сбытовой деятельности показал, что в 2011-2012 году план по сбыту не был выполнен. Рентабельность товарооборота снизилась на 17,1 п.п., что означает снижение прибыльности (рентабельности) бизнеса предприятия.

Можно выделить два основных направления совершенствования сбытовой деятельности предприятия: стимулирование торговых посредников и потребителей, а также продвижение продукции за счет рекламной деятельности.

ОАО «Щучинский маслосырзавод» предлагается:

1) сбыт продукции организовать через:

– дистрибьюторов на территории Украины и России, которые будут собирать заявки региональных компаний;

– заключить договора с крупными розничными сетями (Рублевский, Пятерочка) по прямым поставкам молочной продукции;

– расширить рынки сбыта за счет привлечения дилеров в таких странах, как Казахстан и Молдова;

2) открытие фирменных магазинов либо фирменных секций в крупных торговых объектах;

3) поставлять продукцию крупным российским торговым сетям для дальнейшей реализации под брендом заказчика с указанием производителя ОАО «Щучинский маслосырзавод» на этикетке.

Для повышения активности торговых посредников на внутреннем и внешних рынках предлагается использовать эффективную программу лояльности. Она будет основана на разделении оптовиков (дилеров) на 2 категории: дилер и VIP-дилер. Данная система стимулирования будет мотивировать дилеров к увеличению объемов закупок и активному продвижению продукции ОАО «Щучинский маслосырзавод» у себя в регионе, в то время как предприятие получит выгоду от экономии затрат на маркетинговые коммуникации на внешних рынках и увеличения объемов реализации.

Повышение объемов сбыта продукции на рынке Российской Федерации может быть достигнуто также за счет эффективной системы продвижения продукции:

– участие в выставках «Продэкспо» и World Food Moscow на территории Москвы;

– создание персональных страниц ОАО «Щучинский маслосырзавод» на международных отраслевых порталах www.product.ru, flagma.ru и др.;

– проведение дегустаций продукции совместно с крупными дилерами;

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ

– спонсорство кулинарной передачи на российском телеканале (программа «Спросите повара» на канале «Домашний»).

Таким образом, предложенные мероприятия позволят повысить эффективность сбытовой деятельности ОАО «Щучинский маслосырзавод» (ожидается увеличение объема продаж на 20%) и получить дополнительную прибыль в размере (411 406 млн. руб. × 0,2) = 82 281,2 млн. руб.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бурцев, В.В. Сбытовая и маркетинговая деятельность / В. В. Бурцев – М.: Экзамен, 2006. – 224 с.
2. Голубков, Е. П. Современные тенденции развития маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом – 2010 – №1 – с. 3-18.
3. Наумов, В.Н. Маркетинг сбыта. / В. Н. Наумов – М.: ЮНИТИ, 2003 – 355 с.

УДК: 631.15:33:633.63(476)

АНАЛИЗ МИРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА САХАРА

Чернушевич Е.И.
УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

Одна из основных особенностей мирового производства сахара состоит в развитии большинством стран собственной сахарной промышленности. Сырьем для нее является сахарная свекла и/или сахарный тростник. Сахар является важной составной частью рациона питания населения, поэтому государственная аграрная политика этих стран нацелена на достижение ими самообеспеченности сахаром с тем, чтобы отказаться от импортных поставок с мирового рынка, традиционно отличающегося особой неустойчивостью. Этим, главным образом, объясняются исключительно широкие масштабы государственного регулирования сахарной отрасли.

Динамика мирового производства сахара за 2009-2012 гг. представлена в таблице.

Таблица − Мировое производство сахара, млн. т

Страна	Маркетинговый год			
	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
Бразилия	36,400	38,350	36,150	38,600
Индия	20,637	26,574	28,620	27,200
Европейский союз	16,687	15,939	18,320	16,591
Китай	11,429	11,199	12,341	14,000
Таиланд	6,930	9,663	10,235	10,000
США	7,224	7,104	7,700	8,144

РЕПОЗИТОРИЙ ГГАУ