

ных экономических систем с учетом возможной диверсификации сельской экономики для максимально эффективного комплексного использования потенциалов естественных факторов, производства экономических благ, развития производственной подсистемы и социального развития сельских территорий.

### **Литература**

1. Сагидов, К. Механизм управления экономикой: структура и содержание / К. Сагидов // Вестн. Рос. экон. ун-та им. Г.В. Плеханова. Вступление. Путь в науку. — 2013. — № 2 (6). — С. 60—66.

2. Ханнанова, Т. Р. Концептуальные основы аграрной политики в России: постановка проблемы / Т. Р. Ханнанова // Рос. электрон. науч. журн. — 2013. — № 2. — С. 143—157.

*Ю.А. Рыбалко, магистр экон. наук  
БГЭУ (Минск)*

## **СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ КОМПАНИЙ**

Повышение рентабельности продаж продовольствия во многом определяет организация сбытовой сети. Даже хорошо разработанная и правильно рассчитанная маркетинговая стратегия может не дать эффекта, если реализующая ее система не соответствует поставленным задачам.

Исследованиями установлено, что при формировании крупных продовольственных компаний производителям с самого начала следует ориентироваться на определенные формы и методы сбыта, позволяющие наращивать объемы продаж.

Характер сбытовой политики определяется действием внутренних и внешних факторов функционирования компании и строится на основе упорядоченного анализа потребностей и запросов, восприятия и предпочтений, свойственных потребителям продукции. Так как эти предпочтения постоянно меняются (по объемам и структуре), то эффективная сбытовая политика должна быть направлена на постоянное повышение качества продукции, обновление ассортимента предлагаемых товаров и услуг.

В условиях жесткой международной конкуренции одним из наиболее эффективных инструментов продвижения сельскохозяйственной продукции и освоения новых рынков сбыта является товаропроводящая сеть. Функционирование товаропроводящей сети продовольствия позволяет обеспечивать конкурентные преимущества через постоянную адаптацию производства и сбыта сельскохозяйственной продукции к изменениям внешней среды.

От правильного построения процессов продвижения товара и его реализации зависят результаты как производственной, так и сбытовой деятельности предприятия. Отечественный и международный опыт свидетельствует о том, что компания, изделия которой мало отличаются от продукции конкурентов, может обогнать последних именно благодаря развитию товаропроводящей сети и созданию оптимальных условий для продвижения товаров к потребителям.

В современных рыночных условиях также особую актуальность приобретает развитие оптовой торговли как элемента поддержания инфраструктуры товародвижения от производителя к потребителям. Оптовые рынки требуют развитой инфраструктуры, хороших подъездных путей, современных складских помещений.

Итак, в рамках аграрного реформирования существенным препятствием для предприятий агропродовольственной сферы экономики продолжает оставаться слабая организация сбытовой деятельности. В связи с этим существует необходимость формирования рациональной товарной стратегии продовольственных компаний, учитывающей специфику их отношений и взаимодействий, характер производимой продукции, особенности поведения различных групп покупателей, сложившуюся систему рекламирования сельскохозяйственной продукции и ее продвижения на рынок.

*И.В. Рыскова, канд. экон. наук, доцент*

*И.В. Чернова, канд. экон. наук*

*АФ НИУ БелГУ (Алексеевка, Россия)*

## **РАЗВИТИЕ МЕЛКОТОВАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ПРИОРИТЕТ В РЕГИОНАЛЬНОМ СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ**

Реализация аграрной политики происходит на региональном уровне с учетом специфики каждого региона и стратегии развития.

В Белгородской области в настоящее время сделан акцент на развитие мелкотоварного производства. Причем основная государственная поддержка крестьянских (фермерских) хозяйств, обозначенная в программе развития сельского хозяйства на 2014—2020 гг., выделяется по линии кооперации.

Опыт развитых стран, в которых сектор малого агробизнеса играет важнейшую роль в системе продовольственной самообеспеченности и развития сельской местности, позволяет вести речь о приоритетной поддержке со стороны государства потребительской кооперации.

Отметим, что преимущественно мелкотоварное производство характерно для новых членов ЕС (Болгария, Румыния, Литва, Латвия и т.д.), тогда как для «старой» Европы характерны процессы ускорен-