

бенно специализирующиеся на области деятельности вашего предприятия. Правильным образом воздействовать на персонал с точки зрения менеджмента, путем использования трех важных групп методов управления: экономической, административной и социально-психологической. Обеспечивать непрерывное производство, путем развития и проработки логистической цепи, как внешней, так и внутренней. Обеспечивать персонал всем необходимым для работы. Также содержать обслуживающий отдел, для устранения неполадок и неисправностей.

**УДК 339.138**

**Татьяна Душевская**  
(Республика Беларусь)

Научный руководитель С.В. Бондарь, к.э.н., доцент  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ**

В настоящее время сущность сбытовой деятельности в экономической литературе трактуется неоднозначно. Сбыт рассматривается, с одной стороны, как продвижение товара от производителя к потребителю, с другой – как реализация или совокупность действий по удовлетворению потребностей.

Сбыт – это деятельность по реализации продукции и/или услуг производителями индустриальным клиентам или конечным потребителям с помощью посредников или прямого маркетинга.

Сбытовую деятельность предприятия целесообразно анализировать по следующим показателям:

- анализ выполнения договорных обязательств перед покупателями по поставкам продукции;
- анализ качества продаваемой покупателям продукции;
- анализ показателей результативности сбытовой деятельности;
- анализ влияния сбытовой деятельности на прибыль предприятия.

Под сбытовой политикой организации (предприятия) в наиболее широком смысле следует понимать выбранные ее руководством совокупность сбытовых стратегий маркетинга (стратегии охвата рынка, позиционирования товара и т.д.) и комплекс мероприятий (решений и действий) по формированию ассортимента

выпускаемой продукции и ценообразованию, по формированию спроса и стимулированию сбыта (реклама, обслуживание покупателей, коммерческое кредитование, скидки), заключению договоров продажи (поставки) товаров, товародвижению, транспортировке, по инкассации дебиторской задолженности, организационным, материально-техническим и прочим аспектам сбыта.

При формировании сбытовой политики следует учитывать, что на ее эффективность влияет большое количество различных факторов. Основными из них являются:

- особенности потребителей (их количество, концентрация, время и формы приобретения товаров, величина средней разовой покупки, уровень доходов, закономерности поведения при покупке, требования к качеству товаров и т. д.);

- производственные, сбытовые, финансовые и другие возможности самого предприятия-производителя (специализация деятельности, финансовое положение, масштабы производства, наличие кадров, ресурсов, направления маркетинговой стратегии, организационная структура и т. д.);

- характеристики товара (вид, специфика потребительских свойств, сезонность производства и спроса, сроки хранения, необходимость технического обслуживания и т. д.);

- отличительные черты рынка (емкость; пространственные характеристики – региональный, национальный, мировой; обычаи и торговая практика; плотность распределения потенциальных покупателей и т. д.);

- реализуемые товары, используемые сбытовые стратегии.

**UDC: 635.652-042**

**Yehor Diachenko, Andriy Litun**

(Ukraine)

Scientific supervisor S.O. Zaika, Ph.D., Associate Professor  
Kharkov Petro Vasylenko national technical university of agriculture

## **LEGUMES ARE A STRATEGIC FACTOR IN REGULATING PROTEIN BALANCE**

Recently, special attention has been paid to the production of legumes, which are of great importance for improving the food supply of the population.