

кетинговой деятельности предприятия является дальнейшее закрепление на рынках РБ, ближнего и дальнего зарубежья в качестве крупнейшего производителя детского питания, а также войти в пятерку сильнейших компаний на отечественном рынке.

5. *Гибкая ценовая стратегия.* Что касается экспортных цен, то они имеют существенную региональную дифференциацию. Это обстоятельство требует от предприятия постоянно проводить мониторинг цен на внешних рынках. Экспортные цены на продукцию устанавливаются предприятием самостоятельно, но не ниже предельных минимальных экспортных цен, определяемых протоколами заседаний рабочей группы по мониторингу реализации молочной продукции, зерна и муки на внутреннем и внешнем рынках, созданной распоряжением Премьер-министра РБ.

6. *Оптимизация логистической цепочки.* Основной торговый партнер – Россия. Поставки продукции в Российскую Федерацию осуществляются через собственную товаропроводящую сеть – ООО «Торговый Дом Беллакт». Через собственную товаропроводящую сеть экспортируется 38% от общего объема поставок продукции в РФ. В остальные страны основная часть продукции поставляется через посредников. Поэтому на перспективу предприятие планирует увеличить поставки продукции через собственную товаропроводящую сеть и сократить число посредников.

7. *Диверсификация рынков сбыта. Поиск новых покупателей на освоенных рынках сбыта.* С 2009 г. предприятие начало проводить работу по диверсификации рынков сбыта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бизнес-план ОАО «Беллакт» ОАО «Беллакт».

УДК 637.1:658.8 (476.6)

РАБОТА ПО ДИВЕРСИФИКАЦИИ РЫНКОВ В ОАО «БЕЛЛАКТ»

Дыканец В. П.

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

С 2009 г. предприятие начало проводить работу по диверсификации рынков сбыта. Предприятие начало экспортировать продукцию во многие страны СНГ – Казахстан, Украину, Узбекистан, а также в страны дальнего зарубежья: Монголию, Пакистан, Ливию, Венесуэлу, Сау-

довскую Аравию. Доля поставок в страны дальнего зарубежья составляет 47% от общего экспорта. В 2018 г. планируется экспортировать продукцию в Российскую Федерацию, Казахстан, Узбекистан, Украину, Пакистан, Венесуэлу, а также предусматриваются первые поставки продукции в Грузию, Китай, Вьетнам, КНР, Сирию. В дальнейшем предприятие планирует увеличивать объемы поставок на данные рынки. Для этого в вышеперечисленных странах открыты представительства предприятия. Для диверсификации рынков сбыта в ближайшей перспективе предусмотрена реализация следующих мероприятий, ответственным исполнителем за проведение которых является ОАО «Беллакт».

Таблица 1 – Мероприятия по созданию новых субъектов товаропроводящей сети за рубежом

Наименование мероприятия	Страна создания
Открытие медицинского представительства	Республика Казахстан
Заключение дилерского договора	КНР
Открытие медицинского представительства	КНР
Заключение дилерского договора	Республика Грузия
Заключение дилерского договора	Азербайджан, Республика Армения, Республика Киргизия, Сирия

Таблица 2 – Мероприятия по оптимизации и повышению эффективности существующей товаропроводящей сети за рубежом

Наименование мероприятия	Наименование субъекта ТПС, страна (регион России)
Пролонгированные действующего дилерского договора	Республика Казахстан
Увеличение поставок детского питания	Республика Казахстан, Российская Федерация, Республика Украина, Республика Узбекистан, Пакистан

Таблица 3 – Сопутствующие мероприятия по развитию товаропроводящей сети за рубежом

Наименование мероприятия	Страна (регион России) проведение мероприятия
Проведение переговоров с зарубежными партнерами по заключению дилерских договоров, организация визитов	Республика Казахстан, Китайская Народная Республика, Республика Грузия, Республика Азербайджан, Республика Армения, Республика Киргизия, Сирия
Участие в выставках, ярмарках, конференциях	Российская Федерация, Республика Казахстан, Республика Украина, Республика Узбекистан

Таким образом, на основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что ОАО «Беллакт» имеет реальные возможности увеличения

объемов продаж молочной продукции и роста доли предприятия на отечественном и зарубежном рынке в 2018 г. за счет дальнейшего совершенствования работы по диверсификации рынков сбыта и выведение новых видов продукции на внешние рынки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Внешняя торговля Беларуси [Электронный ресурс]./ Официальный сайт Министерства иностранных дел Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://mfa.gov.by/cxport-LfnfIjcsnegf> – Дата доступа 30.05.2017.
2. Поливко В. А. Молочная отрасль Республики Беларусь: состояние и перспективы/ В. А. Поливко// Сельское хозяйство - проблемы и перспективы: сб. науч. тр./под редакцией В. К. Пестиса. – Гродно: ГГАУ, 2016.-Т34. - С. 192-200.
3. Официальный сайт ОАО «Беллакт». [Электронный ресурс]. / Режим доступа: <http://www/bellact.com/about/>. – Дата доступа 18.02.2017.
4. Бизнес-план ОАО «Беллакт».

УДК 658.115.31(476)

МЕТОД ПОСТРОЕНИЯ ПРОСТОГО ИНДЕКСА НОРМАТИВОВ

Захорошко С. С.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Сравнение нового и прошлого уровня экономических показателей друг с другом во времени или в пространстве при использовании лишь одного факторного признака приводит к простым (не разлагаемым) индексам.

Специфическим видом простых индексов является простой индекс нормативов (эталонов). Такой индекс будет отражать степень выполнения доведенных заданий, меру выполнения установленных нормативов или уровень соответствия определенным эталонам.

Он строится таким образом, что сравниваем либо факт с установленным нормативом, либо норматив с фактическим выполнением норматива. Конструируем индекс так, чтобы меньшая цифра сравнивалась с большей. В этом случае получаем степень приближения к выполнению заданного норматива, так как невыполнение, равно как и перевыполнение, расценивается как негативный результат. Норматив (эталон) должен быть просто выполнен и все: ни больше, ни меньше.

Формула простого индекса нормативов строится по правилам, изложенным выше, и будет иметь вид: