

Министерство образования Республики Беларусь
Полесский государственный университет
Экономический факультет
Белорусский национальный технический университет (г. Минск, Беларусь)
Санкт–Петербургский государственный институт культуры
(г. Санкт–Петербург, Россия)
Торуньский университет имени Николая Коперника
(г. Торунь, Польша)
Университет им. Адама Мицкевича в Познани
Национальный университет водного хозяйства и природопользования
(г. Ровно, Украина)
Луцкий национальный технический университет (г. Луцк, Украина)
Одесский национальный экономический университет (г. Одесса, Украина)

СБОРНИК
трудов XIII международной
научно–практической конференции
”Устойчивое развитие экономики:
состояние, проблемы, перспективы“

XIII International scientific-practical conference
”SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY:
THE STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS“

Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь,
26 апреля 2019 г.

Пинск 2019

УДК 330 (476.7)
ББК 65.9 (4Бел)
У 81

Редакционная коллегия:
Шебеко К.К. (гл. редактор),
Васильченко А.О., Гуца П.В., Зборина И.М., Золотарева О.А.,
Игнатенко Ю.В., Кручинский Н.Г., Лозицкий В.Л.,
Чеплянский Ю.В., Шумак Ж.Г.

Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов XIII международной научно–практической конференции, УО ”Полесский государственный университет“, г. Пинск, 26 апреля 2019 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2019. – 262 с.

ISBN 978–985–516–565–2

Приведены материалы участников XIII международной научно–практической конференции ”Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы“.
Материалы изложены в авторской редакции.

УДК 330 (476.7)
ББК 65.9 (4Бел)

ISBN 978–985–516–565–2

© УО “Полесский государственный университет”, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

| | |
|---|----|
| Бадыкова И.Р. Социально ответственное поведение как ключевой элемент устойчивого развития предприятий..... | 3 |
| Баула О.В., Саржан Ю.О. Стратегічні напрями удосконалення організаційно-інституційного механізму залучення іноземних інвестицій для забезпечення сталого розвитку економіки України..... | 5 |
| Борисенко П.И. Роль страховых организаций в формировании инвестиционного климата.... | 7 |
| Буркова О.С. Угрозы распространения социальных проблем и их влияние на качество жизни населения Республики Беларусь..... | 9 |
| Василевска А.А. Трактовка проектного бизнес-процесса..... | 11 |
| Василевски Д.П. Факторы, определяющие инвестиционный потенциал предприятия..... | 12 |
| Волкова О.В., Алданова В.М. Проблемы получения банковских доходов и пути их решения в условиях рыночной экономики..... | 14 |
| Воронин С.М. Особенности развития высокотехнологичных секторов промышленности Беларуси..... | 16 |
| Гапеева-Сергейчик О.О. Особенности экономической устойчивости промышленного предприятия..... | 18 |
| Гончар Е.А. Определение спроса на строительство..... | 20 |
| Гузикова Л.А. Критика концепции устойчивого развития..... | 22 |
| Дадеркина Д.И. Производство органической продукции сельского хозяйства – перспективное направление достижения устойчивого развития Республики Беларусь..... | 24 |
| Егорова О.В. Оптимизационный подход в повышении эффективности сельскохозяйственного производства..... | 25 |
| Каштелян Т.В., Ясученя Т.П. Институциональные проблемы биоэкономики Беларуси (на примерах лесохозяйственного и природоохранного направлений деятельности)..... | 27 |
| Kievich A.V. Escalation of Geopolitics and new Redistribution of the World..... | 29 |
| Kievich D.A. Sanctions and Protectionism as a New Reality of the World Economy..... | 31 |
| Клещёва С.А. Международный опыт регулирования краудфандинга как инструмента привлечения инвестиций..... | 33 |
| Климкович Н.И. Водные ресурсы как один из факторов устойчивого развития Республики Беларусь..... | 35 |
| Ковалёв А.В. К вопросу об отрицательных процентных ставках..... | 37 |
| Комков В.Н. Проблемы экономического роста в условиях убывающей отдачи капитала..... | 38 |
| Kopytovskikh A.V., Bondarchuk S.P. Ways to Increase Competitiveness of CJSC “Holding Pinskdrv”..... | 40 |
| Корнийчук В.В., Сипайло Л.Г. Использование методики портфельного анализа в оптимизации структуры производства..... | 42 |
| Коробова Е.Н., Савицкая К.Д. Инструменты стимулирования развития персонала: макро- и микроэкономический аспекты..... | 44 |
| Косенкова М.Н., Пузыревская А.А. «Зеленая» экономика – инновационный метод энергосбережения в Беларуси..... | 46 |
| Кузьмицкая Т.В., Мотько Н.А., Карсеко А.Е. Содействие инновациям в контексте устойчивого развития..... | 48 |
| Ланкуть Е.А. Энергосбережение как приоритетное направление развития экономики Республики Беларусь..... | 50 |
| Лин С.Д. Человеческий капитал села: проблемы дефиниции..... | 51 |
| Lukashevich T.N. About some Aspects of Implementation of the Concept of Social Responsibilities in the Dairy Subcomplex of Belarus..... | 53 |
| Лютак О.М., Баула О.В. Вплив державного боргу на макроекономічну стабільність економіки України..... | 55 |
| Ляхович О.О., Дзюба В.І. Середньострокове бюджетне планування: світовий досвід та вітчизняна практика..... | 57 |
| Макарушко В.В., Андриевич А.М. Выражение воли акционеров в акционерном обществе... .. | 63 |
| Мелешко Ю.В. Виртуализация производства в контексте перехода к неоиндустриальной экономике..... | 65 |
| Моисеева Д.В., Нажмиева В.А. Выпуск инновационных товаров, работ, услуг в Российской | 66 |

| | |
|---|-----|
| Федерации: динамика и распределение регионов..... | |
| Однолько В.А. Стратегические приоритеты конкурентного развития торгового предприятия Украины..... | 68 |
| Орешникова О.В., Король А.Г. К вопросу о развитии аграрного бизнеса в Беларуси..... | 70 |
| Осадча О.О., Гришкевич П.М. Сталий розвиток економіки як невід'ємний фактор економічної безпеки підприємства..... | 72 |
| Пахаренко О.В., Оборона О.В. Інноваційний менеджмент в умовах економіки України.... | 74 |
| Пашаходжаева Д.Д., Абдуллоев Ф.О. Усовершенствование расчета налога на прибыль юридических лиц (корпоративный налог) для развития предпринимательской деятельности.... | 75 |
| Пилипенко В.В., Пилипенко Н.М. Вплив науково-технічного прогресу на адекватність критеріїв економічного розвитку..... | 77 |
| Подлевська О.М., Рафальська Н.М. Конкурентоспроможність промислового підприємства: загальна характеристика та оцінка..... | 79 |
| Попко О.В., Мальчик Я.Я. До питання стратегічного розвитку економіки України в умовах міжнародної інтеграції..... | 81 |
| Пригодич И.А., Конончук И.А. Роль Carnet TIR и Carnet ATA в развитии страхового рынка Республики Беларусь..... | 83 |
| Резанова Е.В. Механизмы взаимодействия предпринимателей и государства при оценке регулирующего воздействия..... | 85 |
| Резнік Н.П. Запровадження елементів світового досвіду на вітчизняному фондовому ринку.... | 87 |
| Ровенец Т.О. Социальная ответственность как определяющий фактор устойчивого развития. | 88 |
| Рошик І.А. Інтелектуальний потенціал як фактор економічної безпеки держави..... | 90 |
| Самолук Н.М., Юрчик Г.М. Стан та проблеми колективно-договірного регулювання трудових відносин на локальному рівні..... | 93 |
| Садовская А.Г. Основные элементы комплекса краудэкономки..... | 95 |
| Сазонець О.М., Жемба А.Й., Валуліліна З.В. Макроекономічна оцінка природних ресурсів на засадах сталого розвитку..... | 97 |
| Сакун С.В. Проблемы обеспечения энергетической безопасности и поиск вариантов их решения..... | 99 |
| Сергиевич Т.В. Развитие электронной торговли: проблемы и перспективы..... | 100 |
| Сидская О.В. Особенности конкурентной среды в банковском секторе..... | 102 |
| Слободяник А.М. Особливості біржової торгівні сільськогосподарською продукцією в Україні..... | 104 |
| Соколинская Т.В. Развитие конкурентной среды: опыт России..... | 106 |
| Соловьева Т.С. Формирование экосистем социальных инноваций в ракурсе целей устойчивого развития..... | 108 |
| Солодовников С.Ю. Экономика рисков как новая политико-экономическая реальность: попытка категориального определения..... | 110 |
| Тыновец С.В., Филипенко, В.С. Совик Л.Е. Переход от традиционного к органическому производству ягодных культур..... | 112 |
| Федосенко Л.В., Иванова Т.И. Взаимосвязь закредитованности организаций с финансовыми результатами..... | 114 |
| Chaplanski Y.V. Sustainable Development and Changes of Agricultural Conditions..... | 116 |
| Чмыр Н.Н. Реализация повестки-2030 целей устойчивого развития в Республике Беларусь.... | 118 |
| Чукурна Е.П. Влияние долларизации на замещение функций денег в национальных экономиках..... | 120 |
| Shabeka D.K. Estimation of the Impact of Institutions on the Economy of Belarus..... | 122 |
| Щурок Э.М. Миграционная активность населения Брестской области: социологический анализ..... | 123 |
| РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ | |
| СЛОЖНО–ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР: | |
| СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ | |
| Володько Л.П., Володько О.В. Тенденции развития сложно-предпринимательских структур. | 126 |
| Грабар Р.Н., Зглюй Т.В. Эффект от согласования экономического интереса участников холдинга с использованием модели трансфертных цен..... | 128 |
| Зборина И.М. Инновационно-образовательный кластер: содержание и система управления.... | 130 |

| | |
|--|-----|
| Кисель Т.В. Формирование университетов предпринимательского типа..... | 132 |
| Косинский П.Н. Экономическое стимулирование использования инновационных технологий в сельском хозяйстве как одно из направлений развития региональных агроперерабатывающих предприятий..... | 134 |
| Купрейчик Д.В. Сущность информационно-аналитического обеспечения внутреннего контроля в условиях функционирования инновационного кластера..... | 135 |
| Мельник Л.В., Мельник Л.М. Передумови формування системи земельно-іпотечного кредитування аграрної сфери..... | 138 |
| Совик Л.Е., Штена А.Г. Факторы развития экологического предпринимательства в Республике Беларусь..... | 140 |
| Степанов С.Д. Концепция стратегического управления..... | 142 |
| Шумак Ж.Г., Грабар Р.Н. Образовательные технологии как двигатель развития креативной экономики в регионах..... | 143 |
| ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ | |
| Бонцевич З.В. Приоритетные направления управления инновационным потенциалом промышленных организаций..... | 146 |
| Грибов А.В., Гришанова О.В. К вопросу управленческого труда в сельском хозяйстве..... | 148 |
| Громова М.А. Кластеры ресурсов в концепции динамических способностей фирмы..... | 149 |
| Гуща П.В. Формирование системы премирования работников молочного скотоводства..... | 150 |
| Дербинская Е.А., Касперович С.А. Стратегическое управление маркетинговыми активами предприятия..... | 152 |
| Дроздович Л.И. Трансформация маркетинга и цифровизация поведения потребителей..... | 153 |
| Ермакова Т.А. Бизнес-информатика: особенности подготовки кадров..... | 155 |
| Иванов Е.А., Иванова В.Т. Некоторые вопросы развития логистической системы Республики Беларусь..... | 157 |
| Клаченков В.А. Сокращение транспортных расходов предприятий за счет многофункционального модуля GPS-навигации на базе Arduino Nano..... | 158 |
| Колосов Г.В. Совершенствование методики кадастровой оценки для повышения эффективности организации использования пахотных земель..... | 159 |
| Медведская М.К. Платформы построения странового маркетинга..... | 161 |
| Мороз Э.Г., Майструк О.С. Налоговое стимулирование инновационной деятельности в Украине..... | 162 |
| Морохова В.О., Камінська Г.Я., Камінський А.І. Маркетинг інновацій як складова інноваційного розвитку підприємства..... | 164 |
| Недашковская Н.С., Родцевич Н.Г. Стратегия сбытовой деятельности организаций кондитерской промышленности..... | 166 |
| Онищук А.В. Бенчмаркинг как инструмент проведения организационных изменений..... | 168 |
| Опlachко І.О., Попко О.В. Діагностика кризових ситуацій у діяльності промислових підприємств цементної галузі..... | 170 |
| Попова И.В. Роль маркетинговой среды в деятельности высших образовательных учреждений..... | 172 |
| Прокурят А.С. Алгоритм анализа налоговых рисков государства и организаций-плательщиков налогов..... | 174 |
| Рудь Н.Т., Куран С.В. Стартапи як індикатори визначення проривних напрямів в наукових досліджень..... | 176 |
| Сергиеня О.С. Тенденции процесса миграции потребительских культур в современной мировой экономике..... | 178 |
| Соколов Д.Ю. Основные барьеры для роста белорусского экспорта в Китай в рамках инициативы «Один пояс – один путь»..... | 180 |
| Соловьева Л.Л., Лапицкая Л.М. Роль брендинга в обеспечении конкурентоспособности на внешних рынках..... | 183 |
| Тихоновская Ю.О., Гуща П.В. Предпосылки совершенствования мотивации и стимулирования труда в условиях инновационной экономики..... | 185 |
| Шавлюга О.А. Моделирование маркетинговой деятельности на предприятиях в Республике Беларусь..... | 187 |

| | |
|--|-----|
| Якимчук О.Ф. Формирования информационного рынка в Украине: проблемы управления и перспективы внедрения..... | 190 |
| ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА | |
| Байкова И.М. Экологические проблемы устойчивого развития сферы организации событийных и деловых мероприятий и встреч..... | 193 |
| Балджи М.Д. Перспективы развития сферы туризма в условиях становления инклюзивной экономики в Украине..... | 195 |
| Brych V.Ya., Borysiak., O.V., Hunko S.I. Improving of Development Management System of Creative Industries..... | 197 |
| Валух А.М. Пріоритетні напрямки реалізації державної стратегії розвитку природного капіталу України..... | 198 |
| Васильченко А.О. Особенности и перспективы развития гастрономического туризма в Республике Беларусь..... | 200 |
| Гречишкина Е.А., Еленская И.Э. Корпоративная социальная ответственность в деятельности туристических предприятий как фактор устойчивого развития туризма..... | 203 |
| Żak W. Polsko-białoruska współpraca transgraniczna: historyczne konteksty..... | 205 |
| Исаенко Е.В. Показатели оценки эффективности гостиничных предприятий..... | 206 |
| Лепкий М.І., Вісін О.О., Дащук Ю.Є. Сучасний стан та перспективи формування гастрономічного бренду міста Луцька..... | 208 |
| Лизакова Р.А., Москалева В.В. Развитие внутреннего туризма в молодежной среде как один из факторов роста международного туризма в Республике Беларусь..... | 209 |
| Лисовский Л.А., Киселевич Т.С., Санкович Е.В. Туристические маршруты по Мозырскому Полесью..... | 212 |
| Матвійчук Л.Ю., Карпюк І.В. Якість туристичних послуг як основа сталого розвитку туристичних регіонів..... | 214 |
| Мезенцева І.В., Ольхова-Марчук Н.В. Туристична привабливість прикордонних регіонів Волинської області..... | 216 |
| Словик С.В. Влияние безвизового режима на формирование туристической инфраструктуры в Гродненском регионе..... | 218 |
| Чувак С.В. Региональные аспекты управления туристическими ресурсами: разнообразие подходов и границ..... | 219 |
| Якимчук А.Ю., Постернак В.П. Методические основы развития туризма в Украине: анализ экономических и управленческих показателей..... | 221 |
| СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ И ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА | |
| Ганчар Н.П. Применение «палочек Кюизенера» при обучении иностранному языку..... | 225 |
| Гордійчук А.І. Тенденції руху населення у Волинській області..... | 227 |
| Евстафьев В.А. Особенности национальной избирательной системы в аспекте обновления модели электорального участия..... | 228 |
| Каленчук Э.Н. Особенности взаимосвязи естественнонаучного и социально-гуманитарного знания..... | 230 |
| Korneeva O.S., Puyichova I.L. Authentic Materials Specifics in the Process of Intercultural Competence Formation..... | 231 |
| Лозицкий В.Л. Социальный заказ как фактор эволюции моделей институциональной организации университета..... | 233 |
| Лученкова Е.С. Роль социального интеллекта в модернизации общества..... | 235 |
| Орлова А.В. К некоторым вопросам финансирования женского предпринимательства в США..... | 237 |
| Піменова О.О. Мотивація сучасного студента як чинник якісної навчальної діяльності..... | 238 |
| Плотникова М.Ф. Устойчивость как тенденция развития сельского региона..... | 239 |
| Потапюк Л.М., Потапюк І.П. Інформаційно-цифрова компетентність як чинник забезпечення реформування освіти в Україні..... | 241 |
| Толкач И.Ф. Особенности самооценки студентов технического университета..... | 243 |
| Тяжкороб І.В. Соціальне інвестування як інструмент створення соціально-орієнтованої економіки..... | 244 |
| Khmel O., Zboryna I. Social Entrepreneurship as a Driving Force of Youth Initiative..... | 246 |

| | |
|--|-----|
| Development..... | |
| Цуба М.В., Цуба Н.М. Беларускі тэатр у гады Першай сусветнай вайны..... | 248 |
| Шубала І.В. Сучасні пріоритеты павышэння прадуктыўнасці працы на прадпрыемстві..... | 251 |
| Шубалій О.М. Асновныя тэндэнцыі развіцця сістэмы вышэйшай асветы ў рэгіёне..... | 252 |
| Шульга М.Л. Псіхалагічна-педагагічныя аспекты прафілактыкі булінга ў падлетковым узросте..... | 254 |

Репозиторий БарГУ

СТРАТЕГИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Н.С. Недашковская, Н.Г. Родцевич

Барановичский государственный университет», nns_53@mail.ru

Белорусская продукция известна за рубежом во многом благодаря пищевой промышленности: молочным, мясным, кондитерским брендам, которые завоевали потребительские предпочтения благодаря своим качественным характеристикам и конкурентной цене.

В состав пищевой промышленности входит свыше двух десятков отраслей с различными специализированными производствами. Наиболее крупными являются молочная, мясная, кондитерская, пивобезалкогольная, сахарная.

Кондитерская промышленность Беларуси производит более 700 наименований разнообразных кондитерских изделий: конфеты, печенье, шоколад, торты, пастилу, халву, и прочее. Самые крупные кондитерские организации в Беларуси это ОАО «Коммунарка», СП ОАО «Спартак», ОАО «Красный пищевик».

На современном этапе сбыт продукции играет важную роль для успешной деятельности любой организации. Возрастающая конкуренция вынуждает организации-производители идти на все большие уступки потребителям, посредникам в сбыте своей продукции с помощью стимулирования. Объективным фактором возрастания роли стимулирования является и то, что эффективность рекламы снижается из-за растущих затрат и рекламной ограниченности в средствах массовой информации.

В условиях рыночных отношений при организации сбыта особое значение необходимо придавать индивидуальному подходу к организациям-потребителям, важности личных контактов с потребителями, специализации персонала отделов сбыта на продаже отдельных видов продукции.

На сбыт продукции оказывают влияние многие факторы, в то числе атмосфера, в которой совершается покупка, конкурентные преимущества товара, форма оплаты товара и т. д. Однако самый важный момент — это «человеческий фактор». И не случайно фирмы уделяют большое внимание обучению своего персонала искусству общения с покупателями и различным приемам продажи конкретных изделий.

В процессе сбыта продавцу целесообразно обратить внимание на то, какие трудности могут возникнуть у покупателя, если он не купит данный товар и какие проблемы данный товар ему может решить. Все это ослабляет влияние цены на клиента, который понимает, что он покупает за эти деньги [1].

В качестве основных элементов сбытовой политики можно выделить:

- транспортировку продукции — то есть её физическое перемещение от производителя к по-

ребителю;

- доработка продукции — подбор, сортировка, комплектование наборов и прочее, что повышает степень доступности продукции к потребителю;

- хранение продукции — организация создания и поддержания необходимых условий для хранения и создание определенных ее запасов;

- контакты с потребителями — то есть действия по физической передаче товара, оформлению заказов, организации расчетных операций, юридическому оформлению передачи прав собственности на товары, информированию потребителя о товаре и фирме, а также по сбору информации о рынке.

Важным элементом в системе управления производством является постоянный анализ сбытовой деятельности в организации. Анализ сбытовой деятельности предприятия в рыночной системе должен ответить на следующие вопросы:

- какие тенденции и темпы изменения продаж;

- кому продаются товары;

- какая товарная структура реализации;

- в какие регионы реализуются товары;

- какое состояние запасов готовой продукции и их оборачиваемости;

- кто является конкурентами организации и многие другие вопросы.

Систематическое проведение анализа сбытовой деятельности дает возможность выявить положительные и отрицательные тенденции и факторы в работе, установить имеющиеся резервы, спланировать мероприятия, направленные на повышение экономической эффективности деятельности организации [2].

Организации кондитерской промышленности постоянно расширяют географии поставок. Региональными рынками являются все области Беларуси. Внешний рынок сегментирован следующим образом:

- рынок Российской Федерации: г. Москва, г. Санкт-Петербург, регионы РФ;

- рынок стран Дальнего зарубежья: Латвии, Израиля, США, Германии, Украины, Молдовы, Туркмении, Канады, Монголии, Армении; Казахстана; Италии.

Ассортиментную политику организации ведут на основе постоянного изучения спроса, исследований конкурентной среды и покупательской способности населения, расширения ассортимента продукции для экспорта на внешний рынок.

С целью активизации сбытовой деятельности организациям кондитерской промышленности целесообразно развивать собственную товаропроводящую сеть. В фирменных магазинах и секциях продается почти весь ассортимент продукции, выпускаемой организацией, что способствует поддержанию имиджа на высоком уровне, а также через товаропроводящую сеть потребители в первую очередь узнают о новинках, выпускаемых в организации.

Предлагаемый ассортимент выпускаемой продукции играет в сбытовой деятельности организаций важную роль. При его разработке необходимо учитывать все категории потребителей, их требования и предпочтения. Кондитерская промышленность производит и продукцию для диабетиков, которая, являясь продукцией лечебно-профилактического назначения, позволяет увеличить объемы реализации.

Для привлечения покупателей необходимо организовывать запоминающуюся, яркую и доступную рекламу всех видов продукции.

Для большей информированности покупателей о своей продукции целесообразно использовать и шитовую рекламу продукции в наиболее оживленных местах городов. Рекламные щиты, которые иначе еще называют билбордами, являются одним из самых распространенных видов наружной рекламы.

В качестве совершенствования сбыта продукции с помощью использования информационных технологий можно предложить использование онлайн рекламы. Онлайн реклама в интернете направлена на пользователей, находящихся в данный момент в сети и включает в себя всевозможные поисковые системы. Грамотно продуманное наполнение сайта позволяет при формировании запроса выдавать именно сайт организации в числе первых. Поэтому дальнейший путь развития интернет-маркетинга кондитерских организаций — это применение online-рекламы.

Активизируя сбытовую деятельность, необходимо направлять денежные средства и на обновление процесса производства современным высокотехнологичным оборудованием, что бы в будущем не отставать от конкурентов по выпускаемой продукции, ее качеству и количеству.

Таким образом, для успешной реализации стратегического развития организаций кондитерской

промышленности необходимо выполнение комплекса мероприятий:

- проведение маркетинговых исследований всех целевых сегментов рынка с целью изучения потребительского спроса, определения емкости рынка и т.д.;
- совершенствование ассортимента выпускаемой продукции путем производства новых видов изделий, которые наибольшим образом соответствуют потребностям целевых рынков;
- создание новых видов продукции и разработка комплексной программы продвижения их на внутреннем и внешних рынках;
- уделять внимание разработке видов продукции для специализированного, профилактического питания, а также продукции с повышенной пищевой и биологической ценностью;
- оснащение производства современным высокотехнологичным оборудованием с целью недопущения отставания от конкурентов по выпускаемой продукции, ее качеству и количеству;
- разработка программы по снижению затрат производства для повышения конкурентоспособности продукции.

Данная стратегия развития позволит организациям кондитерской промышленности эффективно осуществлять свою хозяйственную деятельность.

Список использованных источников:

1. Беляевский, И.К. Маркетинг в коммерции: традиции и инновации. Монография. – М.: Изд. Центр ЕАОИ, 2011. – 315 с.
2. Карпова, С.В. Маркетинг. Теория и практика: учебник / С.В. Карпова. – М: Юрайт, 2013. – 416 с.