

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

Сушко Т.И., Данильченко Н.Н.

Могилевский государственный университет продовольствия

г. Могилев, Беларусь

Экономическая эффективность – важнейшая социально-экономическая категория, для которой характерны свойства динамичности и историчности. В современных условиях, чтобы успешно функционировать и решать поставленные задачи, организациям уже недостаточно просто производить продукцию в максимально возможном объеме, важно эту продукцию успешно реализовать. Для этого необходима продуманная маркетинговая стратегия, суть которой заключается в гибком реагировании на быстро меняющийся спрос покупателей и конкуренцию производителей, изменения других внутренних и внешних условий.

Стратегическими приоритетами продвижения продукции являются: грамотная структура ассортиментного портфеля и малобюджетный способ продвижения с целью экономии ресурсов на модернизацию производства и внедрение технологических инноваций; выпуск инновационной продукции, не имеющей аналогов, отличающейся превосходящим качеством, доступной ценой. По результатам маркетинговых исследований разрабатываются направления по продвижению продукции на рынок и увеличению объемов продаж, которыми являются:

- сбыт продукции через крупные оптовые организации, которые смогут представлять интересы в качестве официальных представителей – дилеров;
- разработка и использование экономико – математических моделей и инструментальных средств в управлении товаропроводящими сетями перерабатывающих организаций промышленности, контроль продвижения продукции;
- участие в конкурсах, выставках, ярмарках, проведение дегустаций продукции на территории Республики Беларусь, в странах ближнего и дальнего зарубежья для поиска новых покупателей, развития и расширения рынков сбыта, развитие интернет-маркетинга.

Повышение эффективности производства и сбыта продукции промышленных организаций должно основываться на качественном анализе результатов деятельности, по результатам которого разрабатывается комплекс мер, направленных на повышение производительности труда, на рациональное использование всех видов ресурсов, повышение рентабельности продукции и продаж, активизацию инвестиционной деятельности организаций, повышение капиталоотдачи.

Обобщающим показателем основной текущей деятельности коммерческой организации является рентабельность продаж, которая может рассчитываться по разным методикам. Представляется обоснованным предложение Савицкой Г.В. при анализе рентабельности продаж на первое место ставить показатель общей рентабельности оборота, что позволит повысить достоверность информации, поскольку чистая рентабельность оборота не представляет интереса ни для собственника, ни для внешних пользователей.

Таким образом, для успешного функционирования необходимо, чтобы прибыль организации росла более быстрыми темпами, чем объем реализации продукции и совокупного капитала.