

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИЕЙ ПРОДУКЦИИ И ОБОСНОВАНИЕ ПУТЕЙ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

В. А. Козел, студентка 3 курса ГИУСТ БГУ

Научный руководитель:

*кандидат экон. наук, доцент **Е. Г. Кобзик** (ГИУСТ БГУ)*

Эффективное управление реализацией продукции позволяет предприятию расширять свои финансовые возможности. На многих предприятиях в настоящее время исследования по управлению реализацией продукции осуществляются зачастую нерегулярно и бессистемно, в разрозненных подразделениях и структурах. Получаемая информация не обладает достаточной полнотой и носит фиксирующий, а не опережающий характер.

Потребителями выполняемых ОАО «Трест № 15 "Спецстрой"» работ, услуг, производимой продукции являются строительные предприятия, организации, частные лица в городе Минске, Минской области. Следует отметить, что около 80 % номенклатуры продукции, которую выпускает ОАО «Трест №15 "Спецстрой"», используется строительными управлениями самого треста, что значительно сокращает производственные издержки и время строительства [1, с. 75].

Для повышения эффективности управления реализацией продукции следует использовать следующие подходы:

1. Разработка процедур осуществления планирования и прогнозирования. Основным направлением совершенствования прогнозирования и планирования реализации продукции должно стать создание непрерывно функционирующей системы. Необходимо опре-

делиться с моделью планирования реализации продукции на предприятии, в которой бы предусматривался охват всех звеньев управления сбытом, расширение методов и средств прогнозирования [2, с. 61].

2. Участие в тендерах. Победа в тендере позволяет ускорить процесс реализации продукции, а также предоставляет возможность получить партнеров, с которыми предприятие будет сотрудничать в дальнейшем. Однако, чтобы достичь этого, необходимо использовать на предприятии современные технологии для получения качественной продукции, необходимо нанять высококвалифицированный персонал, а также достигнуть высокой производительности [3, с. 78].

3. Использование зарубежного опыта в практике по управлению реализацией продукции. Здесь необходимо совершенствовать политику сбыта и продвижения на опыте развитых стран [2, с. 57].

4. Совершенствование нормативно-правовой базы предприятия. Создание положений по контролю управления реализацией продукции.

5. Создание на предприятии отдела по управлению реализацией продукции позволило бы внедрять механизмы его взаимодействия с другими структурными подразделениями. В функции отдела должны входить: разработка рекламы, планирование и прогнозирование сбыта и др.

6. Создание благоприятных условий для привлечения инвесторов. Привлечение инвесторов поспособствует более продуктивному выпуску продукции и ее реализации за счет обновления производственных мощностей, запуска рекламы, что привлечет покупателей [4, с. 113].

7. Внедрение рекламной деятельности. Любому предприятию необходимо рекламировать свой продукт, услугу для привлечения клиентов. Это можно осуществлять через газеты, телевидение, Интернет, листовки и т. д.

8. Проведение маркетинга рынка. Для того чтобы эффективно управлять реализацией продукции, необходимо ознакомиться с сильными и слабыми сторонами конкурентов на определенном сегменте рынка.

Внедрение предлагаемых подходов будет способствовать повышению эффективности управления реализацией продукции на предприятии, что позволит снизить издержки не только самих сбытовых систем, но и производства продукции в целом, что окажет существенное влияние на увеличение прибыли предприятия [4, с. 97].

Литература

1. Бизнес-план ОАО «Трест № 15 "Спецстрой"», 2009. – 165 с.
2. Виханский, О. С. Маркетинг : учебник / О. С. Виханский, А. М. Наумов. – М. : Гардарики, 2002. – 205 с.
3. Горшкова, Л. А. Основы управления организацией : практикум / Л. А. Горшкова, М. В. Горбунова. – М. : КНОРУС, 2006. – 170 с.
4. Бунакова, О. С. Необходимость прогнозирования, сбыта продукции промышленных предприятий / О. С. Бунакова // Экономика, общество, личность на рубеже XXI века : сб. науч. тр. – Орел, 2000. – 300 с.
5. Горшков, В. Г. Производственный маркетинг : учеб. пособие / В. Г. Горшков, Ю. Н. Грибова. – Барнаул : АлтГТУ, 2003. – 240 с.