

ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ СБЫТА ПРОДУКЦИИ

Лабкова О.П.

**Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь**

Сегодняшняя динамично развивающаяся экономика приводит к тому, что предприятия вынуждены искать новые подходы к поиску путей по повышению сбыта и как следствие увеличение прибыли в организации. Насыщение абсолютно всех рынков товарами приводит к пониманию исключительной роли сбыта в деятельности предприятия. Холдинг «Могилевская молочная компания «Бабушкина крынка» имеет следующие резервы роста для увеличения объемов продаж (таблица 1).

Таблица 1 Резервы увеличения объема реализации продукции

Вид продукции	Объем реализации продукции в 2013 году,	Увеличение объема реализации в %, за счет улучшения использования производственных мощностей и приобретения оборудования	Резерв увеличения объема реализации, тонн.	Возможный объем реализации, млн р. в 2014г.
Масло	5985	3,08	184	6169
Сыр твердый и полутвердый	6705	4,06	272	6977
Сыр мягкий	88	4,23	4	92
Сыр плавленый	34	1,58	1	35
Цельномолочная продукция	71175	5,07	3609	74784
Мороженое	880	3,13	28	908
Сухое обезжиренное молоко	7655	4,01	307	7962 "
Сухая сыворотка	3370	3,21	108	3478
Заменитель цельного молока	2040	4,57	93	2133
Майонез	136	1,25	2	138
Нежирная продукция	3505	4,56	160	3665
Итого	101573		4767	106340

Чтобы организация могла использовать данные резервы ей необходимо систематически совершенствовать собственную сбытовую деятельность. Для повышения эффективности сбыта отечественным предприятиям сферы переработки сельскохозяйственной продукции, в том числе и холдингу «Могилевская молочная компания «Бабушкина крынка» следует ориентироваться на следующие основные мероприятия:

1. Для увеличения сбыта продукции необходимо рассмотреть вариант увеличения количества оптовых продавцов.

2. Увеличение объемов реализации производимой продукции за счет более эффективного маркетинга в том числе: продвижение производимой продукции на новые рынки сбыта, снижение запасов готовой продукции, снижение дебиторской задолженности позволит повысить прибыль предприятия..

3. Изучение и освоение новых рынков сбыта позволит предприятию увеличить объем реализации производимой продукции, тем самым увеличивая и выручку от реализации, покрывая свои затраты на проведение маркетинговых исследований.