

УДК 621:878.4:339.18:378.147.091.313

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СБЫТА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Студент гр. 10302116 Чалык Е.В.

*Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Глубокий С.В.*

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Сбыт является важнейшей функцией и этапом в деятельности предприятия. Вне зависимости от вида выпускаемой продукции каждое предприятие имеет дело с реализацией своей продукции. От показателей эффективности каналов сбыта во многом зависит доходность предприятия. Поэтому сбыту, сбытовой стратегии и организации каналов распределения уделяется так много внимания как в теории, так и при практическом ведении бизнеса.

Важнейшими характеристики канала сбыта в маркетинге являются его длина, ширина и уровни:

- длина канала сбыта – число посредников в сбытовой цепи;
- ширина канала сбыта – количество участников процесса распределения в каждом звене канала;
- уровень канала – отдельный посредник в сбытовой цепи, который участвует в процессе товародвижения от производителя к потребителю.

Выделяют следующие функции каналов сбыта в маркетинге:

- исследовательская – сбор данных о рынке;
- стимулирующая – поощрение приобретения продукции;
- контактная – создание и поддержка обратной связи с потребителями;
- переговорная – установка, согласование и корректировка условий продаж (сервис, цена, упаковка);
- организационная – обеспечение товародвижения;
- финансовая – поиск денежных средств для компенсации затрат;
- рисковая – принятие ответственности за работу канала.

В условиях рыночных отношений при организации сбыта большое значение придается индивидуальному подходу к предприятиям-

потребителям, важности личных контактов с потребителями, специализации персонала сбытовой деятельности на продаже отдельных видов продукции.

На примере предприятия ОАО «Амкодор» был проведен анализ системы сбыта и разработаны пути повышения эффективности ее использования.

При совершенствовании сбытовой деятельности достижение целей компании происходит через оценку и удовлетворения требований потребителя. В связи с тем, что для розничной торговли в настоящее время характерно снижение спроса, многие аспекты деятельности предприятий нуждаются в тщательном анализе и модернизации. Необходимо совершенствовать сбытовую деятельность, так как именно она определяет доходность предприятия. Явления, происходящие на рынке, обусловлены понижением уровня доходов, а значит и платежеспособности населения.

### *Литература*

1. Грузинов, В.П. Экономика предприятия / В.П. Грузинов, В.Д. Грибов. – М.: Финансы и статистика, 2004 г. – 336 с.
2. Адаменкова, С.И. Анализ производственно-финансовой деятельности предприятия и инвестиционных решений / С.И. Адаменкова, О.С. Евменчик. – Минск: Регистр, 2017. – 489 с.
3. ОАО «Амкодор» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://amkodor.by/>, свободный.
4. Бабук, И.М. Экономика промышленного предприятия: учебное пособие для студентов вузов по техническим специальностям / Бабук И.М., Сахнович Т.А. – Минск: Новое знание, М.: ИНФРА-М, 2013. – 438 с.