

СЛУЖБА СБЫТА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Сташкевич И.И.

*Донбасская государственная машиностроительная академия,
г.Краматорск*

В работе рассмотрены вопросы эффективного функционирования службы сбыта на промышленном предприятии.

Для реализации товаров организация должна проводить комплекс целенаправленных действий, обеспечивающих перемещение товаров в рыночном пространстве.

Ученые-экономисты выделяют два подхода в определении сущности сбыта. Сбытовые операции, в широком смысле слова, начинаются, как только изделие покинуло производственный комплекс, и заканчиваются передачей товара покупателю. Сбыт, в узком смысле слова, охватывает только финальную фразу - непосредственное общение продавца и покупателя, а все остальные операции в области сбыта относятся к товародвижению [1].

При организации коммерческой деятельности компании выделяют цели, задачи и содержание управления сбытом.

Цель – доведение до конечного потребителя конкретного товара, требуемых потребительских свойств; в необходимом объеме; в точное время (срок); в определенном месте; с минимальными затратами.

При управлении сбытовой деятельностью, необходимо рассмотреть задачи, стоящие непосредственно перед персоналом подразделения продаж, а именно, завоевание и расширение доли рынка. Это поиск заказчиков, работа с уже имеющимися клиентами. Следовательно, основная задача в сфере сбыта - определение окончательного результата всех усилий фирмы, направленных на развитие бизнеса и получение максимальной прибыли [2].

Опыт стран с развитой системой рыночных отношений показывает, что существуют различные виды специализированных снабженческо-сбытовых организаций. Они различаются между собой набором услуг, оказываемых клиентам, товарной специализацией, обслуживанием определенных категорий заказчиков и др. [3].