

## **СБЫТ КАК ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Летова А.О.**

**Научный руководитель – Ефименко А.Г., д.э.н., доцент  
Могилевский государственный университет продовольствия  
г. Могилев, Республика Беларусь**

В хозяйственной деятельности предприятия основными вопросами являются снабжение, производство и сбыт товаров на рынке. Функционирование предприятий в современных экономических условиях предполагает, прежде всего, разработку оптимальной системы сбыта, которая по существу является конечной стадией хозяйственного цикла, но и в то же время его отправной точкой, так как товаропроизводители должны производить то, что пользуется спросом, а не продавать то, что они производят. В качестве центрального звена системы реализации товаров на предприятии выступает сбытовая политика.

Ряд ученых экономистов определяют сбытовую политику как выбранные руководством совокупность сбытовых стратегий маркетинга и комплекс мероприятий по организационным, материально-техническим и прочим аспектам сбыта.

Обобщив взгляды ученых в области трактовки сбыта можно дать следующее определение сбытовой политики как системы мер в области управления сбыта и придания определенной направленности сбыту в соответствии с поставленными целями и задачами. Основными элементами сбытовой политики являются следующие:

- транспортировка продукции – физическое перемещение от производителя к потребителю;
- доработка продукции – подбор, сортировка, сборка готового изделия и прочее, что повышает степень доступности и готовности продукции к потреблению;
- хранение продукции – организация создания и поддержание необходимых запасов;
- контакты с потребителями – действия по физической передаче товара, оформлению заказов, организации платёжно-расчетных операций, юридическому оформлению передачи прав собственности на товар, информированию потребителя о товаре и фирме, а также сбору информации о рынке [1].

Сбытовая политика строится на основе упорядоченного анализа потребностей и запросов, восприятий и предпочтений, свойственных потребителям продукции организации. Эффективная сбытовая политика должна быть направлена на постоянное обновление ассортимента и повышение разнообразия предлагаемых покупателям товаров и услуг.

Разработка сбытовой политики зависит от различных факторов, одним из которых является степень развития предприятия. Задача предприятий в области сбыта заключается в адекватном реагировании на изменения рыночной конъюнктуры и быстро меняющимся внутренним и внешним условиям.

Список использованных источников:

1. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело : учеб. для вузов. 2е изд., перераб. и доп. М., 2001. С. 46.