

НОВОЕ СОДЕРЖАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**О.П. Лабкова****Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь**

В хозяйственной деятельности предприятия основными вопросами являются снабжение, производство и сбыт (реализация) готовой продукции. Работа предприятий в новых экономических условиях предполагает реструктурирование всех функциональных сфер деятельности хозяйствующих субъектов, но главным образом это касается сферы сбыта готовой продукции. Переход на рыночную форму хозяйствования коренным образом меняет подходы к планированию и контролю сбытовой деятельности. В условиях конкуренции главная задача системы управления сбытом — обеспечить завоевание и сохранение организацией предпочтительной доли рынка и добиться превосходства организации над конкурентами. Сбыт продукции сейчас должен рассматриваться под принципиально иным углом зрения — через призму рыночного спроса и предложения. Иными словами, для выживания в рыночных условиях отечественные товаропроизводители должны производить то, что продается, а не продавать то, что они производят. Необходимо четко понимать новое содержание сбытовой деятельности. В условиях рыночной системы хозяйствования под сбытом следует понимать комплекс процедур продвижения готовой продукции на рынок (формирование спроса, получение и обработка заказов, комплектация и подготовка продукции к отправке покупателям, отгрузка продукции на транспортное средство и транспортировка к месту продажи или назначения) и организацию расчетов за нее (установление условий и осуществление процедур расчетов с покупателями за отгруженную продукцию). Главная цель сбыта — реализация экономического интереса производителя на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей. Хотя сбыт — завершающая стадия хозяйственной деятельности товаропроизводителя, в рыночных условиях планирование сбыта предшествует производственной стадии и состоит в изучении конъюнктуры рынка и производственных возможностей предприятия производить пользующуюся спросом (перспективную) продукцию и в составлении планов продаж, на основе которых должны формироваться планы снабжения и производства. Грамотно построенная система организации и контроля сбытовой деятельности способна обеспечить конкурентоспособность предприятия.

Для определения эффективности сбытовой политики необходима информация о суммарной эффективности каналов товародвижения, методах распространения товаров, стимулирования сбыта, управляемости сбытовой сети. Анализ сбыта — это не просто информация об объемах продаж, но и верный показатель успешности организации. Это возможность определения эффективности рекламных каналов, работы менеджеров, степени рентабельности, корректировки всей маркетинговой стратегии.