

## **СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Студент гр. 103211 Литвин А.В.

*Научный руководитель – ст.преп. Куневич О.В.*

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Сбытовая деятельность является одним из главных составляющих любого предприятия. Каждое предприятие ставит перед собой определённые цели и задачи при сбыте того или иного товара. В условиях конкуренции на рынке предприятия своевременно гибко стараются переориентироваться на запросы потребителей для того чтобы более эффективно продвигать свои товары. По мере роста насыщенности рынка и усиления конкурентной борьбы между товаропроизводителями роль сбытовой деятельности становится одним из важнейших условий эффективного функционирования предприятия на рынке.

Сбытовая деятельность предприятия неизменно сопровождается тем или иным уровнем затрат. Это и управленческие расходы, и заработная плата персонала службы сбыта, и стоимость ресурсов, необходимых для нормального функционирования службы сбыта. Оценка эффективности сбытовой деятельности определяется как отношение дополнительной прибыли от реализации маркетинговых мероприятий к затратам на эти мероприятия. Главная проблема состоит в выделении той самой дополнительной прибыли и определение того, действительно ли она получена благодаря мероприятиям, а не каким-то другим факторам.

Оценка эффективности сбытовой деятельности рассматривается на примере СЗАО “ФИДМАШ”. На предприятии присутствует прямой канал распределения нулевого уровня, т.е. продукция, производимая предприятием сразу же после продажи, попадает в руки конечного потребителя.

На предприятии внедряется система маркетинговой деятельности или СМК. Данная система в большей степени ориентирована на качество готовой продукции, так как товар, производимый предприятием, является специальным и имеет узкий профиль работ и переходит через прямой канал сбыта поэтому лучшее и гарантийное качество в маркетинговой системе является

важнейшим аспектом для конечного потребителя. Так же была проведена оценка эффективности функционирования данной системы, которая показала, что внедренная система уменьшила затраты на сервисное обслуживание в гарантийный период и затраты на модернизацию и контроль, путем повышения качества конечной продукции.