

УДК 339.185

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СБЫТА ПРОДУКЦИИ

Студент гр. 103221 Синицкий Д.В.

Научный руководитель - ст.преп. Зеленковская Н.В.
Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

В условиях конкурентной борьбы, являющейся характерной чертой современной экономики, могут выжить лишь фирмы, которые ориентируются на увеличения объема сбыта и укрепления позиций на рынке.

Система сбыта компании – это весомый фактор в получении прибыли, поскольку именно на этом этапе создается баланс между маркетинговыми издержками и уровнем обслуживания потребителей. Оптимальная система сбыта стремится эффективно реализовать маркетинговую стратегию организации, направленную на достижение определенного уровня обслуживания конечного потребителя.

Наиболее эффективные средства стимулирования сбыта на целевом рынке являются:

- реклама товара,
- использование товарного знака
- техническое обслуживание проданной продукции.

Крупной диверсифицированной компании необходима многоканальная система сбыта, имеющая свои особенности на каждом целевом рынке.

Таким образом, система сбыта товаров – ключевое звено маркетинга и заключительный этап деятельности фирмы по созданию, производству и доведению товара до потребителя.