

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

***Аннотация:** Данная статья посвящена организации сбыта на промышленном предприятии, его основным формам, моделям, а также элементам. Сбыт – это самый важный завершающий этап деятельности предприятия.*

***Ключевые слова:** сбыт, система сбыта, организация сбыта.*

Организация сбыта состоит из создания программы действий, работ и разделении их между сотрудниками отдела сбыта, что говорит о прямой связи сбыта с планированием.

В число элементов планирования сбыта можно включить: проведение прогнозов состояния рынка, подготовка финансовой сметы, определение норм сбыта, сегментация каналов распределения, создание торговых связей, планирование и создание отчетности, оценка динамики продаж, создание плана взаимодействия отдела сбыта с другими подразделениями, анализ деятельности службы сбыта в целом и отдельно каждого сотрудника и т.д.

Под финансовой сметой сбыта продукции понимается документ, содержащий информацию об объеме продаж, прибыли, торговых расходах. Для каждого вида продукции создается своя индивидуальная смета, на основе

которых образуется итоговая сводная смета сбыта продукции. В состав финансовой сметы включаются следующие статьи: оборот от реализации; общие издержки производства; издержки обращения; валовая прибыль; расходы на рекламу, взаимодействие и стимулирование сбыта; общие расходы, чистая прибыль.

Определение норм сбыта для посредников основывается на распределении всего объема сбыта между торговыми организациями с учетом их возможностей (вида канала распределения, степени конкуренции в районе расположения потребителей и рыночной конъюнктуры). Создание торговых связей заключается в определении потенциальных заказчиков фирмы, установлении с ними связей, также создание и проведение процедур по стимулированию торговых посредников, основанное на различных конкурсах, распродажах, скидках), внедрению различных технологий. Заказчики могут быть как крупными, так и небольшими компаниями, однако должны иметь перспективы роста в дальнейшем.

Серьезным мероприятием является определение местонахождения торговой организации. Важнейшим показателем при этом будет выступать покупательная способность района, в котором будет функционировать данная организация.

Однако, также немаловажную роль играют: затраты на транспорт, наличие конкурентов, ассортимент, удобства для потребителей при посещении, доступность. Анализ деятельности службы сбыта основывается, прежде всего, на эффективности функционирования отдела сбыта с субъектами внутренней и внешней среды (обеспечение покупателя в нужные сроки необходимой для него продукцией, обладающей высоким качеством). Исходя из данных факторов, можно выделить следующие модели организации сбыта: функциональную, региональную, товарную, отраслевую, комбинированную. Функциональная организация системы сбыта применяется малыми и средними компаниями, обладающими однородными группами

товаров. В данной системе наиболее распространена такая модель: директор устанавливает торговые операции на рынках, управляет рекламными кампаниями и стимулированием сбыта. Управляющие сбытом систематизируют работу сбыта, контролируют складирование, передвижение, доставку товара через управляющего отделом распределения. Региональная модель организации сбыта распространена у фирм, производящих однородную группу товаров в ограниченном количестве, обладающих также широкой распределительной сетью с большим количеством точек. В такой модели компания обладает большим числом торговых агентов, проживающих в районах своей деятельности, что существенно сокращает затраты на разъезды и действующих в тесном контакте с потенциальными потребителями.

Продуктивность при этом обуславливается тем, что имеет место быть разделение коммерческих операций по районам, большая насыщенность предприятий, а также различные вкусы потребителей. Плюсом данной региональной модели является централизация, то есть нахождение в главном управлении фирмы, близких друг к другу отделов – отдела рекламы, исследований рынка, планирования ассортимента и других. Товарная модель организации сбыта используется в тех случаях, когда готовится выпуск продукции широкого ассортимента и различной номенклатуры. Управляющий группой продукции в этом случае отвечает за создание и планирование стратегии по реализации данной группы продукции.

Отраслевая модель организации сбыта используется для отправки однородных товаров фирмам с определенным профилем (например: металлургия, машиностроение, энергетика и т.д.). Директор в данной модели управляет руководителями сбыта каждой отрасли промышленности. В каких отраслях действует фирма, столько руководителей сбыта каждой отрасли и будет. Модель используется больше всего при реализации товаров производственно-технического назначения. Комбинированная организация

сбыта наиболее распространена в фирмах, количественно, а не качественно расширяющих предпринимательскую деятельность. Она является достаточно гибкой: выходы на новые рынки, создание новых групп товаров, изменение покупательной способности и требований не окажут сильное воздействие на такую модель.

В жизни компании применяются всевозможные формы организации сбыта, например: функционально-продуктовые, продуктово-рыночные и т.д. Форма организации сбыта зависит в большинстве случаев от результатов деятельности не только отдела сбыта, но и фирмы в целом. Все такие структуры должны быть динамичны, совершенствоваться в краткосрочной перспективе, расширяться и достигать сетевого масштаба.

Таким образом, организация сбыта основывается на системной работе каждого сотрудника, образовывать целый комплекс действий в процессе обеспечения перемещения товара от производителя до потребителя. Кроме всего этого, система сбыта нуждается в определении функции и методов взаимоотношений субъектов данной сети, в контроле и координации сбыта в целом.