

Клюсова Юлия Юрьевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный

университет путей сообщения»

г. Иркутск, Иркутская область

СИСТЕМА СБЫТА В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ

***Аннотация:** в данной статье приведены составляющие системы сбыта на предприятии. В работе перечислены задачи сбытовой логистики, а также описывается значение системы сбыта на примере регионального оптового предприятия.*

***Ключевые слова:** сбыт, логистика, сбытовая логистика, оптовое предприятие, канал сбыта.*

В современных условиях, когда рынок перенасыщен товарами и услугами, для любого оптового предприятия в разы увеличивается значение сбытовой логистики. Изготовить интересный потребителю товар или закупить его – это далеко не все, что необходимо организации, чтобы процветать и успешно осуществлять свою деятельность. Поэтому специалисты по маркетингу тратят значительные усилия на то, чтобы найти подходящие каналы сбыта и обеспечить такое положение вещей, при котором продукты доходят до потребителей наиболее эффективным образом.

Как любая система, система сбыта на оптовом предприятии состоит из нескольких, связанных между собой элементов: каналы товародвижения, планирование сбыта, маркетинговое обеспечение сбыта, информационное обеспечение сбыта, контроль сбыта, логистика [1].

Логистика, как элемент системы сбыта, играет в ней ключевую роль и ориентирована на потоки сбыта. Это и называется сбытовой логистикой. А саму систему сбыта на любом предприятии в обобщенном виде можно представить, как тесное взаимодействие сбытовой логистики и маркетинга.

Перед сбытовой логистикой стоят следующие задачи: планирование, организация и управление процессом перемещения товара в послепроизводственный период; управление товарными запасами; получение заказов на поставку и их обработка; подготовка товарных потоков к генерации; организация отгрузки; контроль на этапах транспортного перемещения заказов; организация логистического сервиса.

В ряде работ по логистике отмечается, что на основании опроса 1450 бизнесменов США, Японии и западноевропейских стран были получены следующие выводы об использовании методов логистического управления, в частности, внедрения сбытовой логистики в оптовой торговле: объемы запасов снижаются на 30–70%, себестоимость продукции – на 30%, издержки в сфере товародвижения – на 20%.

Применение сбытовой логистики существенно повышает производительность труда как в сфере обращения, так и в сфере производства. По оценкам специалистов, с начала 1980-х гг. в США в ежегодном общем увеличении производительности труда (5–6%) половина (2,5–3%) достигается за счет распространения логистики. Установлено, что сокращение логистических издержек на 1% эквивалентно почти 10% увеличению объема продаж [2].

Сбытовая логистика подчиняет процесс управления материальными и нематериальными потоками целям и задачам маркетинга, а также связывает между собой процесс распределения и процесс производства и объединяет все функции внутри самого предприятия.

Одним из успешных оптовых продавцов Иркутской области является общество с ограниченной ответственностью «СибТорг». Предприятие создавалось в 2012 году и изначально занималось производственной деятельностью, а именно, изготовлением хлебобулочных изделий [3].

На сегодняшний день ООО «СибТорг» осуществляет свою деятельность в 12 направлениях. Среди которых осталось производство и реализация хлеба, пра-

ческие услуги для предприятий военного комплекса области, выполнение крупных поставок продовольственных товаров розничным продавцам, государственным и муниципальным учреждениям.

Предприятие принимает активное участие в тендерах и торгах на крупные поставки по региону, это уже около 600 конкурсов. Основными направлениями каналов сбыта организации являются государственные и муниципальные объекты: Министерство по Регулированию Контрактной Системы в Сфере Закупок Иркутской Области, а также такие учреждения, как «Усольский гвардейский детский корпус», ФКУ «ВСОУМТС МВД России», ОГБУЗ «Ангарская ОПБ», ГУФСИН России по Иркутской области и т. д. Всего было выполнено около 150 государственных контрактов [4].

Из этого можно сделать вывод о значимости предприятия для региона и его функционирования. Проблема качественной организации сбыта на этом предприятии, как и на схожих по виду деятельности, в любое время крайне актуальна.

Для вышеназванного предприятия могло бы быть интересным расширение каналов сбыта в сторону коммерческих предприятий. Это позволило бы повысить доходы организации и увеличить список клиентов и партнеров, открыть новые горизонты развития и роста.

В заключение хочется подчеркнуть важность сбытовой логистики в логистической системе оптового предприятия. Без надлежащего функционирования этого звена все остальные звенья цепи, даже если работают исправно, способны утратить свой эффект. Это станет причиной снижения доходов предприятия и его рентабельности. В свою очередь издержки, связанные с качественной организацией цепей сбыта и развития маркетингового обеспечения сбыта на предприятии способны заставить предприятие значительно улучшить свои позиции на рынке региона.

Список литературы

1. Винкельманн П. Маркетинг и сбыт. Основы ориентированного на рынок управления компанией [Текст] / П. Винкельманн. – М.: Бизнес Букс, 2013. – 668 с.

2. Сариуш-Вольский З. Логистика на предприятии [Текст]: Учеб.-метод. пособие / З. Сариуш-Вольский. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 323 с.
3. СБИС: сеть деловых коммуникаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.sbis.ru
4. Тендер гид [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.tendergid.ru