

УДК 658

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СБЫТА ЗЕРНА ЗА СЧЕТ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

*Нелидин А.С., студент 3 курса экономического факультета
Научный руководитель - Г.Г. Зотова, кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

Ключевые слова: *Управление, сбыт, готовая продукция, канал распределения*

В статье раскрывается сущность каналов распределения продукции и их роль в повышении эффективности реализации продукции. Предложены низкокзатратные формы сбыта зерна.

Для того, чтобы в современных условиях успешно функционировать, предприятиям уже недостаточно только производить продукцию в максимально возможном объеме; важно эту продукцию успешно реализовать. Для достижения уверенных конкурентных преимуществ сельскохозяйственным предприятиям необходимо развивать новые методы сбыта готовой продукции. [5, с. 164]

В настоящее время сельскохозяйственные товаропроизводители вынуждены искать альтернативные формы сбыта продукции параллельно с существующими.

Так, для не крупных зернопроизводителей более предпочтительны форма электронной торговли с помощью интернет - сайта. Если раньше производители осуществляли поиск покупателей экспериментальным путем или путем публикации дорогостоящих, но малоэффективных объявлений в СМИ, то сейчас они могут создавать собственные сайты, на которых содержится вся необходимая информация для потенциальных покупателей об интересующем его товаре. [4, с.73-74]

Основание для рассмотрения Интернета в качестве нового канала распространения товаров и услуг дает ряд обстоятельств. Во-первых, он дает возможность компаниям взаимодействовать с потенциальными клиентами из любых географических точек, вне зависимости от часовых поясов или времени суток, то есть позволяет получить прямой доступ к конечным потребителям своей продукции. Во-вторых, посредством Интернета упрощается информационный обмен, что способствует предоставлению максимально подробной информации без каких-либо значительных материальных затрат. В-третьих, благодаря возможности осуществления через Интернет ряда функций, таких как информационная, функция продвижения, ведения переговоров, заказа и оплаты, Интернет можно использовать как отдельный вид канала распределения. [3, с. 276]

Благодаря собственному сайту любой производитель сможет: позиционировать своё предприятие в интернете как надежное и стабильно развивающееся; поддерживать старые и устанавливать новые связи, познакомиться с деятельностью предприятия; распространять информацию о предприятии и его деятельности - документы, фото, аудио- и видео-материалы, организовать документооборот. Кроме описания возможна публикация рейтингов, аналитических отчетов, организация консультаций клиентов, партнеров и дилеров, ответов на частые вопросы; увеличить объем продаж и найти новых покупателей благодаря охвату большей целевой аудитории не только в своем городе, но и по всей стране и за рубежом; удаленно демонстрировать товары и услуги для продвижения продаж; обучать и повышать квалификацию сотрудников и партнеров; сайт работает круглосуточно, без перерывов - предприятие не потеряет покупателя, которому потребовалась информация в любое время суток; проводить маркетинговые исследования на основе опросов и статистики посещения; использовать сайт как канал воздействия на традиционные СМИ; принимать заявки от клиентов в режиме онлайн в любом количестве в любое время.

Таким образом, предлагаемый интернет-канал распределения предоставляет производителям возможность реализовывать свою продукцию, тем самым охватывать большую аудиторию потребителей и соответственно увеличивать прибыль от реализации продукции.

Библиографический список

1. Зотова, Галина Геннадьевна. Формирование и эффективное функционирование регионального зернового рынка: дис. ... канд. экономических наук : 08.00.05 / Г.Г. Зотова. - Москва : МСХА им. К.А. Тимирязева, 2000. - 158 с.
2. Морозов, В.И. Зерновое хозяйство и его эффективность в условиях Среднего Поволжья / В.И. Морозов, С.В. Басенкова // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии.- 2014. - N 2 (26). - С. 33-37.
3. Николаев, А.Б. Управление сбытом готовой продукции промышленного предприятия с использованием интернет-канала распределения [Электронный ресурс]/ А.Б. Николаев, В.Р. Рогов // Наука и образование: электронное научно-техническое издание. - 2012. - № 10. - С. 275-288.
4. Трясцин, М.М. Инновационные методы сбыта продукции как пути повышения эффективности деятельности фермерских хозяйств / М.М. Трясцин, В.И. Кузнецов // Научно-практический журнал Пермский аграрный вестник. - 2014. - № 2 (6). - С. 70-77.
5. Шилько, И.С. Совершенствование управления системой сбыта продукции предприятия на основе взаимодействия маркетинга и логистики / И.С. Шилько // Перспективы науки и образования. - 2013. - № 2. - С. 164-171.

6. Дозорова, Т.А. Государственная поддержка агропромышленного комплекса региона / Т.А.Дозорова, Т.И.Костина, Е.Э.Костина // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. - 2014. - № 3 (27). - С. 151-155.
7. Дозорова, Т.А. Государственная поддержка развития малых форм хозяйствования в сельском хозяйстве / Т.А.Дозорова // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. - 2014. -№ 4 (28). - С. 181-186.

IMPROVEMENT OF GRAIN MARKETING THROUGH THE INTRODUCTION OF NEW DISTRIBUTION CHANNELS

Nelidin A.S.

Keywords: *management, marketing, finished products, distribution channel*

The article reveals the essence of distribution channels and their role in improving sales. Offered low-cost forms of marketing grain.

УДК 658

УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОМ ЗЕРНА И ЕГО РОЛЬ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ

*Нелидина А.И., студентка 5 курса факультета трансферных специальностей
ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный университет»*

*Научный руководитель - Г.Г. Зотова, кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

Ключевые слова: *Управление, сбыт, зерновое производство, эффективность*

В статье раскрывается сущность и функции системы управления сбытом, ее место в повышении эффективности функционирования зерновой отрасли.

Главная цель сбытовой деятельности - реализация экономического интереса производителя в процессе получения предпринимательской прибыли на