

INVESTMENT POTENTIAL OF THE AGRICULTURAL SECTOR IN THE REGION IN TERMS OF RUSSIA'S MEMBERSHIP IN THE WTO

Saychik A.Y.

Keywords: *investment potential, agriculture, public-private partnership, the WTO, the financial resources*

Short abstract: The paper presents the characteristics of the agricultural sector of the economy through increased investment processes and identified trends and preconditions for the development of the agricultural sector, justified the role of investment in fixed assets in the conditions of membership in the WTO. Provides practical recommendations for the development of the agricultural sector of the Russian economy on the basis of investment and innovation.

УДК 631+656

ОЦЕНКА И ВЫБОР КАНАЛА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

*Самоварова Т.А., студентка 3 курса экономического факультета
Научный руководитель – Семирханова О.Н, кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А Столыпина»*

Ключевые слова: *сбытовая политика, каналы сбыта, способы сбыта, бальная оценка, критерии оценки*

В статье рассмотрены этапы разработки сбытовой политики предприятия, проведена сравнительно-бальная оценка каналов реализации зерна по предлагаемым критериям оценки, которая позволит выбрать наиболее эффективные каналы из всех имеющихся.

Каждое сельскохозяйственное предприятие при реализации производимой продукции ищет и выбирает наиболее эффективный канал сбыта, определяемый назначением продукции и зависящий от многих факторов. Однако невозможно определить выгодный канал реализации на длительное время, т.к. на предприятии регулярно меняются его внутренние и внешние условия.



Рисунок 1 – Этапы разработки сбытовой политики предприятия

При разработке и обосновании сбытовой политики предприятия необходимо решение вопросов конкретного товара, определенных по рекомендуемым этапам (рисунок 1).

Верный выбор канала реализации в рыночных условиях является сложным делом и ошибка может дорого стоить предприятию. Выбор наиболее выгодного канала реализации имеет большое значение, так как от этого зависит величина полученной прибыли.

Немаловажным для сельскохозяйственных предприятий является наличие постоянных покупателей и долгосрочных договоров на поставку продукции.

Перед тем, как предпринять меры к реализации продукции руководство должно проводить маркетинговые исследования рынка товаров (работ, услуг). При этом важным направлением в маркетинговой деятельности является SWOT- анализ предприятия.

Выбор способов сбыта зерна в ООО «Петровское» значительно влияют на рациональное использование транспортных средств, экономию расходов на доставку продукции к потребителям и потери после уборки урожая.

В первую очередь выбор канала сбыта необходимо начинать с анализа цены реализации 1 ц, поскольку выгоден канал с наиболее высокой ценой. Затем нужно оценивать расстояние до предприятия и объем закупок, при чем выбор каждого канала реализации необходимо проводить комплексно с учетом всех критериев оценки, по рекомендуемым оценочным баллам. Немаловажное значение имеют форма расчетов и их финансовые условия. Предпочтение должно быть отдано каналам, которые набрали наивысший балл. Сравнительно-бальная оценка каналов реализации зерна в ООО «Петровское» изображена на рисунке 2.

При организации коммерческих связей большое значение имеет оценка и выбор способов реализации зерна в ООО «Петровское», влияющие на рациональное использование транспортных средств, экономию расходов на доставку продукции к потребителям и потери после уборки урожая.

4. Дозорова, Т.А. Инновационный подход развития зерновой отрасли / Т.А. Дозорова // Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт. Проблемы и пути их решения. Материалы IV Международной научно-практической конференции. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2012. - Том III. - С. 59- 63. Дозорова, Т.А. Аграрная политика: сущность, приоритеты и региональные особенности / Т.А. Дозорова // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. - 2014. - № 2 (26). - С. 167-172.

EVALUATION AND SELECTION OF SALES CHANNEL PRODUCT

Samovarova T.A.

Keywords: *sales policy, distribution channels, methods of marketing, point scoring, evaluation criteria*

The article describes the stages of development of marketing policy of the company, carried out a comparative point scoring sales channels grain on the proposed evaluation criteria, which will choose the most effective channels from all available.

УДК 658+338

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА РОЗНИЧНОМ ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ СУПЕРМАРКЕТА «ГУЛЛИВЕР»)

*Самоварова Т. А., студентка 3 курса экономического факультета
Научный руководитель – Севастьянова В.М.,
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

Ключевые слова: *СМК, результативность, эффективность*

Актуальность темы состоит в том, что розничные торговые предприятия должны рассматривать СМК как необходимое звено, так как это одно из требований потребителей, способ повышения уровня конкурентоспособности, выживания организации, как один из подходов развития деятельности.