

ИНФОРМАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СБЫТОВОЙ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Скляр А.В. – аспирант

Кубанский государственный аграрный университет

В статье рассмотрена необходимость информатизации рабочих процессов как важного условия при становлении рыночных отношений и отражены тенденции перехода к новым технологиям обеспечения сбыта.

В период перехода экономики к рыночным отношениям многими предприятиями АПК России переосмысливаются первоочередные задачи производства и функционирования: как реально пользоваться правами хозяйствующего субъекта в новых экономических условиях, как максимально эффективно реализовывать производимую продукцию, как контролировать свою долю рынка, как достичь максимума прибылей.? Ведь от правильного ответа на конъюнктуру и своеобразный вызов коммерческой среды зависит процветание любой организации и всех ее работников.

В настоящее время, в условиях становления информационных связей и отношений, особенно в нашей стране, необходимо больше внимания уделять развивающимся веб-технологиям и возможностям их внедрения в рабочие процессы, что позволит изменить сложившиеся ранее взгляды не только на организацию сбыта, но и на производство продукции в целом. По мнению создателя Империи Microsoft Билла Гейтса, для того чтобы сделать свой бизнес преуспевающим, недостаточно иметь только светлую голову, интуицию и везение. Современный бизнес – многокомпонентная

система, ключевым элементом которой является использование передовых информационных технологий.

Одним из способов расширить сбытовую сеть организаций, в том числе сельхозмашиностроения, в Краснодарском крае является ежегодное проведение выставок, например «Дни экономики Краснодара в Екатеринбурге с 16 по 18 октября 2002 года», «Дни экономики Краснодара в Воронеже с 26 по 28 марта 2003 года», «Дни Краснодарского края в Германии в городе Ганovere 17–22 мая 2003 года» и др. Это, безусловно, позволяет устанавливать межрегиональные связи по расширению рынка сбыта товаров и товарообмена, соблюдать интересы предприятий реального сектора отечественного сельхозмашиностроения. Однако в условиях конкурентного рынка производителям России трудно бороться за достаточную долю рынка без применения передовых информационных технологий.

Создание принципиально новой системы сбыта в Краснодарском крае предполагает организацию товаропроизводящей сети для продвижения машин, запасных частей и услуг по их ремонту. Отечественные производители, в отличие от их зарубежных коллег, только недавно стали руководствоваться принципом «...производить то, что продается, а не продавать то, что производится». В странах с развитой рыночной экономикой такая сеть уже создана и функционирует: «Для успешной работы в электронную эру мы специально разработали новую электронную инфраструктуру. Она похожа на нервную систему человека... Реальная нервная система предоставляет вам информацию, необходимую для анализа ситуации и принятия решения. Ваша нервная система извещает вас о событиях, требующих немедленной реакции, и блокирует поступление несущественной информации. Так, и компаниям важно иметь свою нервную систему – ту, что обеспечит ей устойчивое и эффективное развитие, гарантирует незамедлительный ответ на чрезвычайную

ситуацию, своевременно известит о появлении новых возможностей, быстро донесет полезную информацию до сотрудников компании, не допустит проволочек в принятии решений и работе с клиентами»[1]. Вследствие неразвитости этой системы большинство иностранных поставщиков техники выигрывают по многим позициям. К примеру, во многих странах технику с региональных складов доставляют на дилерские пункты бесплатно, а ее стоимость возмещают после продажи. Если дилер в течение определенного срока не продал машину, он обязан либо ее оплатить, либо вернуть фирме с оплатой всех издержек и убытков.

Наиболее интересен проверенный практикой принцип поставок «точно - в - срок (just-in-time)». Он основывается на системе управления складскими запасами, предусматривающей поставку материалов в производство по мере надобности. Чем лучше организован предварительный информационный обмен между компанией и ее поставщиком, тем меньше требуется складских резервов и, соответственно, тем дешевле они обходятся. Руководство этим принципом в нашей стране наиболее перспективно и позволяет предприятиям регионального уровня более эффективно использовать имеющиеся ресурсы. Несмотря на то, что это, конечно, потребует существенных денежных вливаний для организации информационной базы данных, международный опыт уже доказал экономическую эффективность этого ведущего принципа организации сбытовой сети предприятий.

На бизнес-рынках сельскохозяйственного машиностроения переход к новым технологиям обеспечения сбыта дает возможность многим предприятиям сокращать сроки выхода на рынок, что предполагает их лидерство при поставке новой техники и становится весомой составляющей дальнейшего их коммерческого развития. Электронные информационные потоки изменяют способы сотрудничества между

поставщиками и потребителями, позволяя упрощать и удешевлять вышерассмотренные процессы.

1. Билл Гейтс. Бизнес со скоростью мысли. Изд. 2-е, испр. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 480 с.