

УДК 338.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК В СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

А. А. ПОТАПЕНКО

Научный руководитель К. В. ЛОГВИНОВ, канд. экон. наук
БРЯНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Одной из приоритетных задач развития современной сбытовой деятельности и построения эффективной сбытовой политики является использование электронных торговых площадок и их роль в повышении эффективности при совершенствовании ключевых параметров развития сбытовой деятельности, а также совершенствование взаимоотношений с клиентами при внедрении промышленных информационных технологий и построении информационных баз данных. Кроме того, предприятию необходимо формирование системы учета промышленных информационных технологий и механизмов эффективной работы с поставщиками при организации сбытовой деятельности.

Внедрение использования электронных торговых площадок на предприятии позволяет повысить объемы продаж, интегрировать всех сотрудников в единый процесс производства и реализации продукции предприятия, повысить эффективность принимаемых руководством решений.

Электронная торговая площадка, или B2B-площадка (Business to business marketplace) – место, где заключаются сделки купли-продажи между предприятиями-покупателями и продавцами. Существует разные виды площадок – закупочные, сбытовые, многоотраслевые, отраслевые и продуктовые площадки.

В целом, можно выделить следующие функции электронной торговой площадки.

1. Информационную.
2. Маркетинговую.
3. Рекламную.
4. Торговую.
5. Аналитическую.
6. Функцию защиты информации.

Практическая значимость предложений заключается в том, что предлагаемые рекомендации могут быть использованы в качестве практического руководства для сбытового подразделения предприятия. В результате внедрения предлагаемых инструментов совершенствования сбытовой политики можно ожидать повышение эффективности хозяйственной деятельности и рост конкурентоспособности.