

**METHODOLOGICAL BASES OF DEVELOPMENT RESEARCH OF INDUSTRIAL
AND CIVIL BUILDING ARE IN RURAL AREAS**

© 2014

I.A. Azhaman, candidate of economical sciences, assistant professor of the chair
«Management and Management by Projects»
Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture, Odessa (Ukraine)

Annotation: In the article, the actuality of forming of methodological aspects of development of industrial and civil building in rural area is grounded. An object and methods of researching the problem of building in rural area development are reviewed. Economic processes that influence the development of building in rural locality are considered.

Keywords: methodology, development, industrial and civil building, rural area, research object, economic process, research methods.

УДК 339.1051

**ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМА ТОВАРОДВИЖЕНИЯ
ФИРМЫ-ИЗГОТОВИТЕЛЯ**

© 2014

Е.Г. Великая, доктор экономических наук, генеральный директор ООО «Леди Доктор»
Московский финансово-юридический университет, Москва (Россия)
В.В. Чурко, ведущий специалист, аспирант Московского финансово-юридического университета
ФГУП «Охрана» МВД России, Москва (Россия)

Аннотация: В данной статье рассмотрены базовые альтернативы движения товара от фирмы-изготовителя к потребителю с учётом специфики индустриального потребителя.

Ключевые слова: посреднические организации, сбытовая политика фирмы-изготовителя, движение товара, эффективность системы товародвижения, дистрибьютор, промышленный агент, канал товародвижения, сбытовой посредник, агент, брокер.

Посреднические оптовые хозяйствующие субъекты в системе рыночных отношений можно разделить на две группы: независимые посреднические организации и зависимые. Независимые организации для изготовителей и получателей продукции являются самостоятельными посредническими организациями, приобретающими материалы в собственность с последующей их реализацией покупателям готовой продукции. Зависимые посредники не претендуют на право собственности на товары, работая за комиссионное вознаграждение за выполняемые услуги. К ним относятся различные сбытовые агенты, брокеры, комиссионеры.

Группа независимых оптовых посредников, применительно к сбыту продукции промышленного назначения, называется дистрибьюторами, является наиболее многочисленной и весомой в системе материально-технического обеспечения. Например, в США на эту группу приходится около 80% всех компаний, имеющих 85% складских помещений [2; с. 11]. Независимые оптовые посредники делятся на два типа:

- дистрибьюторы, имеющие (или арендующие) складские помещения;
- дистрибьюторы, не имеющие (не арендующие) складских помещений.

Последних иногда называют торговыми маклерами, на долю которых в развитых странах приходится примерно 20% компаний и около 10% оборота независимых посредников. Эти хозяйствующего субъекта отличаются более узким профилем деятельности. Они обычно имеют дело с крупногабаритными грузами, транспортировка и передача которых весьма трудоемка.

Дистрибьюторы, имеющие складские помещения, как правило, осуществляют в полном объеме коммерческую и производственную деятельность, входящую в компетенцию посредника. Их называют дистрибьюторами регулярного типа. Приобретая изделие за свой счет, они, как и торговые маклеры, принимают на себя весь

риск, вызванный изменениями конъюнктуры, порчей, моральным старением и т.д. Дистрибьюторы также хранят товары, избавляя своих поставщиков и заказчиков от необходимости содержания складских запасов. Им решается важная задача преобразования промышленного ассортимента выпускаемой продукции в торговый ассортимент в соответствии с производственными нуждами потребителей. Они занимаются транспортными операциями, кредитуют потребителей, осуществляют рекламную деятельность и, кроме того, оказывают консультационно-информационные услуги.

В зависимости от характера товарной специализации выделяются многотоварные дистрибьюторы, не имеющие строго определенной специализации и реализующие многопрофильную продукцию, а также дистрибьюторы, строго определяющие свою товарную группу. Последние классифицируются, в свою очередь, на различные категории в соответствии с количеством ассортиментных позиций. Расширение ассортимента рассматривается как важный фактор повышения конкурентоспособности [1; с. 15].

Изготовитель может продавать продукцию дистрибьюторам, которые затем самостоятельно сбывают ее непосредственно покупателю готовой продукции. Выбор такого канала движения товара будет эффективным только в случае, если:

- рынок разбросан, а объем сбыта в каждой географической зоне недостаточен для оправдания расходов по прямому каналу распределения;
- число оптовиков (посредников) обычно превышает количество региональных базовых складов изготовителя;
- изделие должно сбываться покупателю готовой продукции многих отраслей промышленности, а эффективный охват всех или большей их части бывает при использовании оптовых независимых посредников;
- потребители предпочитают закупать изделия мел-

кими партиями, неудобными для складской и транзитной обработки;

- разница между себестоимостью изготовления продукции и продажной ценой слишком мала для содержания собственной сбытовой организации, занимающейся проведением прямого движения товара [1; с. 17].

Ценность оптового посредника для изготовителя продукции во многом зависит от того, как к этому посреднику относятся потребители промышленных изделий, сможет ли посредник поставить дело таким образом, чтобы потребители продукции обращались именно к нему. Реализация такого положения на практике зависит от ряда объективных факторов. Во-первых, оптовый посредник имеет возможность поставить изделие потребителю быстрее, чем изготовитель. Его склад обычно расположен ближе к предприятию покупателя готовой продукции, чем филиал сбытового органа изготовителя. Во-вторых, услуги посредника позволяют потребителю сократить расходы на материально-техническое обеспечение и объем обрабатываемой учетной документации. В-третьих, посредник может предложить цену несколько меньшую, чем изготовитель, который назначает ее без учета перевозки и страхования, а потребитель при этом должен сам оплачивать транспортные и страховые расходы. Наконец, потребителю гораздо проще урегулировать спорный недоразумения с посредником, чем с изготовителем.

Эти и другие преимущества посредника дают ему возможность во многих случаях успешно конкурировать с изготовителем, обеспечивая хозрасчетные принципы своей собственной деятельности.

Агенты, брокеры и комиссионеры, в отличие от коммерческих сбытовых структур, получающие прибыль от реализации принадлежащих им изделий, не претендуют на право собственности на товары, работая за комиссионное вознаграждение или платежи за услуги. Размер вознаграждения, оплачиваемого покупателями услуг агентов и брокеров, зависит от объема и сложности совершаемых ими сделок. На делю брокеров и агентов в оптовой торговле в развитых странах приходится примерно 9% компаний материально-технического обеспечения и около 2% складских помещений [4; с. 14]. Агенты и брокеры, не принимая на себя право собственности, находятся в большей зависимости от изготовителя, чем независимые оптовые хозяйствующего субъекта.

Зависимые сбытовые посредники подразделяются на промышленных и сбытовых агентов. Промышленные агенты, как правило. Заменяют сбытовой аппарат хозяйствующего субъекта, но в отличие от работников службы сбыта получают не зарплату, а комиссионное вознаграждение, размер которого составляет примерно 5-10% от объема сбыта [4, 5]. Сохраняя за собой формальную самостоятельность, они в большей степени, чем другие агенты, зависят от указаний поставщика. Промышленные агенты располагают только конторой. В исключительных случаях они могут заниматься хранением и материальной доработкой товаров поставщика на основе консигнационного договора, который позволяет им распоряжаться этими товарами, не становясь их собственниками. Промышленные агенты, как правило, работают на нескольких изготовителей и пользуются

исключительным правом сбыта на определенной территории. Поэтому они могут избегать конфликтов и иметь достаточно полный ассортимент продукции. Крупные хозяйствующего субъекта могут иметь агентов для каждой крупной ассортиментной группы. Агенты изготовителя ограниченно влияют на маркетинговую программу изготовителя и структуру цен.

Сбытовые агенты имеют дело с небольшими промышленными хозяйствующего субъектами и по условиям договора отвечают за маркетинг всей их продукции. По существу они превращаются в маркетинговое подразделение изготовителя и полномочны вести переговоры по ценам и другим условиям реализации. Конторы сбытовых агентов обычно расположены в крупных сбытовых центрах в непосредственной близости от потребителей.

Брокеры сводят потребителей и изготовителей продукции для совершения сделки, они хорошо информированы о состоянии рынка, условиях продажи, лоточниках кредита, установлении цен, потенциальных покупателей готовой продукции и владеют искусством вести переговоры. Кредиты они не предоставляют, но могут обеспечить хранение и доставку продукции. Брокеры также не приобретают права собственности на товары и обычно не вправе завершить сделку без официального одобрения изготовителя. За посредничество между изготовителями и покупателями готовой продукции брокеры получают определенную плату по соглашению сторон или в соответствии с установленной биржевым комитетом таксой [3; С. 12].

Закупочные конторы представляют собой самостоятельные коммерческие хозяйствующего субъекта. Оплата их услуг производится из расчета определенного процента от годовых продаж. Закупочные конторы по характеру деятельности близки к брокерам: предоставляют своим клиентам информацию о движении цен, сведения о потенциальных партнерах, заключают по указанию своих клиентов сделки.

Комиссионеры получают продукцию от изготовителей на принципах консигнации, состоящей в поручении одной стороной (консигната) другой стороне (консигнатору) продать товары со склада от своего имени, однако на счет консигнанта, т.е. владельца продукции. Комиссионеры располагают конторой, а также складскими помещениями для приемки, хранения, обработки и продажи изделий. Они иногда предлагают кредит, обеспечивают хранение и доставку продукции, содержат сбытовой персонал. Комиссионеры могут вести переговоры по ценам с покупателями готовой продукции при условии, что цены не будут ниже минимального уровня, определенного изготовителем, а также действовать в условиях аукциона. Они вправе предоставлять различного рода дополнительные услуги: рыночную информацию, помощь в заключение договоров с транспортными компаниями, контроль за качеством товара и др. [1; С. 16].

Аукционы - один из видов деятельности сбытовых компаний, осуществляемый чаще всего на рынках бывшего в употреблении оборудования. Операционные расходы аукционов по отношению к продажам составляют около 3%. В нашей стране аукционная форма торговли имеет благоприятные перспективы, учитывая, что объ-

ем рынка подержанного оборудования у нас довольно значителен.

Посреднические оптовые хозяйствующего субъекта в системе рыночных отношений можно разделить на две группы: независимые посреднические организации и зависимые. Независимые организации для изготовителей и получателей продукции являются самостоятельными посредническими организациями, приобретающими материалы в собственность с последующей их реализацией покупателю готовой продукции. Зависимые посредники не претендуют на право собственности на товары, работая за комиссионное вознаграждение за выполняемые услуги. К ним относятся различные сбытовые агенты, брокеры, комиссионеры.

Группа независимых оптовых посредников, применительно к сбыту продукции промышленного назначения, называется дистрибьюторами, является наиболее многочисленной и весомой в системе материально-технического обеспечения. Независимые оптовые посредники делятся на два типа:

- дистрибьюторы, имеющие (или арендующие) складские помещения;
- дистрибьюторы, не имеющие (не арендующие) складских помещений.

Агенты, брокеры и комиссионеры, в отличие от коммерческих сбытовых структур, получающие прибыль от реализации принадлежащих им изделий, не претендуют на право собственности на товары, работая за комиссионное вознаграждение или платежи за услуги. Размер вознаграждения, оплачиваемого покупателями услуг агентов и брокеров, зависит от объема и сложности совершаемых ими сделок.

Итак, сделаем выводы по первой главе.

Организация планирования сбыта готовой продукции - ключевое звено маркетинговой деятельности и своего рода финишный комплекс во всей деятельности фирмы по созданию, производству и доведению товара до покупателя готовой продукции. Собственно, именно здесь потребитель либо признаёт, либо не признаёт все усилия фирмы полезными и нужными для себя и, соответственно, покупает или не покупает ее продукцию и услуги.

Сбытовую политику фирмы-изготовителя продукции следует рассматривать, как целенаправленную деятельность, принципы и методы, осуществления которой призваны организовать движение потока товаров к конечному потребителю. Основной задачей является создание условий для превращения потребностей потенциального покупателя в реальный спрос на конкретный товар. К числу таких условий относятся элементы сбытовой политики, капиталы распределения (сбыта, движения товара) вместе с функциями, которыми они наделены.

Основными элементами сбытовой политики являются следующие:

- транспортировка продукции - её физическое перемещение от производителя к потребителю;
- доработка продукции - подбор, сортировка, сборка готового изделия и прочее, что повышает степень доступности и готовности продукции к потреблению;
- хранение продукции - организация создания и под-

держание необходимых её запасов;

- контакты с покупателями готовой продукции - действия по физической передаче товара, оформлению заказов, организации платёжно-расчетных операций, юридическому оформлению передачи прав собственности на товар, информированию покупателя готовой продукции о товаре и фирме, а также сбору информации о рынке.

Движение товаров в маркетинге называется система, которая обеспечивает доставку товаров к местам продажи в точно определенное время и с максимально высоким уровнем обслуживания покупателей. Зарубежные авторы под планированием движения товара понимают систематическое принятие решений в отношении физического перемещения и передачи собственности на товар или услугу от производителя к потребителю, включая транспортировку, хранение и совершение сделок.

Мерой эффективности системы движения товара служит отношение затрат фирмы к ее результатам. Основным результатом, который достигается в системе движения товара - это уровень обслуживания потребителей. Данный качественный показатель зависит от многих факторов: скорости исполнения и доставки заказа, качества поставленной продукции, оказания различного рода услуг покупателям по установке, ремонту и поставке запасных частей. К качественным показателям обслуживания относятся также: обеспечение различной партионности отгрузки товара по просьбе покупателя; выбор рационального вида транспорта; содержание оптимального уровня вида транспорта; содержание оптимального уровня запасов и создание нормальных условий хранения и складирования товаров; соблюдение необходимого, заранее оговоренного уровня цен, по которым оказываются услуги движения товара. Ни один из упомянутых факторов сам по себе не является решающим, но все они в той или иной степени воздействуют на уровень обслуживания потребителей.

При выборе канала движения товара основным условием является его доступность для изготовителя. Для достижения коммерческого успеха при использовании того или иного канала движения товара нужно тщательно проанализировать все финансовые вопросы. Необходимо провести сравнительную характеристику затрат хозяйствующего субъекта на возможные каналы сбыта. В эти затраты входят: расходы на подбор и обучение сбытового персонала; административные расходы; затраты на рекламу и стимулирование сбыта, на организацию движения товара, включая расходы на транспортировку, складское хозяйство; уровень комиссионных выплат. При этом следует иметь в виду, что на начальной стадии работы хозяйствующего субъекта сбытовые издержки возрастают, но они не носят постоянного характера.

Посреднические оптовые хозяйствующего субъекта в системе рыночных отношений можно разделить на две группы: независимые посреднические организации и зависимые. Независимые организации для изготовителей и получателей продукции являются самостоятельными посредническими организациями, приобретающими материалы в собственность с последующей их реализацией покупателем готовой продукции. Зависимые посредники не претендуют на право собственности на товары, ра-

ботая за комиссионное вознаграждение за выполняемые услуги. К ним относятся различные сбытовые агенты, брокеры, комиссионеры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь [Текст]/. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Книжный мир, 2005. - 860 с.
2. Бурцев В.В. Сбытовая и маркетинговая деятельность [Текст]/.. - М.: Экзамен, 2007. - 224 с.

3. Бурцев В.В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации [Текст]/.. - М.: Экзамен, 2010. - 567 с.

4. Великая Е.Г. Стратегическое управление в реальном времени: пути выхода из кризиса [Текст]/.. - Старый Оскол: Тонкие наукоёмкие технологии, 2014. - 432 с.

5. Виханский О.С., Наумов А. И. Менеджмент [Текст]/.. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономист, 2005. - 670 с.

OPTIMISATION THE DISTRIBUTION SYSTEM DOMESTIC MANUFACTURES

© 2014

E.G. Velikaya, Ph.D, CEO LLC "Lady Doctor"

Moscow Financial and Legal University, Moscow (Russia)

V.V. Churko, leading expert, graduate student of the Moscow Finance and Law University
FSUE "Protection" the Russian Interior Ministry, Moscow (Russia)

Annotation: This article describes the basic alternative movement of the goods from the manufacturer to the consumer, taking into account the specifics of the industrial consumer.

Keywords: intermediary organizations, the marketing policy of the manufacturer, the movement of goods, the efficiency of goods movement, distributor, industrial agent, channel merchandising, marketing broker, agent, broker.

УДК 368.914

ВИДЫ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

© 2014

Е.В. Власова, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит»

А.В. Круглова, студент

Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: В статье рассмотрена проблематика развития пенсионной системы в России, основанная на актуальных вопросах пенсионного обеспечения. Предложены пути совершенствования управления пенсионного обеспечения на основе международного опыта.

Ключевые слова: пенсионная система, пенсионное обеспечение, пенсионное развитие, управление пенсионным обеспечением, реформирование пенсионного обеспечения, совершенствование пенсионной системы.

На данном этапе в России происходит развитие пенсионной системы. Развитие пенсионной системы является одной из первостепенных и важных социально - экономических проблем государства. Актуальность данной проблематики реформирования пенсионных систем, основана так же на большом количестве спорных вопросов, появившихся в экономических и политических кругах западных стран и России. В их основе лежит поиск новых, более эффективных методов и механизмов; создание многоуровневых и взаимосвязанных систем; активное привлечение население к самофинансированию и накоплению пенсий.

Пенсионная система представляет собой комплекс правовых, финансовых и организационных норм, задача которых состоит в предоставлении гражданам материального обеспечения в виде пенсий.

Правительство любой страны в мире, как и ее население, обеспокоены такой насущной проблемой, как достаточное пенсионное обеспечение старости.

Материальное обеспечение старости собственной и собственной семьи считается одной из главней-

ших потребностей любого цивилизованного человека. Общественная значимость пенсионного обеспечения состоит в том, что оно затрагивает жизненно важные интересы большого числа престарелых, инвалидов и их семей, потерявших кормильца [5].

Современная распределительно-накопительная пенсионная система в РФ начала функционировать с 1 января 2002 года. После реформы, с 2010 года пенсионная система разделилась на две части: накопительная и страховая.

Трудовая пенсия устанавливается и выплачивается в соответствии с Федеральным законом «О трудовых пенсиях в Российской Федерации». Трудовая пенсия - ежемесячная денежная выплата застрахованным лицам заработной платы и иных выплат и вознаграждений, в целях компенсации, в связи с наступлением нетрудоспособности вследствие старости или инвалидности, а так же нетрудоспособным членам семьи застрахованных лиц - заработной платы и иных выплат и вознаграждений кормильца, утраченных в связи со смертью этих застрахованных лиц [4].