

- количество продаваемого товара достаточно велико, чтобы оправдать немалые расходы на прямой сбыт;

- потребителей немного и они расположены на относительно небольшой территории;

- товар требует высокоспециализированного сервиса;

- объем партии достаточен для вагонной или контейнерной отправки;

- имеется достаточная сеть собственных базовых складов на рынках, где фирма ведет торговлю;

- рынок вертикален, т.е. товар используется не многими потребителями, хотя и в нескольких отраслях;

- товар является узкоспециализированным или производится по спецификации покупателя;

- цена на товар часто меняется.

При использовании прямого метода продаж фирма получает следующие возможности:

- непосредственно изучать свой рынок;

- сохранить полный контроль за ведением торговых операций;

- экономить средства по уплате услуг посредников;

- устанавливать тесное сотрудничество с потребителями.

Продажа товара оптовым посредникам рекомендуется в тех случаях когда:

- рынок горизонтален (множество потребителей в каждом секторе экономики) и требует создания мощной сбытовой сети, а средств на ее создание не хватает;

- рынок разбросан географически, так что ни прямые контакты, ни работа агента не являются рентабельными;

- разница между продажной ценой и себестоимостью невелика, так что содержание собственной сбытовой сети неэффективно;

- можно значительно сэкономить на транспортных расходах, поставляя крупные партии товара небольшому числу оптовиков.

Оптовая фирма скупает и перепродает большей частью стандартные промышленные товары, которые не нуждаются в техническом обслуживании. Оптовые посредники более детально знают особенности региональных рынков.

Фирме-производителю продажа товара через оптовика позволяет расширить границы рынка сбыта своей продукции и включить в него многочисленных мелких потребителей, которых она не в состоянии обслужить непосредственно. Некоторые фирмы пользуются услугами оптовиков при сбыте новых видов продукции, чтобы не тратить средства на стимулирование сбыта и на непосредственную продажу.

Выбор сбытовых каналов представляет собой ответственную задачу, при решении которой необходимо учитывать и то обстоятельство, что при небольшом числе посредников легче

обеспечить тесные связи с ними и тем самым гарантировать себе серьезное влияние на их работу, добиться желательной подготовки сбытового персонала и т.д. Вместе с тем, ориентация на излишнее число параллельно работающих на данном рынке посредников ставит фирму-поставщика в сильную зависимость от них. Отказ одного из них выполнить заключенный контракт может нанести фирме серьезный коммерческий ущерб.

Ряд факторов, влияющих на решение о выборе канала распределения:

- характер товара;

- преимущества товара;

- транспортабельность товара;

- географическое положение производи-

теля;

- наличие конкурентов;

- степень конкурентной борьбы;

- широка ассортимента;

- условия хранения;

- сроки хранения;

- удаленность (географическая разбросанность) потребителей и др.

Можно сказать, что чем выше массовость потребления товара, чем шире ассортимент, тем разветвленной будет сеть распределения. При высокой концентрации потребителей в одном регионе рационален прямой канал распределения, при их разбросанности в другом регионе – реализация с использованием посредников (оптовиков).

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА КБР КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Нагоев А.Б.

*Кабардино-Балкарский государственный университет
Нальчик, Россия*

Стратегические аспекты социально-экономического развития туристско-санаторной сферы Юга России нельзя рассматривать без учета перспективного туристско-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарской республики.

На территории КБР находятся ряд перспективных туристических объектов, которые не в полной мере используются для туристами для их активного отдыха:

- район Приэльбрусья от г. Тырнауза до Эльбруса, с знаменитой горнолыжной трассой с канатными дорогами на склонах Эльбруса, Чегета и Долины Азау;

- северные склоны Эльбруса - где намечено создание многопрофильного горнолыжного курорта с использованием целебных источников Джилы Су.

– Безенгийская стена – пять из семи пятидесятых горных вершин, расположенных на Северном Кавказе;

– озеро Тамбукан - уникальное озеро с комплексом целебных грязей;

– Голубое озеро - одно из самых глубоких озер в России, (Черекское ущелье);

– Чегемские водопады, водопад Абай-су, Муштинский водопад, отличающиеся своей неповторимой красотой;

– Аушигер - с уникальным азотно-бромистым терминальным горячим источником минеральной воды;

– горно-лыжные склоны в Юго-Западном районе г.Нальчика и в районе горнолыжного склона Сары-Тала в 18 км от г. Нальчика.

По предварительным расчетам туристская емкость всех склонов горы Эльбрус, включая и другие ущелья Баксанской долины, составляет 25 000 человек, а строительство «Центр - здоровья» Приэльбрусья может принять 10000 горнолыжников.

Стратегия устойчивого развития перспективных туристско-рекреационных зон КБР, включающих Северный склон Эльбруса, Приэльбрусья, Баксанской, Чегемской и Черекских долин с уникальными озерами, водопадами, бурными горными реками на фоне высочайших горных вершин пятидесятых представляют собой важнейшие аспекты социально-экономического развития Юга Российской Федерации.

ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РОССИИ В 21 ВЕКЕ

Смирнова Т.Л.

*Северская государственная технологическая академия
Северск, Россия*

Рост потребления энергии в мировой экономике формирует активную позицию России в современных интеграционных процессах, усиливает ее роль в развитии европейского энергетического пространства и рынка энергетических ресурсов. Стабильный рост спроса мировой экономики на энергоресурсы вызван динамичным расширением промышленного производства новых индустриальных и развивающихся стран. Увеличение разрыва в мировой экономике между объемами производства и потреблением невозобновляемых углеводородных ресурсов, преобладающих в структуре спроса на энергоресурсы в мировой экономике, формирует энергетический аспект национальной безопасности России. Постепенно обостряющаяся нехватка перерабатывающих и транспортировочных мощностей в экономике России, ресурсная ограниченность дополнительных добывающих мощностей углеводородных энергоресурсов предопределили выбор национальной энергетической стратегии раз-

вития в сторону увеличения доли ядерной энергетики.

Сбалансированная энергостратегия развития России должна формироваться на основе гарантий стабильного спроса на энергоресурсы в долгосрочном периоде времени, контрактной системы долгосрочных договорных отношений, снижения влияния политических рисков, развития энергетической инфраструктуры, привлечения инвестиций в энергетику. Государственная энергетическая политика России должна включать в себя либерализацию внутренних и внешних рынков энергоресурсов, экологическую безопасность, энергоэффективность хозяйственной деятельности, рациональное недропользование и эффективную внешнюю энергополитику. Активизация и повышение эффективности использования ядерных технологий в России позволяет позиционировать ее на мировом рынке как страну с конкурентными преимуществами. Ядерные технологии способны обеспечить переход страны к инновационному развитию на основе концентрации наукоемких и капиталоемких процессов, кооперации знаний в области ядерных технологий с другими странами, повышения роли замкнутого ядерного топливного цикла в производственных процессах.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

Шелобаев С.И., Шелобаева И.С.*, Бушуев В.Д.

Институт экономики и управления

**Всероссийский заочный финансово-экономический институт, филиал в г. Туле
Тула, Россия*

В рыночной экономике прогнозирование является основой всей системы управления. Анри Файоль (1841-1925 г.г.), один из выдающихся представителей менеджмента первой четверти XX-века, разработавший основы административного подхода к управлению, уделял прогнозированию и планированию особое значение. Он указал на необходимость краткосрочного и долгосрочного планирования в каждой организации. По его мнению, предвидение составляет наиболее существенную часть управления. «Предвидеть -означает исчислять будущее и подготавливать его; предвидеть – это уже почти действовать». [7] Прогнозы необходимы в финансировании, маркетинге, подборе кадров и различных производственных областях, в коммерческих и государственных организациях. Можно с уверенностью сказать, что любое управляющее решение, последствия которого проявятся в будущем, основывается на том или ином способе прогнозирования. Всякий раз, когда принимается решение относительно будущих действий, во внимание принимаются прежде всего прогностические оценки.