

процента с продаж не всегда соответствуют их квалификационному уровню и ожиданиям;

– процентная мотивация невыгодна при появлении в ассортиментной линейке нового, гораздо более продаваемого продукта. Происходит то же, что и при росте рынка: зарплаты вырастают неоправданно, а если ввести дифференцированные (различные) проценты — менеджеры не продают новый продукт так активно, как надо было бы. Снижение процентов провоцирует менеджеров «встать на защиту заработнойного»;

– предприниматель с достаточной точностью может определять пределы возможного диапазона выполнения плановых заданий работником (исходя из экономически обоснованных планов продаж и планов по ФЗП) [2].

Перечисленные противоречия в применении комиссионной формы оплаты труда снижают эффективность ее применения. Но при этом повышают уровень материальной заинтересованности сотрудников, стимулируют к достижению высоких объемов продаж, перевыполнению плановых показателей, повышают уровень самоорганизации работников и пр. Находить новые системы ее применения в соответствии с результатом достижения поставленных перед работником целей — важное условие для ее развития.

Источники

1. Комиссионная оплата труда: где применяется и как рассчитывается [Электронный ресурс] // Персональная юридическая помощь — ZakonGuru.com. — Режим доступа: <http://zakonguru.com/trudovoe/oplata/zarplata/komissionnaya-oplata-truda.html>. — Дата доступа: 27.11.2018.

2. Современные системы оплаты труда [Электронный ресурс] // Корпоративный менеджмент. — Режим доступа: https://www.cfn.ru/management/people/motivation/payment_system.shtml. — Дата доступа: 27.11.2018.

М.А. Ермоленко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.В. Кармызов

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОВАРНЫХ БИРЖ

В современных условиях биржевой механизм обладает рядом преимуществ перед другими формами торговли и является весьма эффективным за счет высокой концентрации предложения, равнодоступности товаров для всех участников рынка, открытости торговых операций и их гласности.

Товарная биржа — юридическое лицо, осуществляющее организацию и регулирование биржевой торговли посредством проведения в заранее определенное время гласных публичных торгов по установленным правилам.

Товарные биржи чаще всего имеют такую организационно-правовую форму, как акционерное общество.

Органами управления биржи являются общее собрание учредителей (высший орган управления), биржевой комитет (контрольно-распорядительный орган) и правление (исполнительный орган). Большое значение для нормального функционирования биржи имеет деятельность таких структурных подразделений, как арбитражная, котировальная, ревизионная комиссии, маклериат, комиссия по приему новых членов на рынок, бюро товарных экспертиз и др.

Торги на бирже ведутся определенным количеством единиц стандартизированного товара, который должен отвечать особым требованиям: быть однородным по качеству, количеству, взаимозаменяемым. Благодаря стандартизации товар продается без предварительного осмотра по образцам или техническому описанию [2].

Каждая товарная биржа вправе устанавливать перечень выведенных в гражданский оборот товаров, которые могут быть представлены на торгах. Чаще всего в него входят: сельскохозяйственные и лесные товары, продукты их переработки, энергетическое сырье, драгоценные и цветные металлы.

Однако торговля осуществляется не непосредственно товаром, а контрактами на его поставку — фьючерсами. Фьючерсный контракт — соглашение о реализации товаров, которые будут произведены в будущем периоде.

Участником биржевых торгов может стать как юридическое, так и физическое лицо. Выделяют два основных статуса участника: «посетитель торгов» — непосредственное участие в торгах в качестве полноправного участника биржевой торговли; биржевой брокер — посредник, который выполняет заявки клиента от своего имени и за его счет.

Цены на бирже формируются в прямой зависимости от рыночной конъюнктуры рынка на основе фактических спроса и предложения. Биржа систематически рассчитывает котировки биржевых товаров, которые из-за высокой концентрации спроса и предложения на биржевой площадке с высокой точностью отражают реальное состояние рынка и дают возможность участникам биржевой торговли более уверенно ориентироваться на биржевом и внебиржевом рынках [3].

Таким образом, товарная биржа создает необходимые условия для эффективных и справедливых торгов: устанавливает стандарты относительно товаров и четкие правила совершения сделок, предоставляет точную информацию о рыночных ценах на продукцию, обеспечивает минимальный риск сделок. Вместе с тем, биржевая торговля нуждается во внешнем регулировании — как со стороны государства,

на территории которой зарегистрирована биржа, так и со стороны межгосударственных структур.

Источники

1. О товарных биржах [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 5 янв. 2009 г., № 10-З : в ред. от 31.10.2018 г. № 782 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2018.
2. Информационный портал «Библиотекарь.ру» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/index.html>.
3. Официальный сайт Белорусской универсальной товарной биржи [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.butb.by>.

А.Э. Жмачинский, Д.А. Волкович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **О.Б. Пароля**

ПРОБЛЕМЫ ПОСТАВКИ ТОВАРОВ В РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ

Правильная организация товароснабжения торговой сети — важнейшее условие удовлетворения спроса населения, эффективной работы торговых предприятий и отрасли в целом. От организации товароснабжения магазинов зависят размер и структура товарных запасов, их оборачиваемость, сохранность, объемы продаж и, в конечном счете, издержки, связанные с продвижением и реализацией товаров. Этот процесс является весьма ответственным и включает комплекс коммерческих, организационных, технологических операций, способствующих достижению главной цели — продажи товаров. Выделяют ряд типичных проблем в поставках товаров в розничные торговые сети:

– отсутствие продуманной стратегии развития канала сбыта. Поставщик пробует одновременно охватить максимум сетей во всех регионах. Ресурсы распыляются, быстро вскрываются внутренние проблемы от производства до логистики, а продажи не соответствуют ожиданиям;

– установление неправильной цены. Переговоры вокруг цены — один из самых распространенных инструментов в продажах. Но заниженные ценовые требования не должны приносить убытки. Если ошибиться при позиционировании товара, это будет сложно исправить в дальнейшем. Большие скидки или слишком дорогие акции («два по цене одного», «1 + 1 = 3») порой кратковременно увеличивают продажи, но снижают прибыль;

– непродуманность логистических путей. Чем меньше времени и затрат общественного труда требуется для осуществления процесса доставки товаров от мест производства до мест потребления, тем