

На правах рукописи



ЛАВРЕНКО ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА

**ФОРМИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ
СИСТЕМ РЕАЛИЗАЦИИ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ**

Специальность 08.00.05 - Экономика и управление народным
хозяйством: логистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук



Оренбург 2008

Работа выполнена в Оренбургском государственном университете

Научный руководитель - доктор экономических наук, профессор
Тяпухин Алексей Петрович

Официальные оппоненты доктор экономических наук, профессор
Гончаров Петр Павлович
кандидат экономических наук, доцент
Евтодиева Татьяна Евгеньевна


Ведущая организация - Государственный университет управления,
г Москва

Защита состоится 30 мая 2008 г в 10 00 часов на заседании диссертационного
совета Д 212 214 02 при Самарском государственном экономическом универ-
ситете по адресу ул Советской Армии, д 141, ауд 325, г Самара, 443090

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Самарского государст-
венного экономического университета

Автореферат разослан 29 апреля 2008 г

Ученый секретарь
диссертационного совета



Крячков А Ф

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Рынок предъявляет каждому хозяйствующему субъекту достаточно жесткие условия деятельности, а проблемы экономики России по-прежнему предопределяют тяжелое положение многих российских предприятий. Чтобы выжить и успешно функционировать в рыночных условиях, предприятию не достаточно просто производить продукцию в максимально возможном объеме, выполняя свои внутренние планы. Важно эту продукцию еще и реализовать, поскольку при жесткой конкуренции выживает лишь то предприятие, которое сможет предложить рынку качественную продукцию по более низкой цене, чем у конкурентов. Именно поэтому задача реализации продукции весьма актуальна. Определение количества звеньев и структуры систем реализации ресурсов, управление заказами на продукцию, планирование транспортировки, условий переработки грузов, складирования и хранения ресурсов, определение способов их затаривания и упаковки, организация торговых операций, организация послепродажного обслуживания и другие вопросы, связанные с формированием логистической системы реализации продукции, обеспечивают конкурентоспособность предприятий. Несмотря на то, что данные системы существуют и используются длительное время, в литературных источниках до сих пор продолжаются дискуссии о сущности логистической системы реализации продукции, ее влияние на другие виды хозяйственной деятельности предприятий, структуре систем реализации продукции, содержании выполняемых ею функций и др.

Вопросы сбыта, организации товародвижения, логистики, в частности, сбытовой логистики рассмотрены в работах ведущих отечественных и зарубежных экономистов: В. П. Алферьева, А. У. Альбекова, Б. А. Аникина, Г. Л. Багиева, А. Г. Бутрина, Г. Дж. Болта, Ю. М. Витта, П. П. Гончарова, Е. Т. Гребнева, А. П. Долгова, А. В. Зырянова, К. В. Инютиной, С. Б. Карнаухова, Э. Н. Кузьбожева, Ф. А. Круткова, Э. Матэ, Л. Б. Миротина, Н. А. Нагапетьянца, Ю. М. Неруша, О. А. Новикова, Д. Т. Новикова, О. Д. Проценко, Т. А. Прокопьевой, В. Н. Родионова, А. И. Семеновко, А. А. Смехова, Л. А. Сосуновой, В. Н. Стаханова, Н. П. Строганова, Ы. Э. Ташбаева, О. Г. Туровца, Д. Тиксье, Н. Д. Фасоляка, Д. В. Черновой, В. В. Щербакова и др.

Особенности формирования и организации логистических систем реализации продукции исследованы в работах А. И. Бас-

кина, А М Гаджинского, Е А Голикова, М П Гордона, М Е Залмановой, Д Д Костоглодова, Ф Г Панкратова, В И Сергеева, А П Тяпухина, С.А Уварова, С А Харисовой и др

Однако имеющиеся монографии и статьи по данной теме преимущественно рассматривают реализацию продукции предприятия в комплексе либо логистических, либо маркетинговых мероприятий, не выделяя основных составляющих и функций логистической системы реализации продукции. Соответственно, недостаточно разработаны и практические методы формирования и совершенствования логистической системы реализации продукции с учетом специфики российского рынка. Таким образом, исследование логистической системы реализации продукции на российском рынке и возможностей ее развития, с одной стороны, представляет собой интерес для исследования, а с другой стороны, имеют огромное практическое значение, что и обусловило выбор темы диссертационного исследования, определение его целей и задач.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационного исследования является разработка теоретических положений и практических рекомендаций по формированию логистических систем реализации продовольственной продукции на российском рынке.

Для достижения поставленной цели диссертационной работы были поставлены и решены следующие задачи

- обосновать теоретические и методологические предпосылки формирования логистических систем реализации продовольственной продукции,
- исследовать методы формирования логистических систем реализации продовольственной продукции на примере предприятий Российской Федерации,
- проанализировать состояние и особенности продовольственного рынка,
- сформировать систему показателей эффективности логистических систем реализации продовольственной продукции,
- разработать алгоритм процесса проектирования и формирования логистических систем реализации продовольственной продукции,
- предложить рекомендации по повышению эффективности логистических систем реализации продовольственной продукции

Предметом диссертационного исследования являются организационно-экономические отношения между участниками ло-

гистических систем реализации продовольственной продукции

Объектом исследования является рынок продовольственной продукции Оренбургской области.

Теоретические и методологические основы исследования составляют труды отечественных и зарубежных ученых в области логистики, маркетинга, экономики предприятия, менеджмента, нормативные акты на уровне Оренбургской области по проблемам реализации продукции, фундаментальные и прикладные монографии, материалы научных конференций. В работе использованы материалы Федеральной службы государственной статистики, данные маркетинговых исследований предприятий, реализующих колбасные изделия за 2003-2007 гг., результаты деятельности предприятий в области сбыта, данные статистических сборников, данные первичного экономического, бухгалтерского учета, нормативно-методические и правовые документы Российской Федерации, Федеральные целевые программы и другие официальные документы, специальная инструктивная, методическая и научно-техническая литература, материалы периодической печати

В диссертации применены научные методы экономического анализа деятельности предприятий, классификации, моделирования, системный подход, логико-структурные методы исследования сложных экономических систем, метод сравнения, монографический метод и др

Научная новизна исследования. Научная новизна и степень достоверности результатов исследования определяются авторской постановкой проблем формирования логистических систем реализации продукции и их оптимизацией. В рамках проведенного исследования автором получены следующие наиболее важные результаты

- разработана модель реализации продовольственной продукции, включающая операции распределения, движения ресурсов, заключения договора на поставку, торговли (продажи), элементы каналов реализации продукции (потребитель, оптовые и розничные посредники, потребитель), компоненты системы реализации продукции (модификации товара, транспорт, склады, технологическое оборудование, водитель, экспедитор, охрана, техническое обслуживание и ремонт, запасные части, горюче-смазочные материалы, услуги, финансовые ресурсы) и установлены взаимосвязи между ними,

- на основе ранее выделенных областей реализации продукции с учетом квалификационных признаков распределения,

движения ресурсов, заключения договора на поставку, торговли (продажи) дана классификация основных видов товародвижения в системе реализации продукции предприятия, к числу которых относятся движение товара как материального объекта, транспортно-технологическое движение, социо-техническое движение, совокупное движение ресурсов, движение продукции в процессе потребления (эксплуатации) продукции,

- конкретизировано содержание функций, выполняемых в рамках основных областей реализации продукции проектирования, формирования и оптимизации систем реализации продукции, при этом предложено рассматривать систему распределения в качестве субъекта управления, а систему движения ресурсов – в качестве объекта управления реализацией продукции, обоснованы организационные структуры и функции, а также процессы проектирования, формирования и оптимизации процессов распределения и движения ресурсов и системы продаж с последующей их интеграцией в систему реализации продукции предприятия,

- предложен алгоритм использования системы реализации продукции предприятия функционирующего в рыночных условиях. включающий последовательные этапы маркетинговые исследования установление и уточнение номенклатуры продукции, проектирование системы реализации продукции, проектирование движения ресурсов, формирование и возможная оптимизация системы реализации продукции, планирование и организация товародвижения, транспортно-технологического движения, социо-технического движения, совокупного движения ресурсов, доведение продукции до потребителя, организация движения ресурсов в процессе потребления (эксплуатации) продукции,

- предложена уточненная методика оценки эффективности логистических систем реализации продукции за счёт группировки видов эффекта, получаемых данными системами в основных областях реализации продукции и обоснования необходимости двухуровневой оценки эффективности у потребителей и участников логистических систем реализации продукции, на основе чего разработана последовательность данной оценки

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что оно развивает недостаточно разработанные методы реализации продукции в хозяйственной деятельности предприятий и организаций

Выполненное исследование направлено на решение стратегической задачи формирования логистических систем реализа-

ции продукции на основе проектирования и оптимизации взаимодействия субъектов продовольственного рынка

Практическое значение результатов исследования заключается в том, что рекомендации, изложенные в диссертации, использованы при формировании логистических систем реализации продовольственной продукции в Группе компаний «Мегаполис», ООО «Мегаопт», ООО «Новатор».

Положения диссертационной работы, связанные с оценкой и реализацией мероприятий по формированию логистических систем реализации продовольственной продукции, использованы для разработки стратегий предприятий в сфере реализации продукции в условиях динамичной внешней среды, для оценки эффективности логистической системы реализации продукции, при чтении курсов лекций по дисциплинам «Логистика», «Стратегический менеджмент», «Экономика предприятия» и др в Оренбургском Государственном Университете, Оренбургском филиале Института бизнеса и политики г Москвы

Апробация работы и публикации. Полученные результаты имеют концептуальное и методическое значение для развития теории и практики формирования логистических систем реализации продовольственной продукции в рыночных условиях

Основные положения диссертационного исследования докладывались автором и обсуждались на международной научно-практической конференции «Человек и общество на рубеже тысячелетий», Воронеж 2005 г, межрегиональной научно-практической конференции «Экономические исследования. анализ состояния и перспективы развития», Воронеж 2006 г, межрегиональной научно-практической конференции «Современное образование: опыт, проблемы, перспективы», Оренбург 2006 г, межрегиональной научно-практической конференции «Бизнес, политика и образование в России: перспективы и стратегии», Москва – Оренбург 2006 г

По теме диссертационного исследования автором опубликовано 8 работ объемом 3,58 п л

Структура и объем диссертационной работы. Структура диссертационной работы определяется поставленными целями и решаемыми задачами, состоит из введения, трех глав основного текста, заключения, библиографического списка. Содержание работы представлено на 185 страницах машинописного текста, включает 47 рисунков, 22 таблицы.

Во введении обоснованы актуальность исследования и работанность проблемы. Сформулированы цели и задачи, опре-

делены предмет, объект и методы исследования, изложена научная новизна, теоретическая и практическая значимость, приведены сведения о публикациях автора

В первой главе «Теоретические аспекты формирования логистической системы реализации продовольственной продукции» раскрывается сущность логистической системы реализации продовольственной продукции. Рассмотрена система функционирования продовольственного рынка. Выявлены взаимосвязи логистических систем как составляющих производственных и коммерческих систем предприятий и дана их классификация. Определены предпосылки формирования логистической системы реализации продовольственной продукции

Во второй главе «Особенности логистических систем реализации продовольственной продукции на потребительском рынке Оренбургской области» исследованы особенности формирования рынка колбасной продукции, дана оценка динамики и особенностей данного рынка. Рассмотрен процесс системы реализации колбасной продукции на примере Группы компаний «Мегаполис» в результате, которого выявлены особенности и проблемы его функционирования

В третьей главе «Методические основы формирования и функционирования логистических систем реализации продовольственной продукции» разработаны направления по совершенствованию логистических систем реализации продовольственной продукции, разработаны методические рекомендации по оптимизации распределения и движения продукции. Разработаны направления по совершенствованию организационной структуры предприятий, реализующих колбасную продукцию, и предложены оптимальные схемы маршрутов, перевозимой продукции. Разработан алгоритм формирования системы показателей ЛСРП и выделены эффекты различных областей реализации продукции

В заключении обобщаются результаты диссертационного исследования, делаются выводы и даются предложения по эффективности логистических систем реализации продовольственной продукции

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Сравнительно небольшое время российская экономика функционирует по законам рынка. Каждое предприятие в таких условиях осуществляет самостоятельную деятельность, и только на нем лежит ответственность за результаты его деятельности.

Чтобы выжить и успешно функционировать в рыночных условиях, предприятию уже не достаточно просто производить продукцию в максимально возможном объеме, выполняя свои внутренние планы. Важно эту продукцию еще и реализовать, поскольку при жесткой конкуренции выживает то предприятие, которое сможет предложить рынку качественную продукцию по более низкой цене, чем у конкурентов.

Проведенный комплекс работ позволил определить необходимые предпосылки для разработки модели реализации продукции, в состав которой входят основные ее области, а также основные элементы, обеспечивающие доведение данных продукции до их непосредственного потребителя (см. рис. 1).

На основе данных, представленных на рис. 1, можно выделить 16 основных комбинаций основных областей реализации продовольственной продукции (см. табл. 1).

Учитывая распределение и организацию маршрутов перемещаемых ресурсов, можно выделить формы товародвижения, такие как

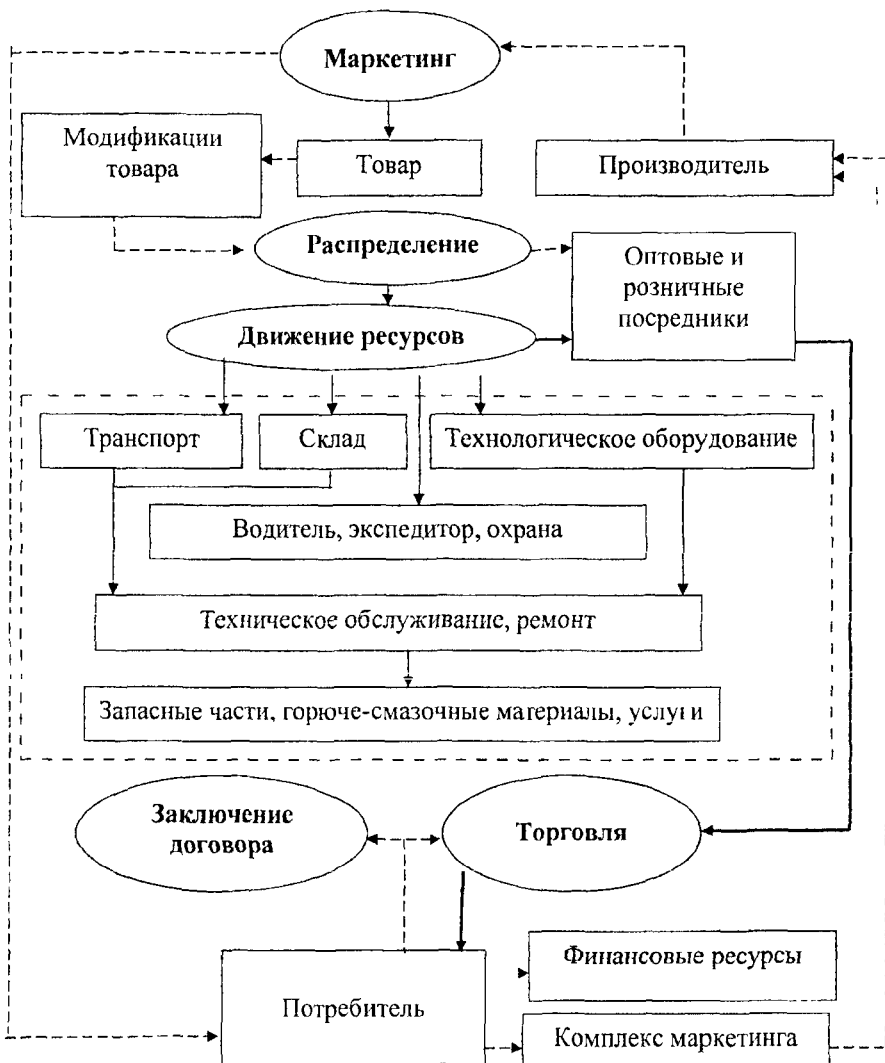
- движение товара как материального объекта (перемещение исключительно товара, например, самоходной техники, являющейся объектом купли-продажи или же осуществление лесосплава),

- транспортно-технологическое движение (перемещение товара транспортным средством или конвейером, а также его хранение на складе, т.е. «перемещение» товара во времени);

- движение социо-технического типа (перемещение товара транспортным средством или конвейером, управляемым человеком),

- совокупное движение ресурсов (перемещение товара транспортным средством или конвейером, управляемым человеком с привлечением информационных и финансовых ресурсов),

- логистическое движение ресурсов, как совокупность движения ресурсов и движения услуг, включая послепродажное обслуживание товаров)



где ○ - вид деятельности,

□ - объекты управления,

→ - составляющие объектов управления в рамках видов деятельности,

---> - информационные потоки,

▶ - финансовые потоки,

- - -> - подсистема движения ресурсов

Рис 1 Модель реализации продукции предприятия

Таблица 1

Комбинации основных областей реализации товаров

Распределение	Движение ресурсов	Заключение договора	Продажа	Основные области реализации товаров
0	0	0	0	Бездействие системы
0	0	0	1	Продажа товара
0	0	1	0	Заключение договора
0	0	1	1	Торговля
0	1	0	0	Движение ресурсов
0	1	0	1	Сбыт розничный услуг транспорта/складов
0	1	1	0	Наем транспорта/складов на микроуровне
0	1	1	1	Сбыт оптовый услуг транспорта и складов
1	0	0	0	Распределение
1	0	0	1	Сбыт услуг распределения мелким потребителям
1	0	1	0	Распределение на микроуровне
1	0	1	1	Сбыт услуг распределения крупным потребителям
1	1	0	0	Сбытовая логистика
1	1	0	1	Розничная реализация товаров
1	1	1	0	Поставка
1	1	1	1	Оптовая реализация

Данные табл 1 позволяют определить функции, выполняемые в рамках основных областей реализации товаров (см табл. 2)

Функции, выполняемые в рамках основных областей реализации товаров

Основные области	Функции
Распределение	<ul style="list-style-type: none"> - определение количества прямых и эшелонированных каналов реализации; - разработка структуры каналов реализации; - определение функциональных и организационно-правовых аспектов реализации товаров, - планирование логистических функций реализации товаров
Движение ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> - управление заказами на продукцию; - осуществление транспортировки, грузопереработки, складирования и хранения ресурсов, - организация послепродажного обслуживания; - определение способов затаривания и упаковки ресурсов и размеров партий их поставки потребителям, - организация движения потоков ресурсов между звеньями логистической системы и за ее пределами
Заключение договора	<ul style="list-style-type: none"> - уточнение номенклатуры и условий поставки продукции, - согласование параметров поставки продукции их потребителям, - решение вопросов, связанных с форс-мажорными обстоятельствами, - определение ответственности за невыполнение условий поставки продукции, - оформление договора о поставке продукции
Продажа	<ul style="list-style-type: none"> - организация торговых операций на биржах, аукционах, в оптовых и розничных предприятиях; - осуществление планировок предприятий торговли, - осуществление торгово-технологического процесса на предприятиях торговли, - организация распределения материальной ответственности на предприятиях торговли, - приемка продукции по качеству и количеству, - решение спорных вопросов, связанных с выполнением условий поставки продукции, - подготовка продукции к эксплуатации (потреблению), - оплата продукции

Изложенный выше материал позволяет обосновать место логистической системы реализации продукции на уровне микроэкономической системы (см рис 2)

Организационные структуры систем распределения и движения ресурсов представлены на рис 3 и 4

В диссертации подробно представлены процессы проектирования, формирования и оптимизации систем распределения и движения ресурсов



Рис. 2 Место логистической системы реализации продукции на уровне микроэкономической системы



Рис 3 Примерная организационная структура системы распределения

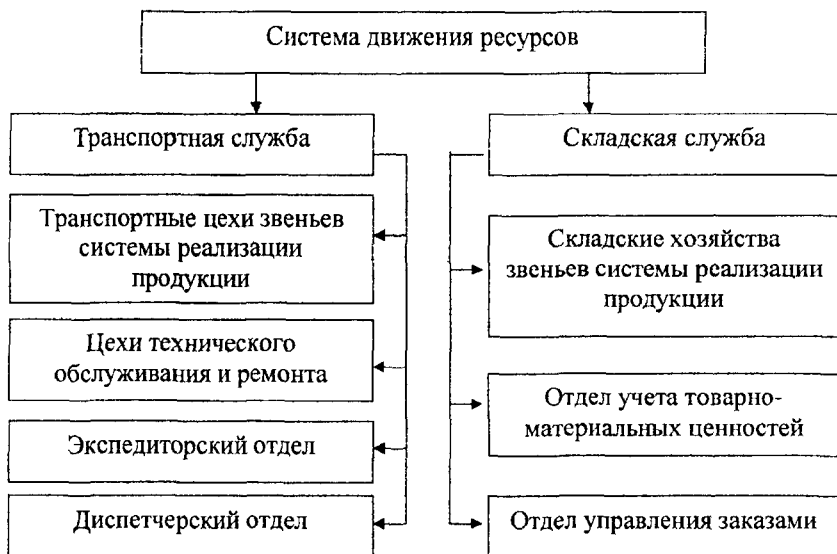


Рис 4 Организационная структура системы движения ресурсов

Алгоритм создания и использования системы реализации продукции предприятия представлен на рис 5. Его основу составляет деление товародвижения на пять основных фаз, что позволяет рационально использовать ресурсы логистической системы реализации продукции потребительского назначения не только в рамках оперативных решений, но и в перспективе



Рис 5 Алгоритм создания и использования системы реализации продукции предприятия, функционирующего в рыночных условиях

Для повышения эффективности ЛСРП предприятия в рыночных условиях необходимо нести дополнительные издержки на сохранение и расширение рынков сбыта своей продукции, складские и транспортные операции, маркетинг, продвижение продукции, послепродажное обслуживание. Обеспечить повышение эффективности ЛСРП можно только в том случае, если прирост результата будет больше прироста ресурсов (см рис 6)

В целом современная стратегия повышения эффективности ЛСРП предприятия в условиях развитой рыночной экономики сочетает управление ресурсами с постоянным стремлением расширить масштабы дела путем гибкости формирования логистических систем по реализации продовольственной продукции и выхода на новые рынки

Показатели эффективности ЛСРП используются в системе планирования, прогнозирования, учета, статистики, поэтому являются наиболее важными. Их определяют в виде относительных величин, которые представляют собой количественное сравнение двух разноименных, но обязательно взаимосвязанных абсолютных величин. Так как показатели эффективности, являются относительными величинами, их нельзя рассматривать изолированно от результата и затрат



Рис 6 Схема формирования эффективности системы реализации продукции предприятия в условиях насыщенного рынка

Эффекты различных областей реализации продукции отражены в табл 3

Данные табл. 3 позволяют определить комплексный показатель эффективности деятельности логистической системы реализации продукции в соответствии с существующими методиками

Кроме того, в диссертации разработаны две последовательности достижения комплексного эффекта (которые может обеспечить логистическая система реализации продукции)

- потребителями (см рис 7): определение перечня выгод, которые предприятие в состоянии оказать потребителю, определение «стандартного» размера эффекта, получаемого конкретным потребителем продукции рассматриваемого предприятия, разработка бизнес-процессов для реализации «стандартного» заказа продукции конкретным потребителем продукции при их стандартном для него наборе, информирование конкретных потребителей продукции предприятия о размерах получаемых им выгод, организация взаимодействия предприятия с лояльными к нему потребителями, формирование заказов на продукцию на фиксированный интервал времени, ранжирование заказов на продукцию на «номинальные» (стандартные) и реальные, конфигурирование заказа на продукцию и его адаптация на запросы потребителя. группировка заказов по степени их совместимости по выгодам потребителя, определение затрат на выполнение поступивших заказов на продукцию выполнение заказов потребителей,

- участниками логистической системы реализации продукции (см рис 8) предварительная сегментация потребителей продукции по получаемым ими выгодам, расчет выгод каждого конкретного сегмента потребителей в условиях приобретения продукции на конкурентной основе, определение предельной стоимости выгод, получаемой сегментом потребителей, определение максимального размера стоимости выгод сегмента потребителей, которую может предоставить ему предприятие, формирование ценовой политики предприятия в отношении сегмента потребителей с целью сохранения его лояльности по отношению к данному предприятию, определение затрат, необходимых для качественного обслуживания сегмента потребителей, принятие решения по сохранению тех потребителей сегмента, взаимодействие с которыми приводит к убыткам рассматриваемого предприятия, формирование окончательных сегментов потребителей, позволяющих предприятию получить максимальный эффект в долгосрочной перспективе, управление заказами на продукцию выбранных сегментов рынка с необходимой их корректировкой и контролем получаемого эффекта, мониторинг сегментов потребителей и размещение заказов на основе аутсорсинга

Таблица 3

Эффекты различных областей реализации продукции

Эффект Область	Экономический	Социальный	Технологический	Организационный	Научный	Рыночный	Финансовый
Распределение	Достижение максимального дохода в стратегическом периоде времени	Снижение трудоемкости перемещения продукции в стратегическом периоде	Сокращение времени и затрат на реализацию продукции	Опережение конкурентов при формировании логистических цепей	Использование нетрадиционных методик формирования логистических систем и цепей	Увеличение доли рынка продукции за счет использования логистического подхода	Привлечение долгосрочных инвестиций
Движение ресурсов	Экономия ресурсов при перемещении продукции к потребителю	Обеспечение занятости работников в сфере обращения товаров	Использование рациональных схем перемещения продукции	Снижение потерь от иммобилизации средств в запасах	Снижение ущерба и упущенной выгоды при перемещении продукции	Опережение конкурентов на рынке транспортно-складских услуг	Прирост прибыли предприятия за счет транспортно-складских операций
Заклучение договоров	Снижение риска убытков при несоблюдении условий поставки продукции	Удовлетворенность участников реализации продукции	Сокращение времени на согласование договорных обязательств	Достижение лояльности контрагентов при заключении договоров	Учет интересов партнеров в сфере реализации продукции	Привлечение к сотрудничеству наиболее квалифицированных партнеров	Снижение рекламаций на некачественные продукцию
Продажа	Получение оптимального размера прибыли в сложившихся рыночных условиях	Удовлетворенные потребности клиентов в продукции	Использование современных информационных технологий в сфере торговли	Повышение удобства клиентов при выборе продукции	Повышение лояльности клиентов к продукции предприятия	Расширение числа потребителей продукции предприятия	Повышение курса акций предприятия на фондовом рынке
Итого	Рост прибыли предприятия	Обеспечение благополучия потребителей и работников предприятия	Развитие инновационного потенциала	Обеспечение конкурентных преимуществ	Инновационное лидерство предприятия	Сильные рыночные позиции	Рост стоимости предприятия

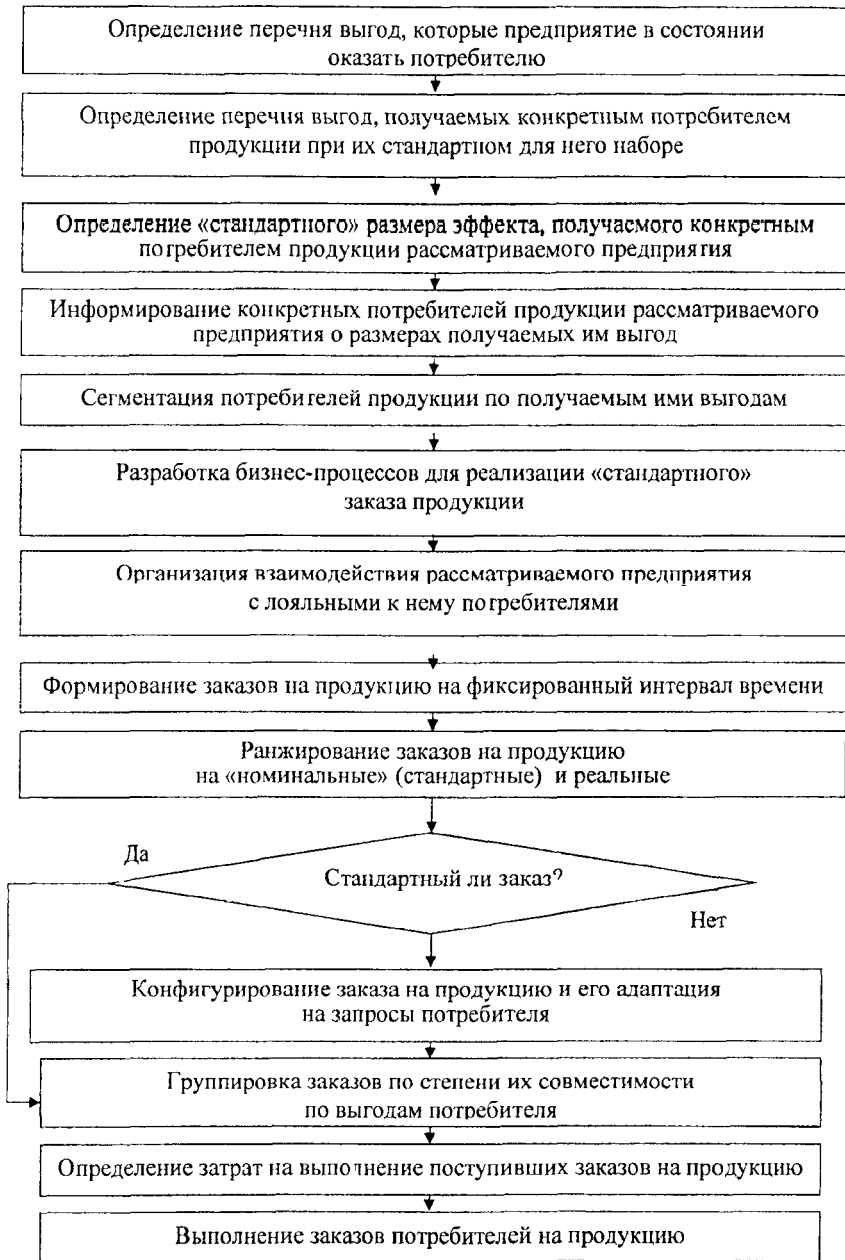


Рис 7 Процесс обеспечения экономического эффекта потребителей, предоставляемого логистической системой реализации продукции

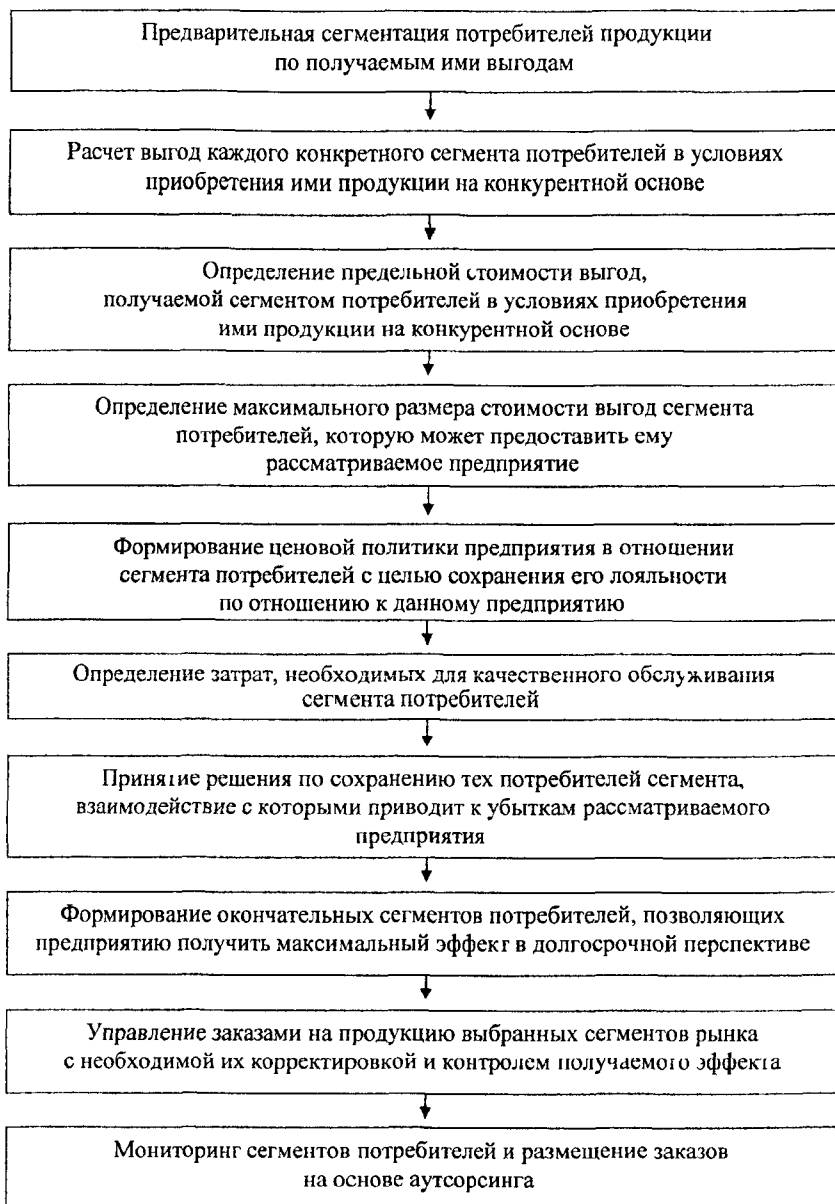


Рис 8 Процесс обеспечения экономического эффекта, получаемого логистической системой реализации продукции

**ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ
ОПУБЛИКОВАНЫ В СЛЕДУЮЩИХ РАБОТАХ АВТОРА:**

1 Белоусова, Е А Обоснование места систем распределения и товародвижения в коммерческой деятельности предприятий [Текст] / Е А Белоусова // Вестник ОГУ - 2006 - №10 – 0,5 печ.л.

2 Белоусова, Е А Реализация продукции и услуг [Текст]/ Е А Белоусова, А П Тяпухин // РИСК -2006 – №5 – 0,4 / 0,2 печ л

3 Белоусова, Е А Логистические системы и процесс их формирования [Текст]/Е А Белоусова, А П Тяпухин // РИСК - 2006 – №6 – 0,4 / 0,2 печ л

4 Белоусова, Е А Распределение продукции как составляющая комплекса маркетинга на предприятии? [Текст] / Е А Белоусова // Человек и общество на рубеже тысячелетий Международный сборник научных трудов / Под общей ред проф О И Кирикова - Выпуск XXIX - Воронеж. Воронежский госпединверситет, 2005 - С 106-110 - 0,25 печ л

5 Белоусова, Е А Предпосылки формирования организационно-экономического механизма распределения продукции потребительского назначения [Текст] / Е А Белоусова // Современное образование опыт, проблемы, перспективы Сборник научных трудов Том 2 – Оренбург ИПК ГОУ ОГУ, - 2006 - С.20-30 – 0,6 печ л

6 Белоусова, Е А Распределение продукции как составляющая комплекса маркетинга на предприятии [Текст] / Е А Белоусова // Современное образование опыт, проблемы, перспективы Сборник научных трудов Том 2 – Оренбург ИПК ГОУ ОГУ, - 2006 - С 30-40 – 0,6 печ л

7 Белоусова, Е А Основные результаты функционирования потребительского рынка Российской Федерации и Оренбургской области [Текст] / Е А Белоусова // Экономические исследования анализ состояния и перспективы развития монография / Под общей ред проф О И Кирикова - Книга 10 - Воронеж ВГПУ, 2006 - С 281-292 - 0,63 печ л

8 Белоусова, Е А Коммерческие системы на потребительском рынке [Текст] / Е А Белоусова // Бизнес, политика и образование в России перспективы и стратегии Материалы VII Межрегиональной научной конференции Москва – Оренбург / Под общей ред Д В Васильева, В В Нефедова – М. – Оренбург Издательский центр «Скорпион», 2006. – С. 121-131 - 0,6 печ л

Формат 60x84/16 Бум писч бел Печать офсетная
Гарнитура «Times New Roman» Объем 1,4 печ л
Заказ №150 Тираж 160 экз

Издательский центр «Скорпион»
460048, г Оренбург, ул Монтажников, 3
тел /факс (3532) 75-32-19, 75-43-86