

---

**Н.В. ШУТИЛИНА**

---

## **КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ**

---

Оптовая торговля Республики Беларусь в настоящее время продолжает претерпевать существенную трансформацию функций, вызванную не только произошедшим в начале 90-х гг. XX в. распадом централизованной системы распределения, но и общими тенденциями и закономерностями в развитии торгового бизнеса — концентрацией торгового капитала, углублением функциональной специализации оптово-посреднических фирм, усилением контроля производителей над распределительными сетями, становлением и развитием логистического подхода в управлении материальными потоками.

Рост числа оптовых посредников на внутреннем потребительском рынке страны, а также приход на рынок крупного иностранного торгового капитала, создание собственных дилерских сетей отечественными и зарубежными производителями привели к значительному сужению рынка и вытеснению из сферы оптового распределения крупных организаций потребительского опта, ранее подчиненных Министерству торговли.

Проведенные к настоящему времени исследования и созданные наработки, касающиеся тенденций и перспектив развития внутренней торговли в Республике Беларусь [1; 2], на наш взгляд, в недостаточной мере учитывают реалии и тенденции развития опта, в результате чего крупные оптовые организации, имеющие существенную социальную значимость в обеспечении стабильного функционирования потребительского рынка, фактически выпадают из сферы системного развития внутренней торговли.

Итак, возникают объективные предпосылки для разработки концептуальных основ развития организаций оптовой торговли потребительскими товарами в Республике Беларусь с учетом условий транзитивной экономики, а также научно-методических подходов, обеспечивающих их реализацию.

Рассмотрим иерархию целей, задач и логику развития организаций оптовой торговли применительно к современным условиям функционирования национальной экономики.

*Стратегической целью* развития крупных организаций потребительского опта является более полное удовлетворение потребностей субъектов рынка в услугах сферы обращения на основе повышения конкурентоспособности оптовых организаций, устойчивого развития оптовой торговли в целом как элемента инфраструктуры товарных рынков и значимого сектора национальной экономики.

Стратегия развития крупных оптовых организаций с долей государственной собственности, на наш взгляд, должна обеспечивать повышение их конкурентоспособности на фоне экспансии зарубежного торгового капитала на рынок страны и усиления конкурентной динамики в этой сфере, в том числе посредством включения указанных организаций в реализацию государственных отраслевых программ, предусматривающих развитие инфраструктуры товарных рынков. В первую очередь это касается программ развития регионов, формирования транспортно-логистических коридоров и др.

*Основные задачи*, решение которых, по нашему мнению, обеспечит достижение данной цели, можно разделить на несколько групп.

В первую группу входят задачи, направленные на повышение эффективности функционирования крупных структур потребительского опта путем развития транспортных, складских и информационных систем, трансформации содержания коммерческой работы, развития логистического сервиса.

Вторая группа задач направлена на развитие региональных потребительских рынков и решение проблемы равнодоступности высоких стандартов обслуживания для указанных сегментов на основе:

а) формирования на базе крупных оптовых организаций вертикально интегрированных оптово-розничных структур, включающих модернизированный транспортно-складской комплекс ныне действующих организаций потребительского опта, а также универсальные магазины, расположенные в населенных пунктах городского типа областного и районного подчинения. Подобная интеграция позволяет перенести основной объем коммерческой работы на уровень оптового звена, сократив тем самым транзакционные издержки всей системы, консолидировать финансовые и производственные ресурсы, сформировать логистические схемы управления материальными и информационными потоками внутри системы. Повышение уровня обслуживания обеспечивается централизацией управления ассортиментом во всех розничных торговых объектах с учетом реального спроса, проведением единой ценовой политики, внедрением современных технологий и стандартов обслуживания, расширением спектра предоставляемых услуг, централизованного обучения персонала розницы современным приемам и методам ведения розничной торговли;

б) расширения выполняемых функций, в первую очередь за счет вспомогательных и дополнительных, и формирования на этой основе востребованного региональным потребителем спектра торговых услуг;

в) коренного изменения принципов формирования ассортимента. Результаты проведенных нами исследований позволяют сделать вывод о нецелесообразности узкой специализации крупных оптовых структур, осуществляющих оборот непродовольственных товаров потребительского назначения. Необходимость их универсализации в современных условиях является неизбежным следствием, с одной стороны, диверсификации и усложнения запросов потребителей, с другой — развития промышленного ассортимента. Широта и глубина ассортимента — одни из ключевых элементов качества обслуживания, причем увеличение запросов региональных потребителей объективно связано именно с расширением ассортимента товаров в наиболее доступных для них розничных торговых объектах. Комплексное решение указанных задач способствует реализации государственной региональной политики в части развития инфраструктуры региональных потребительских рынков.

Третья группа — задачи развития крупных оптовых организаций — связана с изменением принципов их деятельности, переходом от посредничества по принципу купли-продажи к формированию конкурентоспособного спектра логистических услуг, переключением на себя коммерческой работы по импорту непродовольственных потребительских товаров, осуществляемой в настоящее время субъектами малого предпринимательства. На начальном этапе решать указанные задачи предполагается, создав благоприятные условия для доставки, приемки, таможенного и статистического оформления товаров, ввозимых мелкими оптовиками, а также разместив среди них на конкурсной основе заказы на закупку необходимого ассортимента для розничных организаций, входящих в интегрированную структуру. Предлагаемая диверсификация направлений деятельности крупных оптовых организаций будет способствовать защите внутреннего потребительского рынка от проникновения недоброкачественного товара и “серого” импорта, а также позволит минимизировать возможные потери, вызванные “провалами” рынка (колебания спроса, отказы поставщиков от сотрудничества и т.п.).

Для реализации указанных задач необходимо сформировать соответствующий *организационно-экономический механизм* (далее — ОЭМ) *развития организаций оптовой торговли потребительскими товарами*, под которым понимается совокупность организационных, ресурсных, правовых, методических и других составляющих его элементов, форм их взаимодействия, а также последовательность реализации, обеспечивающие научно обоснованный процесс непрерывной трансформации организационных структур оптовой торговли потребительскими товарами и их функций.

Основной целью функционирования ОЭМ является обеспечение конкурентоспособности оптового звена как элемента внутренней и внешней торговли потребительскими товарами на основе его системной трансформации.

Необходимость повышать уровень конкурентоспособности отечественных товарораспределительных организаций при транзитивной экономике объективна и в немалой степени вызвана задачей сохранить контроль государственных органов над сферой товарного обращения, обеспечить ее экономическую эффективность и социальную ответственность в условиях все более отчетливо проявляющейся тенденции концентрации и интернационализации торгового капитала, экспансии глобальных торговых сетей на рынок Беларуси и сопредельных государств (в первую очередь тех, с которыми Республика Беларусь имеет таможенные соглашения и формирует единое экономическое пространство, — Россия, Казахстан, Кыргызстан).

Элементы структуры ОЭМ можно представить схематично (рис. 1).

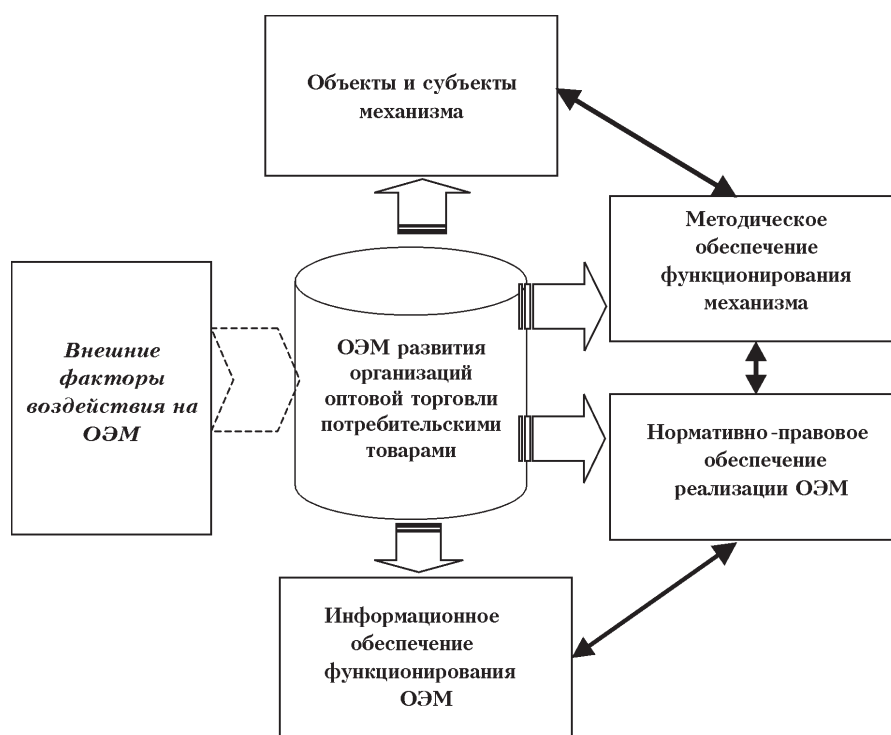


Рис. 1. Основные элементы ОЭМ развития организаций оптовой торговли

*Объектами* воздействия механизма являются организации, использующие оптовую торговлю потребительскими товарами либо как основной вид деятельности, либо как часть технологического цикла (розничные организации, торговые дома, распределительные центры, дилерские компании, организаторы оптового оборота и т.п.). Кроме того, под объектами воздействия механизма подразумеваются также хозяйственно-правовые отношения, возникающие

между предприятиями сферы обращения в процессе распределения товарной массы на внутреннем потребительском рынке.

В рамках разработки ОЭМ предлагается использовать подход к формированию оптовой инфраструктуры, основанный на последовательном развитии типового и видового разнообразия оптовых организаций на рынке потребительских товаров и обеспечивающий сочетание интересов конечного потребителя, производителя товаров и розничной торговли.

В качестве основных признаков, определяющих типовое разнообразие оптовых организаций, выступают масштаб их деятельности и функциональная специализация. С учетом этого выделяются организации оптовой торговли национального (республиканского) и регионального уровней.

Крупные оптовые организации республиканского масштаба являются одним из элементов инфраструктуры, обеспечивающим конкурентоспособность отрасли и стратегическую стабильность потребительского рынка в целом. Основная задача, решаемая на данном уровне, — формирование структуры каналов товародвижения, ориентированной на обслуживание крупных отечественных товаропроизводителей, поставщиков товаров группы так называемого критического импорта, а также транзитное перемещение товарных потоков.

Главным приоритетом в деятельности оптовых структур регионального масштаба является обеспечение товарами региональных товарных рынков.

По функциональной специализации представляется целесообразным выделить 5 групп организаций оптовой торговли:

- организаторы оптового оборота (оптовые рынки, оптовые ярмарки, товарные биржи);
- информационно-коммерческие посредники (брокеры и агенты);
- независимые оптовые организации;
- интегрированные оптовые структуры, включающие вертикально интегрированные оптово-розничные объединения организаций и оптовые структуры розничных торговых сетей и объединений;
- системы распределения готовой продукции производителей (дилеры и дистрибьюторы, торговые дома и т.п.).

*Субъекты* воздействия ОЭМ — органы государственного управления и регулирования торговой деятельности на макро- и мезоуровнях (Министерство экономики, Министерство торговли, областные и городские органы управления торговлей), органы управления организаций торговли.

Основные задачи регулирования торговой деятельности на макроуровне должны, на наш взгляд, лежать в плоскости научно-технического, экономического, социального развития отрасли и разработки комплексных целевых программ, экономических нормативов.

На региональном уровне государство регулирует вопросы, связанные с соблюдением, обеспечением норм и правил функционирования региональных потребительских рынков товаров и услуг, формированием конкурентной среды и реализацией государственной антимонопольной политики, созданием условий заинтересованности субъектов хозяйствования в обеспечении регионов потребительскими товарами.

*Методическое обеспечение* функционирования ОЭМ представляет собой совокупность методов и методик, позволяющих решить поставленные задачи. Методологическую основу функционирования механизма составляют общенаучные методы — диалектический подход, системный анализ и синтез, индукция и дедукция.

*Нормативно-правовое обеспечение* реализации ОЭМ включает в себя совокупность законодательных, организационных и распорядительных правовых актов, регулирующих функционирование объектов и субъектов механизма.

*Информационное обеспечение* функционирования ОЭМ предусматривает создание банка данных организаций, в уставном капитале которых имеется доля государственной собственности, а также крупных организаций негосудар-

ственной формы собственности, основным видом деятельности которых является оптовая (оптово-розничная) торговля. Указанный банк данных формируется на уровне Министерства торговли Республики Беларусь (на территориальном уровне — в зависимости от подчиненности) и содержит развернутую базу данных показателей хозяйственной деятельности указанных организаций, а также методический аппарат.

Одним из основных элементов системы информационного обеспечения является Программа развития внутренней торговли, разрабатываемая на пятилетний срок. В частности, в рамках раздела “Развитие инфраструктуры товарного рынка” предлагается ввести подраздел “Развитие оптовой торговли потребительскими товарами”.

К *внешним факторам воздействия* на ОЭМ относятся: бюджетная и налоговая политика, внешнеторговая и таможенная политика, денежно-кредитная политика, социальная политика, другие факторы макроуровня.

Основные этапы реализации ОЭМ представлены на рис. 2.

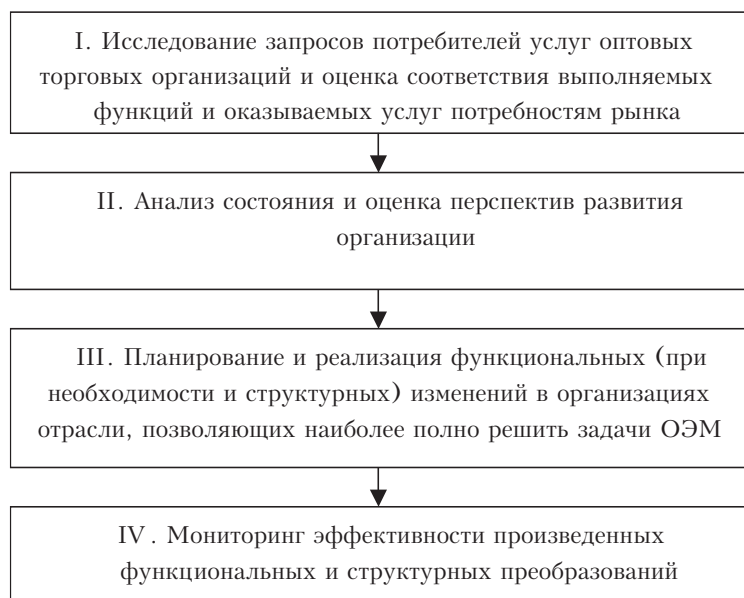


Рис. 2. Этапы реализации ОЭМ

Первый этап предполагает: определение границ рынка и круга потенциальных потребителей услуг оптовой торговой фирмы; группировку потенциальных потребителей по заранее установленным критериям; в рамках установленных групп исследование запросов потребителей относительно критериев выбора оптового посредника; оценку соответствия оптовой организации данным критериям, анализ сильных и слабых позиций.

Второй этап включает в себя: динамическую оценку основных показателей хозяйственной деятельности оптовой организации и ее экономической эффективности; исследование выполняемых функций, а также структуры оказываемых поставщикам и покупателям услуг, применяемые способы формирования цен на услуги; анализ источников доходов оптовых фирм; экспертную оценку потенциала развития организации.

Третий этап соответствует таким базовым функциям управления, как планирование и организация. В рамках ОЭМ планирование подразумевает формирование двух групп планов — стратегических (отраслевой уровень) и оперативных, разрабатываемых и реализуемых на уровне оптовой организации.

Четвертый этап предусматривает осуществление контрольных процедур на каждом из этапов выполнения оперативных и стратегических планов.

Таким образом, разрабатывая концептуальные основы развития организаций оптовой торговли на потребительском рынке Республики Беларусь:

- сформулированы цели и определен комплекс задач развития крупных оптовых организаций;
- дано определение, предложена структура и этапы реализации ОЭМ развития указанных организаций, который позволяет: выявить место и роль оптовой организации в выполнении определенных функций распределения на основе анализа доходности соответствующих услуг для данной организации; оценить степень соответствия выполняемых функций запросам потребителей услуг оптовых организаций, их влияние на развитие оптовой фирмы; выявить тенденции развития отрасли и предложить направления и основные организационные мероприятия по повышению ее конкурентоспособности;
- предложена схема организационного построения оптовой торговли, основанная на типовом и видовом разнообразии оптовых структур и обеспечивающая сочетание интересов конечного потребителя, производителя товаров и розничной торговли. Ее отличительной чертой является формирование типового разнообразия организаций на основе масштабов их деятельности и функциональной (а не товарной, как это принято в настоящее время) специализации, что способствует более четкому выделению ключевой активности оптовой фирмы, повышает прозрачность ее бизнес-процессов и, следовательно, позволяет использовать обоснованный функциональный подход к определению стоимости услуг оптовой организации.

### Литература

1. Программа развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006—2010 гг.: утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь, 27 июля 2006 г., № 941. — Минск: М-во торговли Респ. Беларусь, 2006.
2. *Шелег, Н.С.* Государственное регулирование потребительского рынка в условиях формирования Союзного государства: проблемы и перспективы / Н.С. Шелег. — М.: Постоян. Ком. Союз. государства, 2003.

### ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР БГЭУ представляет

*Производственные технологии:* учебник / В.В. Садовский, М.В. Самойлов, Н.П. Кохно [и др.]; под ред. д-ра техн. наук, профессора В.В. Садовского. — Минск: БГЭУ, 2008. — 431 с.

Рассмотрено место технологии в современном обществе, дано описание закономерностей формирования, функционирования и развития технологических процессов и их систем. Охарактеризованы важнейшие технологические процессы, используемые в современном производстве Республики Беларусь.

Освещены основные направления и перспективы научно-технологического развития, экологические проблемы технологического прогресса.

Описаны важнейшие прогрессивные технологии производства и обработки новых конструкционных материалов и изделий, а также автоматизации и информатизации производства.

Для студентов экономических специальностей высших учебных заведений, а также лиц, желающих самостоятельно ознакомиться с технологическими процессами современного производства, особенностями их протекания и реализации, разобраться в технической терминологии.