

# Особенности национальной оптовой торговли

*роль оптовой торговли в современных условиях*

*Актуальность исследования проблем оптовой торговли заключается в том, что она является одной из ключевых составляющих не только самого предпринимательства, но и всей российской рыночной экономики.*

Оптовая торговля, осуществляемая независимыми предприятиями, является реальным и сильным противовесом монополизму производителей, который они пытаются укрепить с помощью собственных структур. Именно она имеет достоверную информацию о спросе и предложении, тенденциях в их развитии, а значит, возможность точно оценивать емкость рынка, формировать товарное предложение в соответствии с объемом и структурой спроса [3].

Схема товародвижения «производитель – посредник (оптовое звено) – розничное предприятие» апробирована опытом распределительной системы, когда оптовая торговля являлась главным организатором товарного обращения на конкретной территории.

## **Оптовая торговля в регионах**

Развивая процесс торгового обслуживания, увеличивая качество предлагаемых товаров, торговля не только способствует удовлетворению спроса, но и его развитию. Условия функционирования и развития оптовых предприятий в регионах России различны. Это отражается на количестве субъектов оптовой торговли, расположенных в конкретном федеральном округе. В Центральном федеральном округе расположено 37,5% всех субъектов оптовой торговли России. В Приволжском –

**Пыханов Д.А.**  
*аспирант  
факультета  
экономики  
и управления  
Ставропольского  
государственного  
аграрного  
университета,  
главный бухгалтер  
ООО «Интерпекаръ»*

**развивая процесс  
торгового  
обслуживания,  
увеличивая  
качество  
предлагаемых  
товаров, торговля  
не только  
способствует  
удовлетворению  
спроса, но и его  
развитию**

16,9%, Северо-Западном – 15,0%, Сибирском – 10,4%, Южном – 9,7%. Значительно отстают в этом плане Уральский и Дальневосточный округа – 6,4% и 4,0% соответственно.

Развитие субъектов оптовой торговли более адекватно можно оценить по доле занятых в нем и удельному весу продаваемых товаров в общем объеме реализации в регионе (рис. 1).

Как видно из рисунка 1, развитие оптовой торговли в Южном федеральном округе самое слабое – и по доле занятых, и по доле предприятий.

### **Усложнение системы товародвижения**

Важнейшая функция рынка – осуществление хозяйственных связей между субъектами экономики, территориями, государствами [1]. Оптовая торговля снабжает внерыночных потребителей, осуществляет межрегиональный и межгосударственный обмен.

В условиях рынка возникли новые варианты организации продвижения товаров, сформировалась более сложная система товародвижения. На пути движения товарной массы возникают несколько оптовых посредников, число которых обусловлено не столько целесообразностью товародвижения, сколько конъюнктурой рынка. При этом один и тот же товар является объектом неоднократной купли-продажи. Этой схеме присущи как положительные, так и отрицательные черты. С одной стороны, сбли-

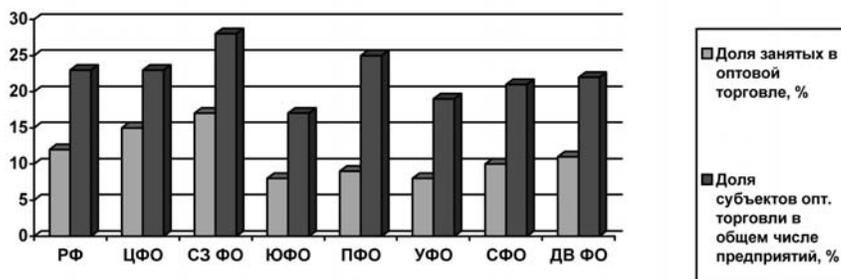


Рис. 1. Развитие оптовой торговли в регионах России<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Рассчитано по данным Росстата.

жаются объем и структура товарного предложения в разных регионах страны, расширяется и обновляется ассортимент, формируется конкурентная среда в торгово-посреднической сфере.

С другой стороны, удлиняется путь продвижения товаров к потребителю, увеличивается время обращения, а многократная перепродажа повышает цену, превышая первоначальную в десятки раз. Кроме того, привлечение на рынок случайных, некомпетентных посредников засоряет его низкосортной, некачественной, экологически нечистой продукцией. При этом ослабляется ответственность всех участников товародвижения перед потребителем, а также возможность контроля над торговой деятельностью.

### ***Торговля и малый бизнес***

Ключевым фактором демократизации является свобода торговли. Отмена централизованного фондового распределения материальных ресурсов связана с формированием и развитием системы торговли, отвечающей современным условиям.

Отраслевая структура предприятий – это один из самых устойчивых показателей состояния предпринимательства в целом [2]. Ведущей отраслью малого предпринимательства из года в год остается торговля (в том числе оптовая). В *таблице 1* представлены результаты расчета отраслевой структуры по данным Росстата в 2008 г.

Из данных *таблицы 1* видно, что ни одна из отраслей малого бизнеса Российской Федерации не имела столь устойчивых темпов роста за анализируемый период, как торговля. Все разнообразие оптовых торговых организаций может быть дифференцировано по наиболее существенным признакам деятельности. К ним относится, в первую очередь, наличие или отсутствие права собственности на товар, а в правовом плане – принадлежность юридического лица, от имени которого действует торговая организация.

***важнейшая  
функция рынка  
– осуществление  
хозяйственных  
связей между  
субъектами  
экономики,  
территориями,  
государствами***

*торговый бизнес*

**Отраслевая структура числа малых предприятий в России  
(2002-2007 гг.), тыс. ед. (%)**

Отрасль	Год					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Промышленность	136,1 (15,7)	136,2 (15,3)	134,2 (15,3)	125,1 (14,8)	121,0 (13,7)	121,3 13,6
Строительство	137,5 (15,8)	135,9 (15,3)	126,8 (14,4)	121,9 (14,5)	113,0 (12,8)	114,2 12,8
Транспорт и связь	21,8 (2,5)	25,8 (3)	23,2 (2,6)	22,4 (2,7)	20,2 (2,2)	21,2 2,4
Торговля и общественное питание	386,1 (44,5)	399,7 (44,9)	407,5 (46,3)	388,1 (46,0)	422,4 (47,9)	424,6 47,5
ЖКХ	14,3 (1,6)	14,6 (1,6)	14,7 (1,7)	14,6 (1,7)	14,6 (1,7)	14,6 1,6
Образование, культура	14,8 (1,7)	14,3 (1,6)	13,9 (1,6)	12,8 (1,5)	12,9 (1,5)	12,9 1,4
Наука и научное обслуживание	38,8 (4,5)	37,1 (4,2)	30,9 (3,5)	28,5 (3,4)	22,7 (2,6)	28,3 3,2
Другие отрасли	118,6 (14,3)	127,0 (14,3)	128,1 (14,6)	129,6 (15,4)	155,5 (17,6)	157,5 17,6
Общее число малых предприятий, тыс. ед. (%)	868,0 (100)	890,6 (100)	879,3 (100)	843,0 (100)	882,3 (100)	894,6 100

***Проблемы отечественной  
оптовой торговли  
и товаропроизводителей***

Общей тенденцией развития оптовой торговли в современных условиях является возрастание роли коммерческих торговых организаций и снижение значения оптовых предприятий производителей, агентов и брокеров.

Российская оптовая торговля переживает сегодня период болезненных, но необходимых перемен. В последнее время в отрасли сильно возросли издержки, связанные с нерационально выстроенными структурами, снизились нормы прибыли. Оптовики в полной мере прочувствовали усиление давления со стороны розничной торговли и производителей продукции одновременно.

***ключевым  
фактором  
демократизации  
является свобода  
торговли***

Розничные сети сами стали заниматься оптом. Производители тоже укрепили свои позиции, создавая монопольные холдинги. В результате уже не производитель зависит от оптовика, который раньше обеспечивал сбыт, а наоборот, производители диктуют свои условия. Все это привело к активному вытеснению независимых оптовых предприятий холдингами, объединяющими производство, оптовую и розничную продажу.

Недостаточное развитие оптовой торговли заметно понижает эффективность функционирования российского рынка. В частности, этот недостаток значительно снижает конкурентоспособность отечественных производителей по сравнению с зарубежными.

Другим отрицательным результатом неграмотно организованного процесса товародвижения является ограниченность и несвоевременность получения информации о рынке. В результате российские производители с опозданием реагируют на изменения внешней среды. В итоге формирование излишек запасов, образованных из-за медленной реакции, может спровоцировать серьезные финансовые трудности не только на этапе развития производства, но и в целом по его дальнейшему функционированию.

### ***Литература***

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер, 1999. – 416с.
2. Афанасьева Н.В., Багиев Г.Л., Ляйдинг Г. Концепция и инструментарий эффективного предпринимательства. – СПб.: СПбГУЭФ, 2006. – 568с.
3. Дихтль Е., Херштейн Х. Практический маркетинг. – М.: Высшая школа, 2005. – 611с.
4. Карминский А.М., Нестеров В.П. Информатизация бизнеса. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 154с.
5. Международные экономические отношения / под ред. В.Е. Рыбалкина. – М.: Экономика, 2007. – 211с.

***недостаточное  
развитие оптовой  
торговли заметно  
понижает  
эффективность  
функционирования  
российского рынка***