

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

**Региональная специфика предпринимательства в сфере оптовой
торговли (на примере ООО 1В.РУ)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 412 группы

направления 38.03.01 Экономика

профиль Экономика предпринимательства

экономического факультета

Трепшина Владислава Вячеславовича

Научный руководитель

д.э.н, профессор

Г.А. Черемисинов

Зав. кафедрой

к.э.н, доцент

Е. В. Огурцова

Саратов 2020

Введение. В настоящее время в экономике одно из лидирующих мест занимает торговля и ее составляющие. Торговля состоит из двух основных элементов – это оптовая и розничная торговля. В России в 2019 году наблюдается рост объема розничной торговли на 1,6% по сравнению с 2018 годом, а объем оптовой торговли уменьшился на 2,2% по сравнению с 2018 годом. Но не зависимо от негативной динамики показателей оптовая торговля продолжает служить двигателем и проводником товаров отечественного и иностранного производителя внутри нашей страны, поощряя отечественного производителя к повышению качества товаров и улучшению способов их продвижения.

Современная оптовая торговля характеризуется сложным механизмом функционирования, расширением масштабов деятельности, ростом объема товарных потоков, многообразием поставщиков и различных структурных элементов.

В развитии современных оптовых предприятий выделяются два основных направления: дифференциация – создание совершенно новых форм предприятий, новых отдельных подразделений, заключение новых партнерских отношений, вариантов совершения сделки; интеграция – изменение уже существующих отделений предприятия, добавление небольших изменений в функционировании.

Оптовая торговля, как никакое другое направление торговли связано с реализацией товаров, способна влиять на региональные и отраслевые рынки за счет перемещения и накопления товаров. Данные задачи и должны занимать большую часть деятельности оптовых представителей. Оптовые предприятия обладают способностью совершенствовать звенность¹

товародвижения, развивать централизованную поставку и кольцевой² завоз товаров.

¹ Звенность товародвижения - количество складских звеньев, через которые проходят товары на пути движения к потребителю.

² Маршруты, при которых пути перемещения транспортных средств, представляют собой замкнутые контуры, которые соединяют несколько получателей и поставщиков.

Предпринимательство в сфере оптовой торговли неизбежно обладает региональной спецификой, обусловленной размерами и структурой региональных рынков, численностью населения, предприятий и организаций, логистическими схемами движения товаров, транспортной, складской и магазинной инфраструктурой. Исследование отдельных отраслевых рынков на региональном уровне необходимо для совершенствования организации и повышения прибыльности оптовой торговли.

Цель бакалаврской работы – выявить региональную специфику предпринимательства в сфере оптовой торговли, проблемы которые препятствуют нормальному развитию оптовой торговли в России, разобрать перспективы и рекомендации по улучшению состояния данного вида торговли. Также провести анализ финансово-экономической деятельности (на примере компании ООО 1В.РУ). Для достижения данных целей поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические основы и особенности оптовой торговли: ее виды, функции, формы и задачи данного вида торговли;
- проанализировать состояние оптовой торговли в России по регионам и Саратовской области;
- дать общую характеристику оптовой компании ООО «1В.РУ»
- проанализировать финансово-экономическую деятельность ООО «1В.РУ» и дать рекомендации для улучшения оптовой деятельности данной компании.

Объект – региональная специфика предпринимательства в сфере оптовой торговли.

Предмет – социально-экономические отношения, возникающие при осуществлении предпринимательской деятельности в области оптовой торговли.

Вопросы о функционировании и развитии оптовой торговли были освещены в трудах А. Ващекина, также описана роль оптовой торговли в регулировании межотраслевых связей при недостаточной инфраструктуре и

недостатке оборотных средств. Труды С.С. Шипиловой о преимуществах оптовых компаний, а не розничных, их выгоде и тд. Также следует отметить авторские труды и работы О.Д. Воропаева, И.С. Березина, Р.В. Савкина, И.Н. Зубковой, Е.С. Мищенко.

При постановке и решении данных задач были использованы официальные данные Федеральной государственной статистики, учебные пособия, статьи, опубликованные в сборниках научно-методических работ, справочные информационные системы «Росстат», «РБК» и новостные источники, как «РИА новости» размещенные в сети интернет.

Основная часть. Торговля – это вид предпринимательской деятельности, связанной с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям. Сфера торговли выполняет важнейшие социальные и экономические функции в экономике. Вклад торговли в ВВП России составляет около 20%, а доля занятых в сфере торговли составляет 17,3% от общего числа работающего населения.

Оптовая торговля – это любая деятельность по продаже товаров или услуг крупными партиями тем контрагентам, которые приобретают их с целью перепродажи или профессионального использования, она занимает почти половину всей торговой деятельности. Оптовая торговля как форма товарного обращения опосредует связь между предприятиями.

Оптовая торговля осуществляет реализацию товаров как производственного, так и индивидуального назначения, тем самым занимая одно из ведущих мест в хозяйственных связях. Оптовая торговля является одним из важнейших двигателей продвижения товаров зарубежного и отечественного производства на внутренние рынки, тем самым стимулируя отечественных производителей повышать конкурентоспособность товара в целях укрепления своих позиций.

Благодаря оптовой торговле сокращаются излишки товаров, поскольку за счет нее увеличивается процент продаж и устраняется дефицит товара, регулируется спрос и предложение, обеспечивается полный

информационный поток, который помогает потребителю и производителю находить своего покупателя и продавца.

К основным функциям оптовой торговли можно отнести:

- 1) закупку и снабжение товарами розничных торговых предприятий и собственных филиалов;
- 2) установление соответствия требованиям розничных торговых предприятий, связанных с комплектацией ассортимента;
- 3) организацию поставок заграничных товаров и заключение долгосрочных контрактов;
- 4) анализ спроса населения и закупку товара, который наиболее востребован;
- 5) организацию своевременного завоза товаров;
- 6) организацию поставки товаров на экспорт;
- 7) хранение запасов товаров на складах, перераспределение между филиалами.

Важнейшей задачей оптовой торговли является – заранее регулировать товарное предложение в соответствии с возникающим спросом. Оптовая торговля может выполнять эту задачу достаточно быстро, поскольку она активно влияет как на сферу производства, так и на сферу розничной торговли, а через последнюю – на сферу потребления.

Технологический процесс оптовой торговли включает в себя поэтапное выстраивание трудовых операций к ним относятся: поступление, хранение, отпуск товаров. Технологический процесс обеспечивает обработку потоков, начиная с поступления товара на склад или в магазин и заканчивая полной подготовкой к продаже (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Торгово-технологический процесс оптовой торговли

Поступление	Хранение	Отпуск
Разгрузка транспортных средств	Размещение товара	Оформление отпуска товаров

Проверка количества принятого товара	Укладка товара и внесение в базу данных информацию о принятых товарах	Отборка товаров с места хранения (индивидуальные предназначенные для одного заказчика, либо коллективные для нескольких заказчиков) Счет фактуры является главным документом.
Проверка качества принятого товара	Создание оптимального режима хранения	Подготовка к отпуску (подготовка товара, упаковка и оформление листов об отправке)
		Отправка товара

Источник: Таблица составлена автором на основании: Зубкова И.Н. Организация торговли непродовольственными товарами: Учебное пособие. –М.: Дашков и Ко, 2008.- 217с.

Оптовые компании можно разделять на малые, средние, крупные, в зависимости от количества сотрудников работающих на данное учреждение:

- 1) малые – в которых до 50 работников;
- 2) средние – в которых от 50 до 100 работников;
- 3) крупные – в которых свыше 100 работников.

Оптовая торговля является одним из главных звеньев торговых отношений и торговли в целом. Она способствует росту ВВП и заключению долгосрочных отношений между регионами внутри страны и так же с другими странами. Оптовая торговля постоянно меняется и с ней же меняются торговые отношения, а каждое изменение помогает найти сильные и слабые стороны данного вида торговли.

Если говорить о специфике российской оптовой торговли в настоящее время является то, что значительное влияние оказал приход на отечественный рынок крупных торговых сетей, которые заполняют рынок, как розницы, так и опта. Поскольку, оптовые компании предпочитают сотрудничать с крупными неспециализированными поставщиками, они

упрощают процесс поставки товара, минуя обращения крупных поставщиков к большому количеству посредников, которые предлагают только ограниченную номенклатуру товара.

Оптовая торговля является важнейшей сферой торговой деятельности, которая регулирует предложение товара в зависимости от спроса на него. Но в то же время сфера оптовой торговли есть и отрицательные стороны:

1) Большое количество посреднических фирм малых по размерам, неспособных предоставить полный спектр услуг, которые удовлетворяли бы крупных производителей;

2) Отставание регионов в развитии оптовой торговли. Данная проблема относится почти к каждой стране, но в России данная проблема наиболее широко поставлена. Неразвитая инфраструктура многих регионов и слабая логистика удаленных территорий приводит к спаду оптовых отношений. А для оптовой торговли региональные отношения являются наиболее важными, поскольку, многие товары производятся только в определенных округах страны. Следовательно, в регионах появляется спрос, который не возможно, удовлетворить предложением товаров из-за не развитой инфраструктуры;

3) Розничные формы торговли, которые созданы на основе оптовых структур или филиалов, которые самостоятельно способны закупать, хранить и реализовывать партии товаров без помощи оптовых посредников;

4) Нехватка мест, под складские помещения, плюс уменьшение материально-технической базы в оптовом секторе.

В России на данный момент очень большое количество малых и средних оптовых компаний и некоторые товаропроизводители считают это плюсом, поскольку оптовые компании имеют развитую логистику, поскольку постоянно сотрудничают с разными регионами и странами и каждая такая компания обслуживает свой сегмент рынка. Но для экономики большое количество малых и средних оптовых компаний показывает ее неразвитость,

поскольку происходит постоянная перепродажа товара из рук в руки, пока не дойдет до конечного потребителя данных услуг.

Рост оборота оптовой торговли мы можем рассмотреть на рисунке построенным службой государственной статистики Российской Федерации. (см. рисунок 1)



Рисунок 1 – Динамика оборота оптовой торговли в % к среднемесячному значению 2017 года

Источник: Рисунок взят с ресурса: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]: [сайт]. - URL <https://www.gks.ru/> <https://www.gks.ru/folder/14306>. Дата обращения 08.05.20.

Также следует рассмотреть региональную разницу оптовой торговли в период за январь – февраль 2020 года:

- 1) Центральный Федеральный округ – 5,40 трлн. рублей
- 2) Северо-западный Федеральный округ – 1,31 трлн. рублей
- 3) Южный Федеральный округ – 0,59 трлн. рублей
- 4) Северо-Кавказский Федеральный округ – 0,095 трлн. рублей
- 5) Приволжский Федеральный округ – 0,99 трлн. рублей
- 6) Уральский Федеральный округ – 0,54 трлн. рублей
- 7) Сибирский Федеральный округ – 0,74 трлн. рублей

8) Дальневосточный Федеральный округ – 0,32 трлн. рублей

Доли каждого региона в процентах показаны на рисунке 2.

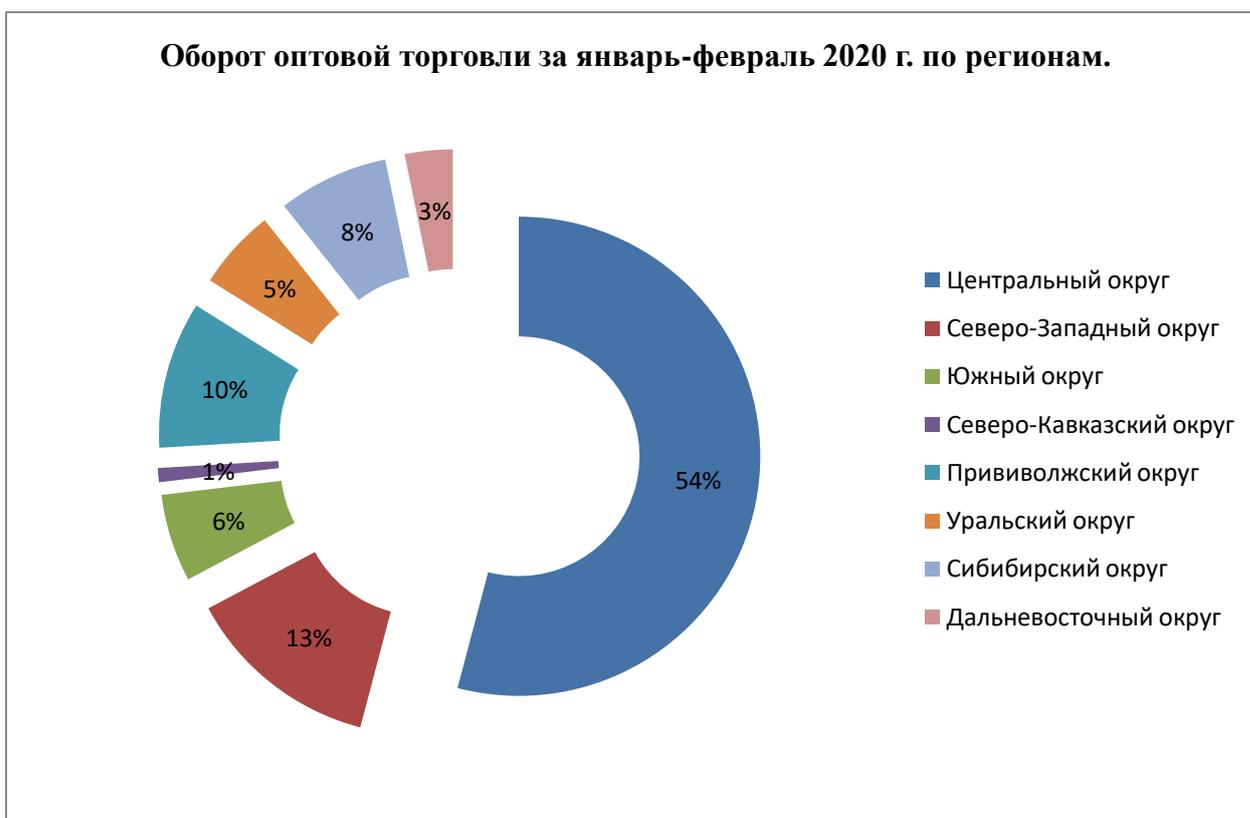


Рисунок 2 - Оборот оптовой торговли за январь - февраль 2020 года по регионам

Источник: Рисунок составлен автором на основании: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]: [сайт]. - URL <https://www.gks.ru/> <https://www.gks.ru/folder/14306>. Дата обращения 08.05.20.

Центральный округ является лидером по обороту оптовой торговли и его доля составляет 54% от всего оборота Российского оптового рынка за январь-февраль 2020 года. Поскольку он находится в самом центре торговых отношений (множество железнодорожных путей, большое количество аэропортов и др.) Второе место занимает Северо-западный округ его доля равна 13%, а третье место занимает Приволжский округ его доля равна 10%, главным плюсом которого является большое количество морских путей. Лидерство центрального федерального округа объясняется тем, что в нем расположены основные склады, базы крупных оптовых компаний, с которых

идет отгрузка в другие регионы. Следовательно, из диаграммы видно как регионы России отстают друг от друга из-за неразвитой инфраструктуры.

Тенденция роста оптовой торговли показана на рисунке 3.

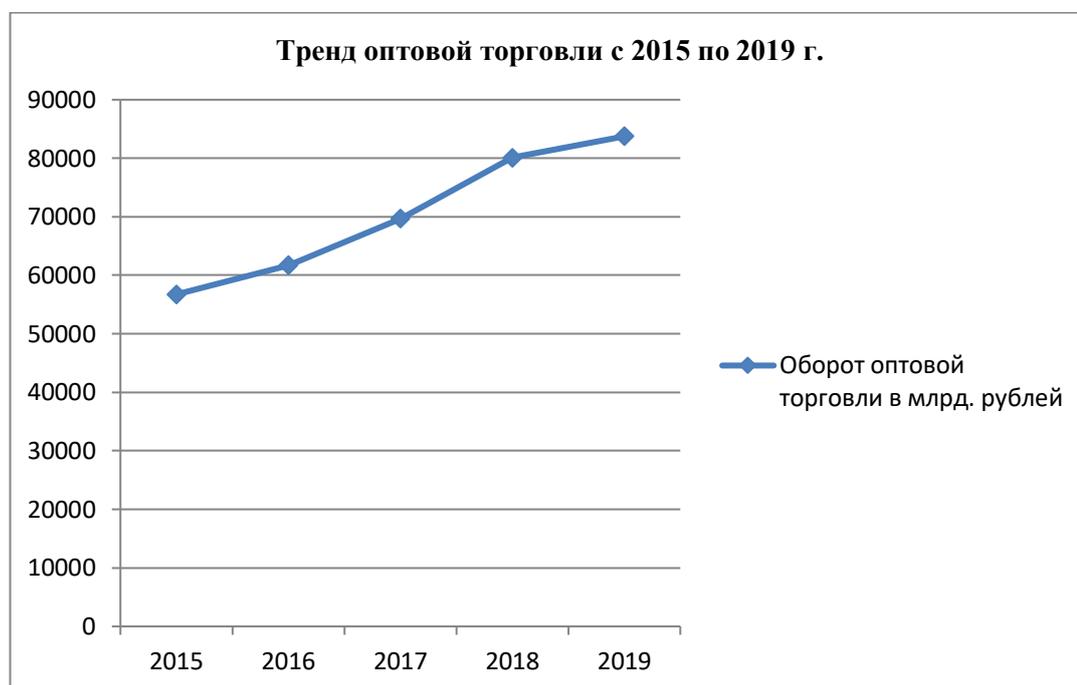


Рисунок 3 - Тренд оптовой торговли с 2015 по 2019 год

Источник: Рисунок составлен автором на основании: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]: [сайт]. - URL <https://www.gks.ru/> <https://www.gks.ru/folder/14306> и данных официального сайта статистики Росстат // <https://nangs.org/analytics/rosstat-rossiya-v-tsifrakh> . Дата обращения 08.05.20.

Трендовое исследование с 2015 по 2019 год, показывает положительный рост, но недостаточно продуктивный из-за всех проблем, которые присутствуют в России.

Если рассматривать Саратовскую область, то объем товарооборота оптовой торговли за январь – февраль 2020 года, составляет 46,49 млрд. рублей данный показатель стоит на 5 месте среди регионов Приволжского федерального округа. С 2015 года Саратовская оптовая торговля постепенно набирает обороты, К примеру: в 2015 году оборот составил 375 млрд. рублей, в 2016 году оборот составил 427 млрд. рублей, в 2017 году оборот составил 464 млрд. рублей, в 2018 году оборот составил 514 млрд. рублей. Следовательно, с каждым годом оборот вырастает приблизительно на 45-65

млрд. рублей. С каждым годом на Саратовский рынок «приходят» множество новых поставщиков, торговых сетей и предложений, что само по себе, вынуждает увеличивать количество оптовых компаний.

Исходя из всего вышесказанного, можно ряд выводов:

1) оптовая торговля способствует расширению отечественного рынка иностранными товарами, обеспечивает высокую занятость населения, и улучшает экономический климат Российской Федерации;

2) динамика оптовой торговли в России в 2015–2019 гг. имела положительный тренд, однако прирост темпов оборота в 2019 г. снизился, что свидетельствует о начале рецессии, которая из-за событий 2020 г. может перерасти в полноценный V или L-образный кризис;

3) основными проблемами сектора оптовой торговли в России являются низкоэффективное государственное регулирование экономики и несовершенство законодательной базы, недостаточная развитость инфраструктуры, которая приводит к скученности данного вида экономической деятельности, ограниченность финансовых ресурсов;

4) стимулирование развития оптовой торговли и повышение эффективности функционирования данного сектора в Российской Федерации возможны за счет решения перечисленных проблем.

Заключение. Оптовая торговля – это купля-продажа товаров. Данная сфера обеспечивает связь между производителем товара и покупателем, который может приобретать товар для личного пользования или перепродажи. Клиентами оптовых компаний бывают как физические лица, так и целые организации. Если данные компании приобретают товар для перепродажи, то пока товар закончит весь путь от производителя до потребителя, он пройдет несколько посредников, чаще всего ими являются розничные сети.

Оптовая торговля является важной частью экономики каждой страны, она выполняет ряд важных функций на микро и макроуровнях. На микроуровне, оптовая торговля улучшает экономический климат среди

компаний внутри региона, налаживает поставки и распространение товара по торговым точкам. На макроуровне, оптовая торговля связывает деловыми отношениями разные страны и регионы внутри страны.

В России имеет большое значение для экономики страны в целом, она способствует расширением отечественного рынка иностранными товарами, обеспечивает высокую занятость населения, тем самым улучшая экономический климат. Главной функцией оптовой торговли в России является связь регионов и улучшение логистических функций. Для России эта функция является главной, поскольку, расположение торговых мощностей происходит не равномерно по регионам, тем самым уделив данной функции большое внимание, Россия повышает вклад торговли в ВВП страны. Россия сможет улучшить сферу оптовой торговли, если сможет исправить ряд проблем, с которыми она страна постоянно сталкивается:

Во-первых, сможет сократить количество посреднических фирм, которые не могут предоставить весь спектр услуг и только лишь удлиняет время поставок товаров;

Во-вторых, справиться с региональным отставанием каждого региона в плане развития инфраструктуры и слабой логистики.

В-третьих, наладит регулирование сферы оптовой торговли, такие моменты как правовое и государственное регулирование, сократит коммерциализацию правовой сферы и упростит возможность получения лицензии на данный вид деятельности.

Если рассматривать Саратовскую область, то объем товарооборота оптовой торговли за январь – февраль 2020 года, составляет 46,49 млрд. рублей данный показатель стоит на 5 месте среди регионов Приволжского федерального округа. С 2015 года Саратовская оптовая торговля постепенно набирает обороты. Все проблемы с которыми сталкивается Россия, можно отнести и к данному региону, но так же дополнительно в Саратовской области ужасная транспортная развилка и качество транспортного покрытия, что не мало важно для увеличения оборотов оптовой торговли.

Учитывая нынешнюю ситуацию в мире связанную с пандемией вызванной вирусом (сovid-19), можно сказать, что экономика каждой страны, сейчас, подвержена огромному спаду. Самые распространенные оценки указывают, что ВВП снизится на 6-15% в зависимости от дальнейших событий в экономике мира. А по экспертным оценкам правительства ВВП России упадет на 3-5%. России из-за данного вируса пришлось прекратить на время сотрудничество с Китаем который является главным поставщиком товаров в на отечественный рынок, с Италией в связи с резким количеством случаев и смертей и также Турцией являющейся не мало важной странной в числе партнеров, все данные сведения относятся к оптовой торговли в том числе, так как оптовая торговля, на прямую, связана с закупками товаров у иностранных производителей.

В заключении необходимо отметить, что мировая практика оптовой торговли показывает, что данный вид торговли 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, улучшать деловые отношения с разными странами и поставщиками, улучшая ВВП каждой страны.