



ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ

Модуль 1. Организационная структура торговли

Автор: Дашинская Ольга Вячеславовна – преподаватель



СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЯ



1.1. Организационные структуры розничной торговли Республики Беларусь

1.2. Организационное построение оптовой торговли Республики Беларусь

1.3. Организационно-хозяйственные звенья кооперативной торговли



Задачи модуля



В результате изучения данной темы вы сможете:

- ✓ называть и описывать организационно-хозяйственные звенья розничной торговли;
- ✓ называть и описывать организационно-хозяйственные звенья оптовой торговли;
- ✓ называть организационно-хозяйственные звенья кооперативной торговли.



1.1. Организационные структуры розничной торговли Республики Беларусь



Розничная торговля - вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Организационно-хозяйственными звеньями розничной торговли являются торговые объекты (магазин, павильон, киоск, палатка, автомагазин и др.), торговые организации и торговые системы.

Торговая система – это совокупность организаций розничной и оптовой торговли, входящих в министерство (ведомство), с учетом формы собственности, специфики продаваемых товаров и контингента обслуживаемого населения. Государственную розничную торговлю осуществляют торговые организации Министерства антимонопольного регулирования и торговли, исполнительных комитетов органов местного управления; органов рабочего снабжения отдельных отраслей промышленности и транспорта; торговые организации и предприятия непроизводственных министерств и ведомств; фирменная сеть промышленных министерств и ведомств.

Основной торговой системой государственной торговли является Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. Для него характерны значительная концентрация и специализация торговой сети, высокий уровень технического оснащения.

Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь осуществляет руководство государственными торговыми организациями непосредственно республиканского и местного подчинения.

Руководство розничной торговлей на местах осуществляют областные и Минское городское управления потребительского рынка и услуг. В их подчинении находятся торговые организации и организации коммунальной собственности.



Большая роль в организации снабжения и обслуживания рабочих и служащих важнейших отраслей промышленности, транспорта отводится системе органов рабочего снабжения (ОРС).

ОРС как торговая организация действует на правах отдела промышленного или транспортного предприятия, объединения, треста. В оперативном отношении он подчиняется руководителю промышленного предприятия, в хозяйственно-финансовом – вышестоящему органу – Управлению рабочего снабжения (УРС).

ОРСы наряду с розничной торговлей могут осуществлять производственную деятельность, обеспечивать общественное питание работников, их бытовое обслуживание и т. п.

На территории республики действуют ДОРОРС Белорусской железной дороги, УРС Министерства транспорта, ОРС «Беларусьнефти» и др.

Определенное место в государственной розничной торговле занимают предприятия и организации непромышленных министерств и ведомств, которые наряду с выполнением своих основных функций реализуют населению определенные группы, виды товаров или обслуживают определенный контингент населения. К ним относятся:

- Министерство здравоохранения, организующее продажу лекарств, оптики, предметов санитарии и гигиены на своих предприятиях (аптеки, аптечные магазины и магазины оптики);
- Министерства связи, информации и культуры, занимающиеся розничной торговлей печатной и книжной продукцией;
- Министерство жилищно-коммунального хозяйства, имеющее розничную торговую сеть по реализации цветов и ритуальных принадлежностей.

Розничная сеть промышленных предприятий представлена фирменной торговлей, которая получает существенное развитие в современных условиях.



В результате осуществления программы разгосударствления и приватизации в республике были созданы новые виды торговых организаций различных организационно-правовых форм, как правило, основанных на частной форме собственности: *арендные предприятия, акционерные общества, малые и совместные предприятия, торговые и торгово-производственные фирмы, ассоциации.*

Арендные предприятия образуются путем передачи во временное пользование и за определенную плату имущества государственного торгового предприятия коллективу арендаторов. Они создаются по решению коллектива арендаторов и оформляются соответствующим договором аренды. Передача имущества магазина в аренду не влечет за собой передачу права собственности на него, в то время как товары и доходы являются собственностью арендатора. Последний может выкупить за счет своих доходов все имущество, взятое в аренду.

Акционерные общества — это достаточно крупные хозяйственные формирования, образующиеся путем выпуска ценных бумаг (акций) на всю величину уставного фонда. Создание таких обществ в розничной торговле возможно на базе крупных розничных организаций (универмаг, универсам, дом торговли).

Малые предприятия могут создаваться на основе любой формы собственности. Основным критерий статуса малого предприятия — предельная численность работающих для розничных организаций не должна превышать 30 человек. Основными учредительными документами малого предприятия являются устав и учредительный договор. В уставе определяются вид и профиль предприятия, органы управления и контроля, порядок образования имущества, его выкупа, распределения прибыли, условия реорганизации и прекращения деятельности. Устав утверждается учредителем. В учредительном договоре определяются все обязательства, права и ответственность сторон (учредителя и малого предприятия).



Совместное предприятие – это общество (товарищество) с ограниченной ответственностью, одним из учредителей которого является иностранный партнер, либо объединение различных предприятий для совместной деятельности.

Торговые и торгово-производственные фирмы создаются на базе местных торгов, а также они могут быть самостоятельными предприятиями.

Ассоциации розничной торговли представляют добровольное объединение предприятий, организованное для решения ограниченного круга задач. Они не заменяют и не централизуют основные виды деятельности, а лишь способствуют укреплению финансовой устойчивости предприятий, формируются как самостоятельные образования, обладающие статусом юридического лица. Основными задачами ассоциаций являются проведение единой ценовой политики; организация внешнеэкономической деятельности; оказание организационно-методического содействия участникам ассоциации; создание единого банка данных о конъюнктуре рынка; пропаганда и распространение передового опыта; подготовка кадров; реализация единой стратегии в области инвестиций для решения общих задач развития материально-технической базы.



1.2. Организационное построение оптовой торговли Республики Беларусь



Оптовая торговля - вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для использования в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Торговые организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие оптовую торговлю, могут иметь товарные склады, организовывать хранение и переработку товаров, формировать их запасы в объеме и ассортименте, необходимых для бесперебойной торговли, оказывать информационные и иные услуги, связанные с торговлей.

Оптовую торговлю товарами народного потребления непосредственно организуют и осуществляют оптовые организации ряда министерств и ведомств.

Ведущую роль играют оптовые организации системы Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. В непосредственном подчинении министерства находятся государственные унитарные предприятия «Белювेलирторг» и «Белимпортторг». Кроме того, созданы торговые организации в форме открытого акционерного общества (ОАО), имеющие долю государственной собственности в уставном фонде. Это ОАО «Торгодежда», «Трикотажторг», «Обувьторг», «Белгалантерея», «Белхозторг», «Белкультторг», «Белбакалея», «Минбакалеяторг».

Оптовую торговлю в областях осуществляют, как правило, специализированные организации по торговле продовольственными и непродовольственными товарами с государственной коммунальной собственностью (унитарные, оптово-розничные предприятия, ОАО).



В системе потребительской кооперации оптовую торговлю осуществляют ведомственные оптовые организации.

Оптовую торговлю некоторыми товарами народного потребления, специфическими с точки зрения производства и реализации, осуществляют организации и предприятия отдельных министерств и ведомств: Министерство здравоохранения и концерн «Белбиофарм» (лекарственные препараты, предметы санитарии и гигиены), Министерство сельского хозяйства и продовольствия.

Реальные структурные изменения в оптовой торговле способствовали развитию конкуренции, замене одноканальной системы товародвижения, действующей в условиях плановой экономики, многоканальной.

Вместе с тем в развитии оптовой торговли проявились серьезные негативные тенденции, среди которых следует отметить:

- невысокий уровень концентрации капитала, который предопределил функционирование в основном мелких и средних оптовых структур;
- достаточно высокий уровень нецелевого использования складских площадей, которые сдаются в аренду или вообще не используются;
- нестабильное финансово-экономическое состояние оптовых организаций;
- отсутствие гибкой системы ценообразования, что делает оптовых посредников невыгодными поставщиками для розничных организаций по сравнению с изготовителями;
- сокращение поставок товаров сложного и социально значимого ассортимента, пользующегося повышенным спросом у населения.
- сложившаяся экономическая ситуация в оптовой торговле требовала принятия кардинальных решений, направленных на реформирование и повышение конкурентоспособности отечественного опта.



1.3. Организационно- хозяйственные звенья кооперативной торговли



Потребительской кооперации принадлежит важная роль в реализации программы возрождения белорусского села, и в первую очередь в системе жизнеобеспечения сельских жителей страны.

В настоящее время подведомственные Белкоопсоюзу организации обслуживают свыше 4,1 млн. жителей населения республики, в том числе все сельское население.

Основными хозяйственными звеньями организационной структуры кооперативной торговли являются:

- Белорусский республиканский союз потребительских обществ (Белкоопсоюз), который осуществляет организационное и методологическое руководство торговлей, разрабатывает мероприятия по улучшению торгового обслуживания сельского населения и повышению уровня организации и культуры торговли;
- Областные союзы потребительских обществ (облпотребсоюзы), осуществляющие руководство торговлей в областях;
- Потребительские общества, осуществляющие розничную торговлю через магазины, мелкорозничную сеть, автомагазины.

Основным звеном розничной торговли выступают районные потребительские общества (райпо). В современных условиях возникла необходимость осуществить выбор организационно-правовых форм для предприятий, созданных в райпо: оптовых баз, объединений общественного питания, отдельных магазинов и других хозяйственных единиц.



Поскольку собственность кооперации является неделимой, единственной формой сохранения имущества потребительских обществ и союзов стало преобразование действующих предприятий в унитарные. Многие предприятия получили статус обособленного структурного подразделения – филиала.

В организационном плане потребительские общества используют (в зависимости от специфики местных экономических, территориальных, демографических и иных условий) следующие структурные модели:

- потребительское общество без филиалов и не имеющее унитарных предприятий;
- потребительское общество, имеющее в своем составе филиалы и не имеющее унитарных предприятий;
- потребительское общество, не имеющее филиалов, но имеющее унитарные предприятия;
- потребительское общество, имеющее филиалы и унитарные предприятия.

Специфика сельской торговли требует наличия различных источников для обеспечения розничных торговых объектов универсальной номенклатурой товаров. Одним из таких источников являются внутрисистемные оптовые организации.



Оптовую торговлю осуществляют унитарные оптовые организации областных потребсоюзов, республиканские оптовые (унитарные предприятия) и обособленные структурные подразделения райпо.

Успех оптовой организации на рынке определяется не только рациональной организацией коммерческой деятельности, снижением расходов на реализацию за счет внутренних резервов, повышением производительности труда и эффективным использованием всех видов ресурсов, но и тем, как удачно и оперативно оно приспосабливается к своему внешнему окружению – политическому, экономическому, социальному и т. п.

В принципиальном плане коммерческая стратегия оптовой организации должна определять: чем торговать, с кем торговать, какую функциональную структуру иметь. Исходя из этого необходимо нижеследующее.

1. Создание современной инфраструктуры кооперативной торговли и выделение в ее составе:

- крупных оптовых организаций республиканского уровня. Важнейшей их задачей станет закупка стратегически важных товаров для всей системы потребительской кооперации как у отечественных производителей, так и зарубежных;
- областных оптовых организаций, специализирующихся на оптовой торговле определенными товарами и осуществляющих полный комплекс закупочно-сбытовых операций;
- оптовых структур (распределительные склады) райпо, реализующих товары смешанного ассортимента и не использующих в своей деятельности перехода права собственности на товар.



2. Проведение четкой специализации межрайонных оптовых организаций (в пределах каждого облпотребсоюза) по закупкам определенных товаров из-за пределов республики, а также вырабатываемых отечественными товаропроизводителями, а также разграничение зоны деятельности по обслуживанию с райпо;

3. Разработка схем товародвижения и установление договорных отношений по поставке товаров согласно специализации через унитарные оптовые организации областных потребсоюзов в розничную торговую сеть обслуживаемой зоны;

4. Дальнейшее развитие взаимовыгодного сотрудничества оптовых и розничных организаций. В этих целях предусматривается проведение гибкой ассортиментной и ценовой политики в отношении розничных торговых организаций путем применения дифференцированных оптовых торговых скидок в зависимости от объема получаемой партии товаров, их оборачиваемости, сроков оплаты, сезонности и иных факторов;

5. Совершенствование интеграционных процессов экономического сотрудничества оптовых и розничных организаций. Для реализации этого подхода предусматривается:

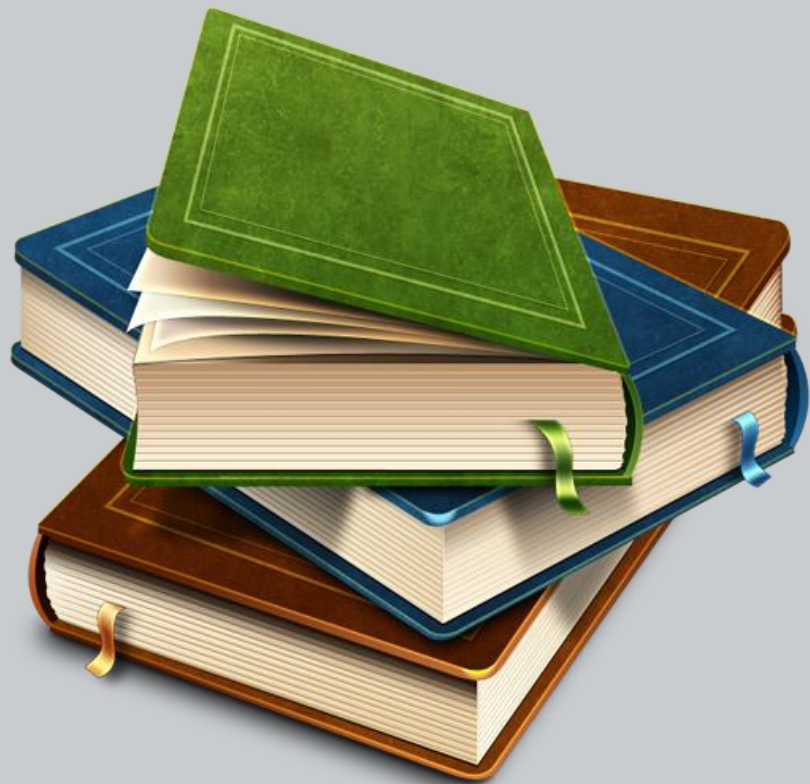
- совместное осуществление отдельных или ряда функций: планирование и осуществление закупок необходимых товаров, складской переработки, товароснабжения розничной торговой сети;
- расширение организационно-функциональной деятельности оптовых организаций и их отдельных подразделений. Наряду с традиционными функциями (закупки, складирование, хранение товаров) оптовые посредники оказывают финансовые и консалтинговые услуги, стимулируют сбыт.



Вопросы для самоконтроля:



1. В чем заключается главная цель развития торговли?
2. Дайте определение торговли.
3. Дайте определение понятия «розничная торговля».
4. Дайте определение понятия «оптовая торговля».
5. Какие министерства и ведомства осуществляют розничную торговлю в Республике Беларусь?
6. Какие министерства и ведомства осуществляют оптовую торговлю в Республике Беларусь?
7. Охарактеризуйте роль и задачи потребительской кооперации в организации торгового обслуживания сельского населения.
8. Какие факторы оказывают влияние на торговую деятельность потребительской кооперации в современных условиях?
9. Укажите организационно-хозяйственные звенья кооперативной торговли.



Литература:

1. Виноградова, С. Н. Организация и технология торговли / С. Н. Виноградова [и др.]; под общ. ред. С. Н. Виноградовой. – Минск: Выш. школа, 2009, с. 29-55.
2. Платонов, В. Н. Организация торговли: учебное пособие / В. Н. Платонов. – Минск: БГЭУ, 2002, с. 5-19.





Автор:

Дашинская Ольга Вячеславовна,
преподаватель высшей квалификационной категории
E-mail: mail@mtk-bks.by