

УДК:658.86.339.33

А. М. Носуліч,

старший викладач, Київський національний торговельно-економічний університет, м.Київ

ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД ДО ПОБУДОВИ МЕХАНІЗМУ ОПТОВОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. У статті представлені результати досліджень щодо сутності оптової торговельної діяльності та механізму її здійснення. Визначено склад основних бізнес-процесів та операцій оптової торговельної діяльності. Встановлено характер взаємозв'язків між її функціональними бізнес-процесами.

Abstract. Results of the analysis of the essence and mechanism of the wholesale trade activity are presented in the article. The structure of the main business processes and operations of the wholesale trade activity are defined. The nature of correlation of interfunctional business processes is defined.

Ключові слова: оптова торговельна діяльність, механізм оптової торговельної діяльності, оптові торговельні послуги, функціональні бізнес-процеси, операції оптової торговельної діяльності.

Вступ

Сучасний стан товарних ринків відрізняється високим динамізмом процесів, які визначають характер ринкових змін. Оптова галузь, яка є посередником на товарному ринку, що з'єднує виробника і роздрібну торгівлю продовжує зазнавати суттєвих трансформацій. Це пов'язано і обумовлюється швидким розвитком інформаційних та комунікаційних технологій, що сприяє глобалізації економіки та появі принципово нових ринкових, галузевих та корпоративних структур.

Нові технології перетворили ділові зв'язки між виробником, постачальником та споживачем у взаємопов'язану систему альянсів або так званих мереж, які знижують витрати на взаємодії компаній між собою та кінцевим споживачем. У сфері товарного обігу з'явилися нові канали збуту, які виникли на основі інтеграційних процесів.

Економічна криза, що спіткала Україну, негативно вплинула на обсяги споживання товарів та загострила конкуренцію в галузі, ускладнивши зовнішні умови функціонування оптових торговельних підприємств. Подальший розвиток української системи оптової торгівлі вимагає удосконалення теоретико-методологічних засад побудови ефективного механізму оптової торговельної діяльності.

Теоретичні та методичні аспекти побудови механізму оптової торговельної діяльності знайшли висвітлення та часткове розв'язання у наукових працях провідних науковців України і країн СНД (В.В.Алопій, Н.О.Голошубова, Ф.Г.Панкратов, Л.П.Дашков, В.К.Памбучіянець, Петров П.В., та інші) та зарубіжних фахівців (Х.Берр, І.Леманн, Р.Шміт, Р.Кьорфген та З.Зальцман, В.Даненбург, Р.Монкріф, В.Тейлор, Ф.Котлер, А.Кріе, Ж.Жалле, Д.Дж.Бауерсокс, Д.Дж.Клосс). Незважаючи на певну розробленість питань, присвячених дослідженню бізнес-процесів та операцій оптової торгівлі, їх послідовності та взаємозв'язкам між ними, повної ясності щодо механізму здійснення оптової торговельної діяльності, на нашу думку, у вітчизняній економічній літературі ще не досягнуто.

Постановка задачі

Мета даного дослідження полягає у визначенні сутнісних характеристик та складових механізму оптової торговельної діяльності на основі процесного підходу і на базі цього сформулювати основні передумови ефективного функціонування суб'єктів оптової торговельної діяльності на ринку оптових торговельних послуг.

Результати

Оптова торговельна діяльність є сукупністю взаємопов'язаних елементів, які знаходяться у певних функціональних зв'язках та відносинах один з одним і створюють певну цілісність та єдність. Механізм здійснення оптової торговельної діяльності, у нашому розумінні, це комплекс взаємопов'язаних бізнес-процесів та операцій, що здійснюються у певній послідовності і у своїй сукупності складають даний вид діяльності.

Під бізнес-процесом оптової торговельної діяльності ми розуміємо стійку цілеспрямовану сукупність взаємопов'язаних дій, яка має самостійну мету, характеризується множинністю вхідних ресурсів, кількісних та якісних характеристик результатів, які отримуються внаслідок їх виконання, і обумовлюється специфікою оптової торговельної діяльності. Подальша більш детальна декомпозиція бізнес-процесів становить собою сукупність операцій, які є їх елементарними

частинами, стабільними за змістом і передбачають певні допустимі технології здійснення.

Більшість дослідників розподіляють бізнес-процеси та операції, притаманні оптовій торговельній діяльності, на закупівлю та продаж [2, 4, 5]. Дійсно, фактично, оптова торговельна діяльність - це діяльність по придбанню та подальшому перепродажу товарів певними партіями, без внесення змін, крім тих, що притаманні торгівлі. При цьому зазначені процеси розуміються у широкому сенсі: купівля як процес забезпечення товарними ресурсами, продаж як процес реалізації товарів, які у свою чергу складаються з комплексу операцій.

На наш погляд, в сучасних умовах, купівля та продаж є наслідками більш суттєвих і складних комерційних процесів. Виробники товарів вже не можуть розглядатись як прості потенційні постачальники, мало пов'язані з внутрішнім механізмом оптового торговельного підприємства. Так само, і роздрібні підприємства, вже не є лише суб'єктами, яким можна продати товар.

Продаж товарів оптовими підприємствами в сучасних умовах не можна розглядати як головну функцію оптової торгівлі. Ефективність оптової торговельної діяльності характеризується, перш за все, кількістю і якістю послуг, що надаються оптовими підприємствами своїм клієнтам – покупцям і постачальникам товарів. Такі функції оптової торговельної діяльності як перетворення виробничого асортименту в торговий, фасування, упаковка, зберігання товарів, доставка товарів, кредитування закупівель розглядаються як бізнес-процеси по наданню послуг своїм контрагентам, які вимагають відповідних витрат і за які здійснюється оплата (покупцями у складі ціни на товар, виробниками у вигляді знижок на товари).

Склад послуг, що надаються оптовими посередниками покупцям та постачальникам, прийнято класифікувати наступним чином [3]:

- а) послуги клієнтам, що купують товар оптом, де виділяють вісім підгруп: оцінка потреб, перегрупування товарів, зберігання запасів, доставка товарів, надання кредиту, надання інформації та консультаційних послуг, полегшення функцій купівлі, володіння та придбання права власності на товар;
- в) послуги клієнтам, які поставляють товари оптом, де виділяються наступні п'ять підгруп: полегшення функцій продажу, зберігання запасів, полегшення фінансування виробничого процесу, зменшення кредитного ризику, надання ринкової інформації.

Закордонні дослідники відмічають великий спектр послуг, які надають оптові торговельні підприємства своїм покупцям та постачальникам. Це різноманіття стало наслідком довготривалого історичного розвитку обертання товарів та послуг в умовах зростаючої конкуренції на ринку оптових послуг[3].

В цілому загальну логіку здійснення оптової торговельної діяльності відповідно до її розуміння як діяльності по наданню послуг постачальникам та покупцям товарних ресурсів, можна представити наступним чином (рис1.)

Виходячи з такого розуміння оптової торговельної діяльності, бізнес-процеси, що їй притаманні, можна розділити на дві групи: бізнес-процеси, що забезпечують надання послуг постачальникам та бізнес-процеси, що забезпечують надання послуг покупцям.

З іншого боку бізнес-процеси та операції оптової торговельної діяльності розрізняють дещо в іншій площині: виробничі та комерційні [2]. Згідно даної точки зору всі операції, які пов'язані з фізичним переміщенням товарів по каналам товаропросування, відносяться до виробничих операцій: транспортування, зберігання, комплектування, упаковка, фасування.

До комерційних операцій відносять оптову закупівлю та продаж товарів, розуміючи їх у вузькому сенсі як процеси, пов'язані зі зміною власності. До таких бізнес-процесів відносяться і організаційно-господарські процеси, які безпосередньо не пов'язані з актами купівлі-продажу, але забезпечують безперервність їх здійснення і не мають виробничого (технологічного) характеру (вивчення потреб, укладання договорів купівлі-продажу, реклама та інші).

Враховуючи сучасні тенденції розвитку економічної думки, а саме логістичну теорію, операції, пов'язані з фізичним перетворенням товарних потоків у процесі здійснення оптової торговельної діяльності, доцільно визначати як логістичні операції. Під ними розуміється уособлена сукупність дій, спрямованих на перетворення матеріального потоку.



Рис.1. Логіка здійснення оптової торговельної діяльності.

Таким чином, якщо поєднати та гармонізувати розглянуті вище підходи до виокремлення та групування бізнес-процесів, притаманних оптовій торговельній діяльності, їх слід розділити на 4 функціональні групи:

1. Комерційні бізнес-процеси із закупівлі товарів та наданням послуг постачальникам.
2. Комерційні бізнес-процеси по реалізації товарів та наданням послуг покупцям.
3. Логістично-виробничі бізнес-процеси.
4. Фінансові бізнес-процеси.

Найважливіше значення для усвідомлення механізму здійснення оптової торговельної діяльності має визначення взаємозв'язків між групами операцій, авторське розуміння яких ілюструє рис.2.

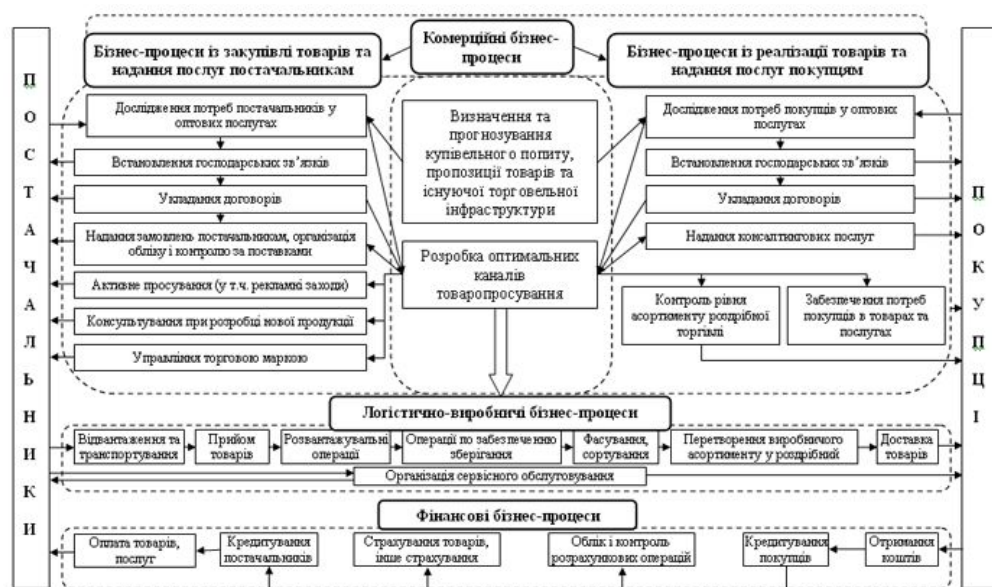


Рис. 2. Механізм здійснення оптової торговельної діяльності (процесний підхід)

Перша група бізнес-процесів оптової торговельної діяльності – комерційні бізнес-процеси по закупівлі товарів та наданням послуг постачальникам - об'єднує операції, які орієнтовані на виробничі підприємства - постачальники. На основі вивчення та прогнозування купівельного попиту оптове торговельне підприємство

здійснює пошук потенційних постачальників та досліджує їх потреби в оптових торговельних послугах, укладає договори та надає замовлення на постачання. Окрім цього такі дослідження дають змогу здійснювати операції по наданню виробникам таких послуг як: консультування при розробці нової продукції, активному просуванню продукції, що виготовляється. Іншою важливою операцією, яка здійснюється у даній групі бізнес-процесів, є організація та проведення рекламних заходів. В умовах постійного оновлення та розширення асортименту споживчих товарів своєчасне ознайомлення споживачів з якісними і споживчими характеристиками товарів сприяє їх ефективній реалізації.

Друга група бізнес-процесів оптової торговельної діяльності - комерційні бізнес-процеси з реалізації товарів та надання послуг покупцям - являє собою сукупність операцій, які забезпечують передумови функціонування роздрібною торговельної мережі. Акумулюючи дані щодо попиту роздрібною торгівлі та враховуючи можливості (свої і постачальників) задовольняти цей попит, оптове торговельне підприємство визначає раціональні шляхи і форми товароруку, спрямовуючи частину товарних потоків безпосередньо в роздрібні підприємства, а інші концентруючи на своїх базах, складах. Окрім цього, у рамках другої групи бізнес-процесів здійснюються операції по контролю за наявністю товарів в роздрібній торговельній мережі та надаються послуги у організації торговельно-технологічних процесів роздрібною торгівлі. Тобто, оптове торговельне підприємство, комплексно вирішує задачу забезпечення роздрібною торгівлі необхідними товарними ресурсами.

Отже, перша і друга групи бізнес-процесів оптової торговельної діяльності мають спільні операції - визначення та прогнозування купівельного попиту на певну групу товарів, а також попиту на оптові торговельні послуги. Саме вони є початковими операціями механізму здійснення оптової торговельної діяльності, на базі яких розробляються та плануються інші комерційні операції. Операції по вивченню і прогнозуванню попиту в оптовій торгівлі не лише пов'язані з усіма іншими торговельно-технологічними функціями оптової торговельної діяльності, але і мають безпосередній вихід на її партнерів: товаровиробників і роздрібну торгівлю. І від того, наскільки коректно використовуються результати вивчення і прогнозування попиту, залежить ефективність діяльності і підприємства оптової торговельної діяльності, і його партнерів.

На базі дослідження потреб на оптові торгові послуги постачальників та покупців товарних ресурсів здійснюється операція з розробки оптимальних каналів товаропросування. Це друга з'єднувальна операція першої та другої групи бізнес-процесів оптової торговельної діяльності, яка формує основу для моделювання основних логістично-виробничих бізнес-процесів.

Третя група бізнес-процесів оптової торговельної діяльності – логістично-виробничі операції, включає велику кількість технологічних операцій. Це обумовлено тим, що в цьому секторі здійснюється діяльність, яка забезпечує процес надання оптових торговельних послуг, та виконання основних функцій притаманних оптовій торговельній діяльності - концентрація товарних запасів, доробка, підсортування і комплектація товарних партій, узгодження замовлень роздрібних підприємств, завезення товарів з районів виробництва в райони споживання. Частина цих товарів накопичується на оптових торговельних підприємствах, інша - спрямовується безпосередньо в роздрібну торгівлю. Операції по накопиченню товарів дозволяють своєчасно здійснювати доробку, підсортування, комплектацію товарів і спільно з операціями сектора комерційних операцій організувати товаропостачання роздрібних підприємств.

Важливою частиною даного сектору є також операції по організації сервісного обслуговування по електрообутовим та деяким іншим групам товарів. Хоча такі виробничі операції не є частиною обслуговування безпосередньо постачальників чи роздрібною торгівлі, вони пов'язують між собою процес виробництва і споживання, доповнюючи процес забезпечення населення необхідними товарами та супровідними послугами. Це у свою чергу сприяє ефективному функціонуванню як виробників, що виготовляють такі товари, так і роздрібних підприємств, що їх реалізують.

Четверта група бізнес-процесів оптової торговельної діяльності – фінансові бізнес-процеси - забезпечують фінансове супроводження комерційних та логістично-виробничих процесів: розрахунково-контрольні операції, кредитування постачальників шляхом здійснення передоплати за товари, та покупців, шляхом надання відстрочки платежів по поставленим товарам. При необхідності здійснюється страхування товарних ресурсів, що стали власністю оптового торговельного підприємства.

Таким чином, кожна з розглянутих груп бізнес-процесів оптової торговельної діяльності тісно пов'язана з іншими групами, що, незважаючи на їх різне функціональне призначення, об'єднує їх у єдиний механізм.

Бізнес-процеси із закупівлі підприємств оптової торгівлі базуються на прогнозах попиту на товари і визначаються, перш за все, потребами споживачів. З іншого боку, потреби постачальників товарів та умови закупівлі визначають параметри логістичних операцій та умов розрахунків з контрагентами. Потреби споживачів, а отже, умови продажу зі свого боку, також впливають на дані параметри. Набір логістичних операцій, надання інших послуг, умови розрахунків визначаються потребами контрагентів та узгоджені з операціями по закупівлі та реалізації товарів.

Висновки

В умовах прагнення суб'єктів товарообмінних процесів до виключення проміжних ланок (скорочення ланковості каналу), життєздатність торгових посередників визначається якістю та вартістю послуг, які вони надають попереднім та наступним ланкам, їх здатністю при інших рівних умовах задовольняти потребу більш ефективним способом ніж це можуть конкуренти або ж самі контрагенти.

Висхідною ланкою механізму оптової торговельної діяльності є операції по дослідженню купівельного попиту, потреб постачальників і покупців у оптових послугах. Зведена інформація щодо потреб в оптових послугах виробників та роздрібних підприємств дозволяє розробити раціональні шляхи товароруку. Комерційні, логістично-виробничі та фінансові бізнес-процеси моделюються та реалізуються на базі таких розробок, що дозволяють об'єднувати потреби і постачальників, і покупців та забезпечити у своїй єдності більш раціональні способи товаропросування, ніж у випадку їх відокремленої організації.

Запропонований підхід розуміння механізму оптової торговельної діяльності, його елементів та функціональних взаємозв'язків між ними удосконалює декомпозиційну систему досліджень зазначеного виду діяльності, і дозволяє формувати більш ґрунтовні розробки щодо підвищення ефективності оптової торговельної діяльності.

Література

1. Голошубова Н.О., Торопков В.М. – Оптова торгівля: організація та технологія: Навч. Посібник. – К.:Київ. нац. Торг.-екон. ун-т, 2005. – 265с.
2. Дашков Л.П., Памбучхіянци В.К. “Комерція і технологія торгівлі”: Підручник. – 3-е вид., перероб. та доп. – М.: “Маркетинг”, 2001.- 596 с.
3. Комерційна діяльність: Підруч. / За ред. проф. В.В.Апопії. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 558 с.
4. Панкратов Ф.Г., Серьогіна Т.К. ”Комерційна справа: Навч.пос., Р.: “Вертекс”, 2001. – 352 с.

5. Петров П.В., Соломатін А.Н. “Экономика товарного обращения” : Підр. для вузів. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 220с.

Стаття надійшла до редакції 04.03.2010 р.

