

А.Б. Крутик

**ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СИСТЕМЕ СЕРВИСА
НА ОПТОВОМ РЫНКЕ**

A.B. Krutik

**ECONOMY AND BUSINESS IN SYSTEM OF SERVICE
IN THE WHOLESALE MARKET**

Рассмотрены вопросы предпринимательской деятельности в быстро развивающемся социальном секторе экономики России. Особое внимание уделено инвестиционным, инновационным и психологическим аспектам социального предпринимательства на переходном этапе жизни страны. Приведено обоснование значения развития предпринимательства и необходимости активной жизненной позиции в условиях современного гражданского общества.

Обосновывается положение, согласно которому в сервисной экономике ключевое положение занимают услуги, оказываемые юридическим лицам – предприятиям. Такие услуги обеспечивают процессы товародвижения на оптовом рынке. Приводится классификация услуг оптового рынка по широкому спектру признаков.

Особое внимание уделено логистическим услугам. Доказывается положение, согласно которому все поставки должны сопровождаться комплексом услуг. Все услуги оптового рынка являются оптимальными по Парето. Показано, что важное место среди логистических провайдеров занимают оптовые посредники – оптово-торговые предприятия. Указанные предприятия осуществляют изменение параметров материальных потоков, поступающих от поставщиков-товаропроизводителей в сферу обращения. Большие размеры товарных запасов позволяют оптово-торговым предприятиям выполнять поставки согласно требованиям каждого потребителя: формировать малые партии поставки и отгружать продукцию через заданные интервалы согласно логистической концепции ECR, управлять запасами потребителей по системе VMI, осуществлять поставки «точно в срок», оказывать помощь в организации материально-технического снабжения и др. Рассмотрены теоретические положения экономики предпринимательства, представлен механизм функционирования предпринимательства в сфере услуг. Приведен анализ наиболее существенных факторов, оказывающих влияние на результаты в сфере сервисной экономики. Определены основные направления преобразований сервисных организаций в современных экономических условиях.

Сделан вывод: сервисная деятельность на оптовом рынке является определяющим фактором устойчивого состояния всей экономики, поскольку направлена на все субъекты предпринимательства с учетом их условий функционирования и индивидуальных требований.

СЕРВИСНАЯ ЭКОНОМИКА; ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ УСЛУГ; УСЛУГИ ОПТОВОГО РЫНКА; ЛОГИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ; ПРОВАЙДЕРЫ И АУТСОРСИНГ УСЛУГ ОПТОВОГО РЫНКА.

Questions of business activity in quickly developing social sector of economy of Russia are considered. The special attention is paid to investment, innovative and psychological aspects of social business at a transitional stage of life of the country. Justification of value of development of business and need of active living position in the conditions of modern civil society is given.

Situation according to which in service economy key position is held by the services rendered to legal entities – to the enterprises locates. Such services provide processes of merchandising in the wholesale market. Classification of services of the wholesale market by a wide range of signs is given.

The special attention is paid to logistic services. Point according to which all deliveries have to be followed by a complex of services is made. All services of the wholesale market are optimum across Pareto. It is shown that the important place among logistic providers is taken by wholesale intermediaries – wholesale trade enterprises. The specified enterprises carry out change of parameters of the material streams coming from suppliers producers to the sphere of the address. The big sizes of commodity stocks allow wholesale trade enterprises to carry out deliveries according to requirements of each consumer: to form small parties of delivery and to ship production through the set intervals according to the logistic concept of ECR, to operate stocks of consumers on VMI system, to carry out deliveries «precisely in time», to give help in the organization of logistics, etc. Theoretical provisions of economy of business are considered, the mechanism of functioning of business in a services



sector is presented. The analysis of the most essential factors having impact on results in the sphere of service economy is provided. The main directions of transformations of the service organizations in modern economic conditions are defined.

The conclusion that service activity in the wholesale market is the defining factor of a steady condition of all economy as it is directed on all subjects of business is drawn, considering thus their operating conditions and individual requirements.

SERVICE ECONOMY; PRODUCTION CONSUMPTION OF SERVICES; SERVICES OF THE WHOLESALE MARKET; LOGISTIC SERVICES; PROVIDERS AND OUTSOURCING OF SERVICES OF THE WHOLESALE MARKET.

Введение. К настоящему времени сложились три сферы хозяйственной деятельности, две из которых носят традиционный характер — это производство и обращение, третья — сфера обслуживания. При этом сфера обслуживания занимает весьма значительную долю во внутреннем валовом продукте (ВВП), что дает основание именовать современную экономику сервисной.

В рассматриваемом аспекте традиционная экономика по своей сущности есть экономика индустриальная, отражающая преимущественное положение производства.

Экономические изменения в мире в значительной мере обусловлены становлением и развитием экономики услуг, которая существенным образом отличается от индустриальной экономики. В этой связи доминирующая роль услуг в экономике дает основание говорить о постиндустриальном обществе в целом.

Методика и результаты исследования. В индустриальной экономике основная деятельность предприятий предусматривает максимальный выпуск продукции в товарной форме с последующей ее реализацией на рынке и получением необходимой прибыли [3, 9]. В экономике услуг, или сервисной экономике, хозяйственная деятельность предприятий направлена на удовлетворение специфических, в основном, индивидуальных потребностей каждого потребителя [1, 2, 4, 10–16].

Другим важным отличием сервисной экономики от индустриальной является то, что производство, точнее, выполнение услуг носит целенаправленный — индивидуальный характер. Иными словами, между производителем и потребителем услуг имеет место тесное взаимодействие. В то время как производство товаров в натурально-вещественной форме в значительной мере ориентировано на весьма широкий круг потенциальных покупателей-потребителей. В этой ситуации

индивидуальные потребности с той или иной достоверностью учитываются с помощью ассортиментной диверсификации, определяемой на основании проводимых маркетинговых исследований товаропроизводителями.

В сервисной экономике индивидуальные потребности задаются непосредственно заказчиком-потребителем.

Имеющийся опыт дал возможность выявить основные различия рассматриваемых видов экономики (табл. 1) [1, 2, 5–8 и др.].

Таблица 1

Сравнительная характеристика индустриальной и сервисной видов экономики

Индустриальная экономика	Сервисная экономика
Максимизация выпуска продукции — товаров	Полное удовлетворение индивидуальных требований
Высокий уровень автоматизации и механизации	Высокий уровень ручного труда и специального инструмента
Высокий уровень материальных затрат — материальных ресурсов	Относительно высокий уровень трудозатрат
Преобладание массового и крупносерийного производства	Преобладание индивидуального («штучного») производства
«Размытая» адресность производимой продукции	Непосредственное взаимодействие производителя и потребителя
Строгая технологическая регламентация	Широкий диапазон технологических вариантов
Разделение сфер производства и обращения	Непосредственная связь производства и реализации услуги
Является частью материального производства	Преобладание непроизводственной сферы
Универсальные методы маркетинга и логистики	Специальная адаптация маркетинга и логистики для сферы услуг

Перечисленными в табл. 1 характеристиками не исчерпываются различия сервисной и индустриальной экономики. Для сервисной экономики определяющее значение имеет объект обслуживания: такими объектами являются физические лица, т. е. население, и юридические лица, т. е. предприятия. Однако по сложившейся практике сферу услуг ограничивают обслуживанием населения, что в принципе неверно, ибо существенным образом умаляется роль сферы услуг, а главное – искажается характер ее функционирования, полезность и результативность.

В связи с этим следует четко различать две группы услуг по характеру их потребления:

- услуги, оказываемые юридическим лицам, или производственное потребление услуг;
- услуги, оказываемые физическим лицам, или конечное потребление услуг.

Такое деление услуг обусловлено положениями экономической теории, в частности теорией межотраслевого баланса. В межотраслевом балансе используются понятия «производственное потребление» и «конечное потребление», чему соответствуют промежуточный продукт и конечный продукт.

Производственное потребление представляет собой потребление промежуточного продукта – материальных ресурсов, произведенных в одних отраслях для нужд других

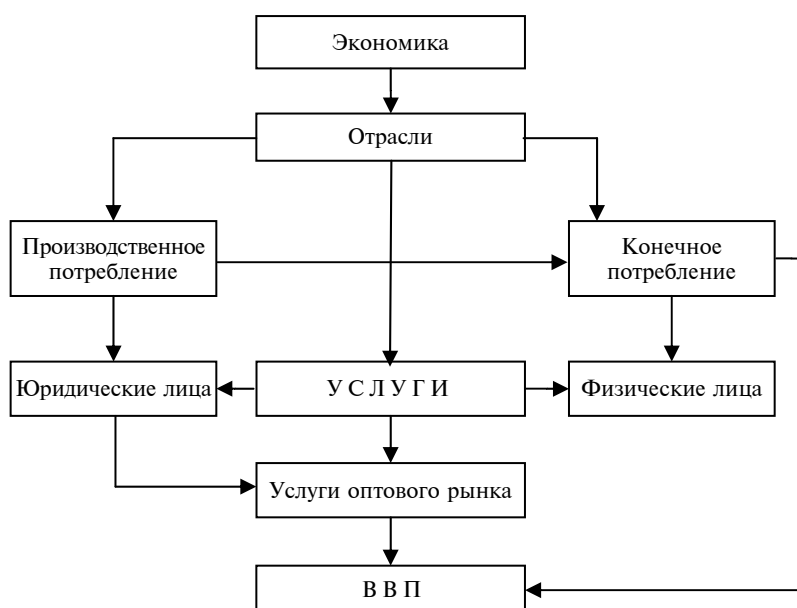
отраслей. Это в основном предметы труда, сырье, материалы, изделия и т. п., направляемые в сферу материального производства.

Конечное потребление – это, прежде всего, личное потребление граждан – населения.

Таким образом, все товары производственного потребления представляют собой средства производства в широком понимании, т. е. это продукция, направляемая другим предприятиям или в торговлю на реализацию. В любом случае покупателями являются юридические лица. И такая продукция представляет собой предметы оптового рынка.

Такой подход должен соблюдаться и по отношению к сфере обслуживания. А это означает, что услуги, оказываемые юридическим лицам, или, что то же самое, услуги оптового рынка требуют к себе особого внимания и адекватного менеджмента. Общая схема услуг оптового рынка представлена на рисунке [1].

Концепция услуг оптового рынка была выдвинута в период становления рыночных товарно-денежных отношений в условиях всеобщей коммерциализации, что породило целенаправленный спрос на такие услуги [4, с. 102–110]. Услуги оптового рынка характеризуются весьма большим разнообразием, отсюда следует необходимость их классификации (табл. 2)



Услуги оптового рынка в сервисной экономике

Таблица 2

Классификация услуг оптового рынка

Признаки классификации	Классификационные группы услуг
По предмету труда	Производственные. Информационные. Финансовые
По уровню капиталоемкости	Высококапиталоемкие. Низкокапиталоемкие
По уровню материалоемкости	Материалоемкие. Нематериалоемкие
По сложности технологии	Высокотехнологичные. Рядовой технологии
По квалификации персонала	Высокопрофессиональные. Достаточной квалификации
По месту в инфраструктуре	Производственные. Институциональные. Социальные
По правовому регулированию	Двусторонние. Многосторонние
По месту в сфере экономики	Сферы производства. Сферы обращения: для оптовой торговли; для розничной торговли
По организационным формам выполнения	Выполняемые: специализированными фирмами (аутсорсинг); поставщиками; оптово-торговыми предприятиями
По полноте услуг	Полного комплекса. Отдельных видов
Степени коммерциализации	Коммерческие. Некоммерческие
По организационно-технологической регламентации	Планово-предупредительные. Профилактические. Гарантийные. Дополнительные. Аварийные
По базисным логистическим процессам	При поставках: сопутствующие; послепродажные; управления запасами; транспортные; шеф-монтаж; консультационные
По формам возмещения затрат	Оплачиваемые дополнительно. Включаемые в цену продукции
По величине предпринимательства	Предпринимательства: крупного; среднего и малого

Следует подчеркнуть, что представленная типология охватывает услуги оптового рынка – юридических лиц. В данном аспекте потребителями услуг социальной инфраструктуры также являются юридические лица – субъекты сферы услуг, а именно – предприятия жилищно-коммунального хозяйства, здравоохранения, образования, спорта и туризма, отдыха и развлечения.

Особо следует отметить роль услуг при поставках продукции в системе логистического менеджмента [10, 11]. Так, в частности, логистика предусматривает оптимизацию выбора поставщика, одним из критериев такой оптимизации является наличие комплекса услуг.

Согласно коммерческой практике, наценки к цене взимаются за дополнительные услуги, оказываемые продавцом при продаже своей продукции. Логистика предписывает, чтобы каждая поставка должна сопровождаться комплексом услуг.

Услуги по поставкам продукции подразделяются на три вида:

- производственные;
- информационные;
- финансовые.

Целью производственных услуг является подготовка материальных ресурсов к производственному потреблению.

Предпринимательская логистика предписывает, что материальные ресурсы должны поставляться в максимально возможной технологической готовности согласно требованиям покупателя – потребителя.

Объектом производственных услуг при поставках являются непосредственно материальные ресурсы. К таким услугам относятся раскрой, нарезка, обработка, тестирование, комплектование партий поставок и т. п.

Информационные услуги заключаются в том, что продавец передает покупателю определенную информацию. Например: консультационные услуги по поставляемой продукции; информация о конъюнктуре рынка транспортных услуг и помощь в выборе перевозчиков, помощь в организации материально-технического снабжения, обслуживание компьютерных технологий.

Финансовые услуги заключаются в помощи выполнения финансовых расчетов по поставкам продукции. Финансовые услуги,

как правило, это банковские услуги, например оплата поставок по факторингу [14].

Услуги объективно являются оптимальными по Парето, т. е. взаимовыгодными для продавца и покупателя.

Выгода услуг при поставках для продавца заключается в том, что услуги являются источником дополнительной выручки. Логистика предписывает, что услуги при поставках в денежном выражении должны быть не менее 75 % от стоимости поставляемой продукции [10, с. 183].

Поскольку услуги объективно являются высококорентабельными, то они при поставках – важный фактор в формировании прибыли предприятия.

В том случае когда само предприятие не в состоянии выполнять те или иные работы, оно на договорных условиях обращается к специализированным фирмам. Работы (услуги), выполняемые поставщиком или специализированными фирмами, называются *outsourcing* – аутсорсинг.

Таким образом, покупатель-потребитель должен в максимальной мере использовать аутсорсинг для выполнения своих инфраструктурных работ. Выгода потребителя заключается в сокращении его общих издержек. Эффект аутсорсинга достигается за счет масштабов выполнения услуг. Это означает, что работы (услуги), выполняемые в порядке аутсорсинга, гораздо дешевле, чем выполнение этих же работ (услуг) самими потребителями.

Тарифы на услуги в порядке аутсорсинга устанавливаются на таком уровне, чтобы они покрывали затраты поставщика и стимулировали бы потребителей к их широкому использованию.

Определяющим признаком услуги является то, что она носит добровольный характер. Это означает, что поставщик должен предложить потребителю минимум в виде набора услуг и потребитель сам выбирает для себя необходимые услуги.

Доминирующее положение на оптовом рынке занимают логистические услуги, которые в большинстве случаев выполняются специализированными компаниями в порядке аутсорсинга, т. е. провайдерами [10, с. 183–185]. Указанные провайдеры являются субъектами рынка логистических услуг различного орга-

низационно-правового статуса. К таким провайдерам относятся:

- экспедиторские фирмы;
- транспортные компании – перевозчики всех видов транспорта;
- стивидорские компании морских и речных портов;
- страховые компании;
- операторы мультимодальных перевозок;
- базы и складские комплексы;
- оптово-торговые предприятия.

Перечисленные субъекты (предприятия, фирмы, компании) в совокупности выполняют весь спектр логистических услуг и, прежде всего, базисные логистические процессы: снабжение (закупки), сбыт (продажи), транспортировка, управление запасами.

Оказание услуг является самостоятельным видом деятельности с соответствующей формой предпринимательства. Такие логистические услуги, как транспортировка и связанное с ней экспедирование, всегда осуществлялись специализированными предприятиями. Однако некоторые крупные корпорации и сетевые торговые структуры имеют собственные транспортные подразделения.

Важное место среди логистических провайдеров занимают оптовые посредники – оптово-торговые предприятия. Указанные предприятия осуществляют изменение параметров материальных потоков, поступающих от поставщиков-товаропроизводителей в сферу обращения.

Большие размеры товарных запасов позволяют оптово-торговым предприятиям выполнять поставки согласно требованиям каждого потребителя: формировать малые партии поставки и отгружать продукцию через заданные интервалы согласно логистической концепции ECR, управлять запасами потребителей по системе VMI, осуществлять поставки «точно в срок», оказывать помощь в организации материально-технического снабжения и др. [3, с. 9–15].

Такая роль оптово-торговых предприятий обусловлена тем, что товаропроизводители не в состоянии учесть индивидуальные требования каждого своего потребителя, особенно малых и средних предприятий. В связи с этим основная масса производимой продукции крупными партиями направляется оптовикам:



происходит концентрация материальных ресурсов в форме товарных запасов.

Особо следует отметить логистическую услугу, именуемую активным снабжением. В этом случае работы по организации материально-технического снабжения принимает на себя поставщик. Так, в частности, поставщик определяет потребность в материальных ресурсах своих потребителей, рассчитывает сумму денежных средств на их закупку, оказывает информационные услуги – вплоть до организации доставки продукции потребителям. Для высококачественного выполнения указанных работ и операций следует исполь-

зовать концепции ECR и VMI. Иными словами, поставщик должен постоянно заботиться о своих деловых партнерах-потребителях. Рассматриваемый метод снабжения особенно эффективен при длительных хозяйственных связях.

Вывод. Таким образом, сервисная деятельность на оптовом рынке является определяющим фактором устойчивого состояния всей экономики, поскольку направлена на все субъекты предпринимательства, учитывая при этом их условия функционирования и индивидуальные требования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Крутик А.Б., Решетова М.В. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. СПб.: 2010, 224 с.
2. Пищулов М.В. Менеджмент в в социально-культурном сервисе и туризме. СПб.: Лань, 2010. 217 с.
3. Демиленко Д.С., Бабкин А.В., Кудряцева Т.Ю. Теоретические аспекты оценки эффективности бюджетных расходов // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2009. № 3(79). С. 255–262.
4. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме» / под ред. А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. М.: Дело, 2012. 312 с.
5. Крутик А.Б., Бабкин А.В. Анализ эволюционной теории предпринимательских начинаний // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2011. № 6(137). С. 184–187.
6. Бабкин А.В. Задачи принятия решений по развитию предпринимательских систем // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2013. № 3(173). С. 119–130.
7. Назмутдинова Е.В., Фендич О.С. Институциональные аспекты предпринимательской деятельности // Экономика предпринимательства. 2013. № 3. С. 24–29.
8. Попов А.И., Плотников В.А. Выбор новой модели развития и модернизация: основы перехода к инновационной экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2012. № 2. С. 197–209.
9. Рохчин В.Е., Ротенберг Р.Б. О запуске процессов реальной структурной перестройки и развития экономики индустриальных регионов // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2013. № 6–1(185). С. 22–27.
10. Плоткин Б.К., Гогин Д.Ю. Предпринимательский функционал логистики. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. 325 с.
11. Плоткин Б.К. Логистический менеджмент и концепция TQM. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. 63 с.
12. Тарасова Н.В., Горелова Л.И. Метод оценки риска в лизинговой системе // Экономика предпринимательства. 2015. № 3. С. 54–61.
13. Ташкинова Т.В., Кузменко Ю.Г. Определение ключевых направлений государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в России // Экономика предпринимательства. 2015. № 3. С. 41–45.
14. Сосунова Л.А. Макроэкономическая концепция коммерции услуг. СПб.: Изд-во СПбГУ-ЭФ, 1997. 156 с.
15. Романова И.М., Левченко И.Н. Особенности развития предпринимательства в розничной торговле // Экономика предпринимательства. 2015. № 10. С. 34–38.
16. Дмитриев М.Н., Забаева М.Н., Малыгин Е.Н. Экономика туристского рынка. М.: Инфра-М, 2011. 317 с.

REFERENCES

1. Krutik A.B., Reshetova M.V. Ekonomika i predprinimatel'stvo v sotsial'no-kul'turnom servise i turizme. SPb.: 2010, 224 s. (rus)
2. Pishchulov M.V. Menedzhment v v sotsial'no-kul'turnom servise i turizme. SPb.: Lan', 2010. 217 s. (rus)

3. Demidenko D.S., Babkin A.V., Kudryavtseva T.U. Theoretical aspects of the estimation of efficiency of budgetary expenses. *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, 2009, no. 3(79), pp. 255–262. (rus)
4. Menedzhment v sotsial'no-kul'turnom servise i turizme». Pod red. A.E. Saak, Iu.A. Pshenichnykh. M.: Delo, 2012. 312 s. (rus)
5. Krutik A.B., Babkin A.V. Analysis of the theory of entrepreneurship. *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, 2011, no. 6(137), pp. 184–187. (rus)
6. Babkin A.V. The problem of decision making on the development of business systems. *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, 2013, no. 3(173), pp. 119–130. (rus)
7. Nazmutdinova E.V., Fendich O.S. Institutsional'nye aspekty predprinimatel'skoi deiatel'nosti. *Ekonomika predprinimatel'stva*. 2013. № 3. S. 24–29. (rus)
8. Popov A.I., Plotnikov V.A. Vybor novoi modeli razvitiia i modernizatsiia: osnovy perekhoda k innovatsionnoi ekonomike. *Izvestiia Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*. 2012. № 2. S. 197–209. (rus)
9. Rokhchin V.E., Rotenberg R.B. On the launch of real structural rearrangement processes and development of the industrial regions economy. *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, 2013, no. 6–1(185), pp. 22–27. (rus)
10. Plotkin B.K., Gogin D.Iu. Predprinimatel'skii funktsional logistiki. SPb.: Izd-vo SPbGEU, 2014. 325 s. (rus)
11. Plotkin B.K. Logisticheskii menedzhment i kontseptsiiia TQM. SPb.: Izd-vo SPbGEU, 2014. 63 s. (rus)
12. Tarasova N.V., Gorelova L.I. Metod otsenki riska v lizingovoi sisteme. *Ekonomika predprinimatel'stva*. 2015. № 3. S. 54–61. (rus)
13. Tashkinova T.V., Kuzmenko Iu.G. Opredelenie kliuchevykh napravlenii gosudarstvennoi podderzhki malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossii. *Ekonomika predprinimatel'stva*. 2015. № 3. S. 41–45. (rus)
14. Sosunova L.A. Makroekonomicheskaiia kontseptsiiia kommertsii uslug. SPb.: Izd-vo SPbGUEF, 1997. 156 s. (rus)
15. Romanova I.M., Levchenko I.N. Osobennosti razvitiia predprinimatel'stva v roznichnoi torgovle. *Ekonomika predprinimatel'stva*. 2015. № 10. S. 34–38. (rus)
16. Dmitriev M.N., Zabaeva M.N., Malygin E.N. *Ekonomika turistskogo rynka*. M.: Infra-M, 2011. 317 s. (rus)

КРУТИК Александр Борисович – профессор кафедры «Менеджмент» Санкт-Петербургского института экономики и управления, доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ. 197101, ул. Б. Пушкарская, д. 35, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: spbiem@spb.ru

KRUTIK Aleksandr B. – Saint Petersburg State University of Economics and Finance. 197101. B. Pushkarskaya str. 35. St. Petersburg. Russia. E-mail: krutik.aleksandr@bk.ru
