

**Е.А. Дубровский**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Г.С. Новик*

## **ЛОГИСТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ**

Логистика по своей сути является инструментом, который может способствовать эффективному развитию оптовой торговли. Основные направления использования логистики в оптовой торговле могут протекать по двум каналам, первый из которых предусматривает развитие оптовой торговли во взаимосвязи с технико-технологическим и организационным совершенствованием всей системы товародвижения; второй — совершенствование внутрискладских грузоперерабатывающих систем.

Оптовые предприятия в процессе реализации товаров делают акцент на логистическом сервисе, т.е. работах, связанных с выполнением функций по хранению товаров, транспортировке, экспедированию грузов, фасовке, обработке, подсортировке, упаковке, маркировке товаров машиночитаемыми кодами и т.д. Успешной деятельности оптовых предприятий способствует быстрая оборачиваемость товара, однако в поисках своего покупателя оптовые организации расширяют ассортимент предлагаемых товаров и должны иметь его достаточное количество, чтобы осуществить немедленную поставку. Выходом из сложившейся ситуации является формирование ассортимента, состоящего из наиболее ходового товара, или ориентация на крупных покупателей с комплектованием для них необходимого ассортимента товаров [1]. Важным направлением успешной деятельности оптовой компании является сокращение времени реализации заказа. Одним из путей эффективного решения поставленных задач является кооперация в сфере товародвижения между оптовиками внутри одного района.

Оптовые предприятия в процессе реализации товаров могут выполнять работы по логистическому сервису. Стратегия сокращения длительности функционального цикла логистики предполагает выполнение следующих шагов: описание действующего процесса размещения заказов; составление блок-схемы, описывающей действующий процесс размещения заказов; описание каждого частного логистического процесса, причем для каждого из них необходимо указать подробное описание логистических процессов и обоснование целесообразности их исполнения. На основе данной информации происходит формирование предложений по сокращению длительности логистического цикла [2].

Стратегия сокращения транспортных издержек предполагает сосредоточение внимания на факторах, повлекших за собой ухуд-

шение логистического обслуживания. Индикаторами такой ситуации являются отклонения фактических транспортных затрат от нормативных и суждения руководства. Кроме того, актуально проведение комплексного исследования динамики логистических показателей оптовой торговли. Оно состоит в выявлении тех состояний логистической системы предприятия, которые при автономном рассмотрении отдельных показателей не идентифицируются, так как значения последних должны удовлетворять допустимым нормам. Области применения этой стратегии определяются функциональными границами логистической системы предприятия оптовой торговли.

Таким образом, основные пути повышения эффективности логистического обеспечения предприятий оптовой торговли лежат в плоскости улучшения логистической координации ее функциональных циклов исполнения заказа.

#### **Источники**

1. *Просвиркин, Б.Л.* Управление товарным ассортиментом и логистика в оптовой торговле / Б.Л. Просвиркин // *Логистика*. — 2013. — №8. — С. 18–21.

2. *Валевич, Р.П.* Экономика организаций торговли : учеб. пособие / Р.П. Валевич, Г.А. Давыдова. — Минск, 2010.

**П.В. Еременко**  
*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — А.В. Кармызов*

## **ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ МИНСКА**

Удельный вес розничного товарооборота организаций торговли города Минска в республиканском объеме розничного товарооборота организаций торговли в 2018 году составил рекордные 32 % (в том числе 26,2 % в общем обороте продовольственных товаров и 38,2 % — непродовольственных). На данный момент в столице сформирована крупнейшая в республике инфраструктура розничной торговли, которая насчитывает более 11 тыс. торговых объектов, из них более 10 тыс. магазинов, площадью около 1300 тыс. м<sup>2</sup>. За последние три года торговые площади Минска выросли почти на 200 тыс. м<sup>2</sup>. В 2018 году открылись новые объекты на общей площади примерно 70 тыс. м<sup>2</sup>. План на 2019 год — еще 20 тыс. м<sup>2</sup>.

Динамика развития розничной торговли города Минска может быть определена через показатели розничного товарооборота за период 2016–2018 гг: 1) розничный товарооборот организаций торговли;