

Дупленко Александр Андреевич, Отрощенко Александр Александрович

**[ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ АЛКОГОЛЬНЫМИ НАПИТКАМИ](#)**

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2011/6/65.html](http://www.gramota.net/materials/1/2011/6/65.html)

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

**[Альманах современной науки и образования](#)**

Тамбов: Грамота, 2011. № 6 (49). С. 202-203. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2011/6/](http://www.gramota.net/materials/1/2011/6/)

**[© Издательство "Грамота"](#)**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

3. Крохина Ю. А. Правовое регулирование валютных отношений: от ограничений к интеграции // Вестник Финансовой академии. 2009. № 6. С. 17-22.
4. **Международные валютно-кредитные и финансовые отношения:** учебник / Л. Н. Красавина и др.; под ред. Л. Н. Красавиной. 3-е изд., перераб., доп. М.: Финансы и статистика, 2005. 576 с.
5. Пищик В. Я. Эволюция режимов валютного курса в современных условиях // Банковское дело. 2011. № 2. С. 17-20.

УДК 339.333

*Александр Андреевич Дупленко, Александр Александрович Отрощенко  
Сибирский университет потребительской кооперации*

### ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ АЛКОГОЛЬНЫМИ НАПИТКАМИ<sup>©</sup>

В настоящее время на российском алкогольном рынке происходят значительные перемены. В первую очередь это связано с проводимой государством политикой, которая на официальном сайте Росалкогольрегулирования недвусмысленно названа «политикой трезвости», а также с последствиями мирового финансового кризиса.

Ввиду того, что 2009 год был для России, пожалуй, самым экономически сложным за последние десять лет, и во всех сферах народного хозяйства наблюдалась острая нехватка финансовых ресурсов, рентабельность оптовой торговли алкогольными напитками в этот период значительно снизилась. Розничные торговые предприятия, как правило, не обладали достаточными денежными средствами, чтобы оперативно закупать необходимое количество алкогольной продукции для восполнения товарного запаса. В связи с чем, оптовым компаниям приходилось отдавать товар на реализацию, отсрочка оплаты в данном случае могла превышать несколько месяцев. Таким образом, оптовое звено в этот период стало чем-то вроде «экономического амортизатора». Вкладывая собственные денежные средства в обеспечение товародвижения, оптовые компании сгладили влияние финансового кризиса [9].

Также 2009 год ознаменовался также созданием новой государственной службы по регулированию алкогольного рынка. Росалкогольрегулирование стало правопреемником Минсельхоза, Минфина, ФНС и ФСТ в отношении всех обязательств в сфере производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции.

В 2010 году вступил в силу Федеральный закон № 381, регулирующий торговую деятельность в Российской Федерации. Этот нормативно-правовой акт установил предельный срок оплаты поставляемой алкогольной продукции российского производства в 45 дней. Тем самым оптовые организации лишились возможности брать товар на реализацию, поскольку через полтора месяца они будут должны либо рассчитаться за принятую партию, либо оплатить её возврат производителю. Возникли также проблемы с покупателями, если раньше некоторые из них соглашались размещать товар в своих магазинах и при успешной реализации производить расчёт, то теперь при недостатке денежных средств они сократят заказы, либо совсем откажутся от них. Подобные ограничения свободы договорных отношений способствуют развитию теневого сектора экономики, с его низкими ценами и выгодными условиями [10].

В июне того же года Росалкогольрегулированием была установлена минимальная оптовая цена на водку. По заявлениям представителей правительства данная мера была направлена на борьбу с нелегальным оборотом алкогольной продукции. Некоторые эксперты утверждают, что в 2010 году теневой сектор алкогольного рынка составлял порядка 70%, а к сегодняшнему дню сократился в два раза. Данные утверждения весьма сомнительны. Возможно, что сокращение нелегального оборота алкогольной продукции действительно произошло, но вызвано это было не установлением минимальной оптовой цены, а общим спадом производства и потребления алкогольной продукции. Органами статистики зафиксировано снижение спроса на учётные государственные алкогольные напитки. Данная тенденция наблюдается уже несколько последних лет. Причинами этому послужили: переход части населения к здоровому образу жизни, снижение финансовой обеспеченности потребителей, вызванное тем, что индексация заработных плат не успевает за ростом цен. В этих условиях будут развиваться домашнее виноделие и самогонарование [7].

В 2011 году произошло повышение акцизов на алкогольную продукцию, а также введение авансовой системы оплаты данных сборов. По некоторым товарам увеличение акцизов составило более 40%. Чтобы компенсировать возникшие убытки, цены на продукцию были увеличены.

Этот год ознаменовался также тем, что у большинства оптовых компаний в мае - июне должен истечь срок действия лицензии на закупку, хранение и продажу алкогольной и спиртосодержащей продукции. Госпошлина на получение новой возросла в 2 раза и составила 500 тыс. рублей [8].

В вышеперечисленных условиях у современной оптовой торговли алкогольными напитками можно выделить следующие особенности:

- Для осуществления данной деятельности необходимы значительные финансовые ресурсы. Минимальным требованием является сумма в 10,5 млн рублей (10 млн уставный капитал и 500 тыс. госпошлина на получение лицензии).

- Высокие требования, предъявляемые со стороны СЭС и УГПН к складским помещениям, предназначенным для хранения данного рода товаров. В настоящий момент Росалкогольрегулирование занимается разработкой приказа, ещё больше ужесточающего эти требования.

- Ограничены сроки оплаты поставляемых партий товаров. Чтобы расплатиться с производителями, некоторым компаниям придётся оформить кредит, что ещё более снизит рентабельность данного рода деятельности.

- У оптовых покупателей недостаточно средств, чтобы приобрести необходимый товар, в необходимом количестве. В свою очередь, оптовая фирма не может пойти навстречу рознице, произведя отсрочку оплаты. Это было бы выгодно обеим сторонам, поскольку поспособствовало бы росту оборачиваемости, как оптовой, так и розничной организации.

- Установлены существенные ограничения рекламы данного рода товаров. Необходимо отметить, что Госдума намеревается полностью запретить рекламу алкоголя на радио, телевидении и наружных рекламных конструкциях.

Таким образом, при сильном давлении со стороны государства, а также низкой платежеспособности клиентов оптовые компании, чтобы выжить и стабильно развиваться должны использовать все возможные способы, позволяющие оптимизировать их деятельность.

Поставщик алкогольной продукции должен не только осуществлять снабжение розничных торговых организаций, но также предложить им различные сопутствующие услуги, позволяющие наиболее полно удовлетворить их спрос. В первую очередь в силу сложной экономической ситуации это должны быть услуги по кредитованию и рассрочке платежа.

Поскольку реклама является двигателем торговли, то, несмотря на ограниченность возможных для применения средств, следует по максимуму использовать незапрещённые способы продвижения, такие, как личные продажи, стимулирование оптовых покупателей к совершению заказов, мерчандайзинг и т.д.

При подготовке данной статьи было проведён опрос пятидесяти представителей розничных торговых организаций, реализующих алкогольную продукцию. Им был задан вопрос: «При выборе нового поставщика, какое значение для вас играет наличие у него программы лояльности?». Абсолютное большинство (96%) ответили, что для них данный критерий имеет огромное значение. В связи, с чем оптовым компаниям для удержания старых клиентов и привлечения новых следует широко использовать различные программы лояльности, в виде бонусов и скидок.

Для оценки влияния произведённых законодательных изменений на исследуемую сферу предпринимательства, представителям десяти оптовых компаний, осуществляющих оптовую реализацию вина на новосибирском рынке, был задан вопрос: «Как на Ваш бизнес повлияли изменения в области алкогольного регулирования?». Значительное большинство (70%) ответило: «Негативно»; 20% отметили позитивные изменения, такие как: увеличение спроса на реализуемую продукцию и повышение финансовой дисциплины оптовых покупателей; 10% оценивают перемены неоднозначно.

В оптовом торговом звене, реализующем алкогольную продукцию, в настоящее время происходит ряд значительных перемен, но, не смотря на антиалкогольную политику государства, данная сфера предпринимательства была, есть и будет одной из самых прибыльных.

#### *Список литературы*

1. **Брынцев А. Н.** Будущее оптовых компаний // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2008. № 2. С. 77-81.
2. **Брынцев А. Н.** Эволюция оптовых компаний в России // Конъюнктура товарных рынков. 2010. № 3. С. 42-45.
3. **Долгова О. А.** Росалкоголь продолжает консолидировать локальный рынок [Электронный ресурс]. URL: <http://fin.izvestia.ru/comp/article1274054>
4. **Косолапова Т. А.** Алкогольный рынок выдыхается // Российская торговля. 2009. № 11-12. С. 16-17.
5. **Крылов А. В., Кулешова И. С.** Как рекламировать крепкие алкогольные напитки // Реклама: теория и практика. 2006. № 1. С. 2-9.
6. **Кузьмичева М. Б.** Перспективные формы развития оптовой торговли // Справочник руководителя торгового предприятия. 2009. № 1. С. 46-50; № 2. С. 40-46.
7. **Максименко О. В.** На алкогольном рынке новый передел [Электронный ресурс]. URL: <http://www.customsunion.ru/info/2736.html>
8. **Налоговый кодекс Российской Федерации:** части первая и вторая: ред. от 21.04.2011. М.: Омега-Л, 2011. 583 с.
9. **Новиков О. А.** Возродится ли опт? Состояние, тенденции и факторы, влияющие на развитие оптового комплекса РФ // Справочник руководителя торгового предприятия. 2009. № 1. С. 38-44.
10. **Остапович Г. В., Лола И. С.** Осторожный оптимизм // Российская торговля. 2010. № 12. С. 14-17.
11. **Российский статистический ежегодник:** стат. сб.: офиц. изд. М., 2010. 813 с.
12. **Федеральный закон № 381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».** М.: Эксмо, 2009. 24 с.
13. **Ханин Г. И., Фомин Д. А.** Оптовая торговля в современной России // Проблемы прогнозирования. 2007. № 5. С. 42-62.