



Степанов Вадим Григорьевич

О торговле и торгашах

Степанов Вадим Григорьевич

кандидат экономических наук, доцент

Директор по R&D, руководитель проектов **INFORT Group**

Член общественно-экспертного совета по малому и среднему предпринимательству при главе Администрации г. Тула

Эксперт Единого центра предпринимательства Санкт-Петербурга

svg@infort-group.ru

О торговле и торгашах



Недавно на глаза попала статья одного известного российского экономиста. Речь в ней шла о необходимости развития реального сектора экономики России, об индустриализации и национализации, о финансовых спекулянтах, которые губят нашу страну. Однако нас привлекло не содержание статьи, а её название: «Основную массу людей кормят не торгаши, а поля и заводы».

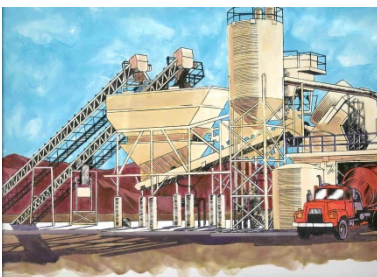
Почему автор, кстати, доктор экономических наук, использует такой явно ненаучный термин, как «торгаш», и так противопоставляет значимость различных отраслей нашей экономики и, фактически, деятельность работающих в них людей? То есть, эти - труженики, кормильцы, а эти - торгаши, кровопийцы. А потому, что он к тому же и политик, и хочет понравиться своей аудитории читателей, которая, очевидно, в большинстве своем солидарна с автором.

Не скроем, название статьи (именно название, а не содержание), такое противопоставление задело.... Задело потому, что мы работаем

в сфере торговли с 1990 года, и как предприниматели, и как консультанты – разработчики технологий управления, и как преподаватели и научные работники, и поэтому хорошо понимаем истинную значимость этой отрасли экономики для нашей страны.

А ещё мы знаем, что такое отношение к торговле распространено не только среди широких масс населения, которое повсеместно сталкиваясь с низким качеством торгового обслуживания, естественно переносит своё негативное отношение с конкретного продавца на всю сферу торговли.

Некое пренебрежительное отношение к торговле, а точнее – к продажам, как к элементу торговой деятельности и виду профессиональной деятельности людей, мы наблюдаем и среди экономистов – деятелей науки и работников образования, и даже среди руководителей производственных предприятий. Так в течение многих лет нередко мы слышали примерно следующее: «Ничего не понимаю! Мой завод выпускает такую качественную и нужную людям продукцию, а её не покупают...».



Да, дорогой директор, её не покупают, потому что вы не продаёте. Вы не умеете продавать, потому что относитесь к торговле, к продажам, как к нечто не важному, не серьёзному. Ну как же, вы – Производитель Продукта (всё с большой буквы). Но вы забываете, что любой продукт становится товаром только тогда, когда он попадает в систему торговли, то есть к торгашам. И в бухгалтерской отчётности вашего завода, в отчёте о финансовых результатах есть строка «Прибыль (убыток) от продаж», но нет строки «Прибыль (убыток) от производства». И только становясь товаром и будучи проданным, продукт получает реальное признание своих потребителей и оценку своей социальной значимости.

Но вернёмся к вопросу, почему же у нас в обществе сложилось такое в целом неуважительное отношение к торговле, и к продажам в первую очередь?

Если объяснять просто, то потому, что продажи – это сложно и, вообще говоря, не всем дано уметь продавать, если конечно продавать хорошо. Ну, скажем, в рознице, если просто заниматься отпуском товаров, как со склада – так это ведь не продажи. А вот если профессионально работать с покупателями, то это уже сложно и не все готовы учиться, и не все могут научиться в силу своих личных качеств и способностей.



Люди часто воспринимают профессиональную работу продавца как втюхивание, навязывание, обман. Но только плохие продавцы (с маленькой буквы) действительно втюхивают, навязывают и обманывают. Другие, более «совестливые» плохие продавцы объясняют: «не хочу навязывать покупателям ненужные им товары и, поэтому, молчу и мычу». А вот профессионалы, Продавцы (с большой буквы), помогают покупателю приобрести к костюму – галстук, к парацетамолу – витамин С, к джинну – тоник, к смартфону – чехол.

К сожалению, как и во всех профессиях, продавцов-профессионалов – единицы. Поэтому мы, как покупатели, больше сталкиваемся с

плохими продавцами и делаем соответствующие выводы относительно всей нашей торговли.

Ну, а если более глубоко разбираться в этой проблеме, то...



Знаменитое российское купечество со своими традициями и технологиями торговли закончилось в 1917 году. А, далее, – провал в 75 лет, когда в условиях тотального дефицита товаров высокое качество обслуживания было особенно и не нужно. И именно дефицит и откровенно низкие зарплаты торговых работников порождали такие негативные явления в торговле, как обсчитывание, обвешивание, воровство и фарцовку. Соответственно, торговля в отличие от других отраслей советской экономики воспринималась как что-то «не наше, не советское»: Рабочий, Строитель, Крестьянин – Трудящийся (с большой буквы), работник советской торговли – «расхититель социалистической собственности».

Появившиеся в конце 80-х торговые кооперативы также не прибавили популярности отечественной торговле в глазах трудящихся масс. Далее – «проклятые» 90-е, когда в торговлю, в продажи шли все, у кого не вышло продолжить работать по специальности, кто не смог найти себя в науке и производстве, искусстве и образовательной деятельности, кто не смог сохранить себя в качестве инженера, учителя, врача.



Очень многие занялись продажами вынужденно, толком не понимая и никак не признавая, что продажи – это такая же профессия, как и другие. Что это профессия, которой нужно учиться, осваивая соответствующие техники продаж, изучая психологию («неужели!»), развивая свою коммуникабельность и эмпатию к людям («а это то зачем? Ненавижу...»). Многие думали, что их работа в продажах – это ненадолго. Но оказывалось, что навсегда.

Очевидно, что и в последующие «тучные» и не очень годы в сфере отечественной торговли в этом плане так ничего принципиально и не изменилось.

Да, крупные предприятия торговли могут позволить себе внедрять современные технологии продаж и осуществлять необходимое обучение торгового персонала, приглашая опытных тренеров по продажам, консультантов и психологов. Но современная торговля –



это, в первую очередь, тысячи предприятий микро, малого и среднего бизнеса, которые и не могут, и часто не хотят заниматься обучением своего персонала – ни продавцов, ни управленцев. И если работники таких предприятий не готовы самостоятельно обучаться, если они предполагают, что это им не нужно или что их работа в продажах только временная, то мы, как покупатели, получаем явную проблему со своим обслуживанием, а как «народ», формируем для

себя негативное отношение и к профессии продавца, и к сфере торговли в целом.

Ну а с другой стороны, почему предпринимателям и работникам надо искать где-то частных тренеров и консультантов по продажам, которые помогут, подскажут, обучат? И насколько системным, комплексным будет такое обучение?



Да и разве только общими знаниями организации торговли и техникой продаж ограничивается обучение специалиста торговли? А как же быть, например, с такими разделами знаний, как товароведение, экономика и финансы, маркетинг, менеджмент, количественные методы и информационные технологии? Эти знания относятся к средне-специальному и высшему торговому образованию, и обязательны для управленца и специалиста современного предприятия торговли. Если

же таких знаний нет, то мы слышим: «я маркетолог, а не экономист», «а как считаются показатели оборачиваемости запасов?», «в чём разница между наценкой и маржей? а между доходом и прибылью?».

А где же государственная система подготовки торговых кадров, управленцев и специалистов, доступная, в первую очередь, для малого и среднего бизнеса? А нет системы...



В 1930 году в нашей стране был открыт Центральный институт заочного обучения Наркомторга СССР, который до 1992 года назывался Заочный институт советской торговли (ЗИСТ), а начиная с 1992 после нескольких переименований (МКИ, МКУ, МГУК), в 2002 году получил название «Российский государственный торгово-экономический университет» (РГТЭУ). Ещё в годы существования СССР ЗИСТ включал сеть филиалов и консультационных пунктов во многих городах стра-

ны, а к 2012 году уже РГТЭУ стал одним из крупнейших отечественных ВУЗов за счёт наличия, помимо московской площадки, 27 филиалов и институтов, расположенных во многих регионах РФ от Смоленска до Южно-Сахалинска.



В начале 30-х был образован и Ленинградский институт советской торговли имени Ф. Энгельса (ЛИСТ), который в 1992 года был переименован в Санкт-Петербургский торгово-экономический институт (СПБТЭИ), а затем – в Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет (СПБТЭУ).

Помимо этого ряд экономических средне-специальных и высших учебных заведений страны выпускали специалистов и управленцев для советской торговли.

Таким образом, в СССР была выстроена стройная система повышения квалификации работников торговли, получения ими высшего образования, в первую очередь, без отрыва от работы в форме заочного, а также очного обучения. То есть в условиях советской системы плановой экономики, в условиях отсутствия рыночных отношений и тотального дефицита товаров было понимание, что для сферы торговли необходимы профессиональные управленцы и специалисты-практики, а также научные кадры, занимающиеся созданием новых знаний для этой отрасли экономики.

Сейчас же, в условиях рынка и естественной необходимости в современной высокотехнологичной торговле, требующей профессиональных кадров, вдруг оказалось, что такого понимания нет. Поясним.

Созданная в СССР система торгового образования со всеми своими проблемами девяностых и нулевых годов просуществовала до начала 2010-х. А в 2012 году РГТЭУ был «неожиданно» реорганизован и присоединён к Российскому экономическому университету (РЭУ) им. Г. В. Плеханова, который, вообще говоря, не был связан с торговлей ни в образовательном, ни в научно-практическом аспектах. В результате в РЭУ на сегодняшний день осталось только 15 филиалов с учётом того, что у самого ВУЗа в 2012 году уже было несколько своих. К тому же оставшиеся от РГТЭУ филиалы сильно сократились по количеству учащихся и уже давно не ориентированы на торговое образование.

Аналогичная ситуация и с СПбТЭУ. В 2015 году ВУЗ был реорганизован путём присоединения к Санкт-Петербургскому политехническому университету Петра Великого в качестве структурного подразделения и сейчас называется «Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого». Уже из названия понятно, на каком месте в этом ВУЗе стоят вопросы торгового образования.



В результате некогда стройная система торгового образования и научных знаний в виде наличия самостоятельных торгово-экономических ВУЗов нивелировалась до наличия в нескольких учебных заведениях страны направления подготовки бакалавров «Торговое дело» и аналогичных магистерских программ.

А потом мы удивляемся, почему у нас в торговле такая нехватка профессиональных кадров управленцев и специалистов, почему мы внедряем у себя технологии, как правило, западных торговых компаний, и почему мы – торгоши...

Список литературы

1. **INFORT Group** – Технологии и системы управления бизнесом [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.infort-group.ru>.
2. Степанов В. Г. Модели и технологии последовательного управления продвижением. // Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, OmniScriptum GmbH&Co. KG, Saarbruken, Deutschland, 2014.
3. Степанов В. Г. Информационные технологии управления продажами и маркетингом. // Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH&Co. KG, Saarbruken, Deutschland, 2013.
4. Количественные методы и инструментальные средства в экономике и торговле. Монография / Под ред. В. Г. Степанова. – Тула: Издательство «Эконом», 2013.
5. Степанов В. Г. Информационные технологии управления в торговле: алгоритмы и методы решения задач на компьютере. Язык программирования ALLite. Монография. – Тула: Издательство «Эконом», 2013.
6. Степанов В. Г. Основы информационных технологий управления бизнес-процессами. / Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH&Co. KG/Saarbruken, Deutschland / Германия, 2013.
7. Степанов В. Г. Анализ и оптимизация систем обслуживания в торговле. / Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH&Co. KG/Saarbruken, Deutschland / Германия, 2015.
8. Степанов В. Г., Степанова Т. В. Основы бизнес-анализа на компьютере. / Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, OmniScriptum GmbH&Co. KG, Saarbruken, Deutschland / Германия, 2015.
9. Степанов В. Г., Степанова Т. В. Бизнес-анализ на компьютере: профессиональные вычисления в Excel. / Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, OmniScriptum GmbH&Co. KG, Saarbruken, Deutschland / Германия, 2017.
10. Степанов В. Г., Степанова Т. В. Информационные технологии управления: профессиональная работа в Word. / Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, OmniScriptum GmbH&Co. KG, Saarbruken, Deutschland / Германия, 2017.
11. Экономический анализ в торговле: учеб. пособие / Баканов М. И., Степанов В. Г. и др.; под ред. М. И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 400 с.: ил.
12. M. I. Bakanov, V. G. Stepanov Information technologies to control the quality of functioning of servicing systems in trade. // Audit and Financial Analysis, fourth quarter of 2000, – с. 144-152.
13. Степанов В. Г. Математическая теория массового обслуживания. / Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных управленческих решений, финансовое прогнозирование. Учебное пособие. \ Под редакцией Баканова М. И., Шеремета А. Д. — М.: Финансы и статистика, 2004.
14. Степанов В. Г. Анализ качества функционирования систем обслуживания в торговле. / Экономический анализ в торговле: учеб. пособие / Баканов М. И. [и др.]; под ред. М. И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 400 с.: ил.
15. Баканов М.И., Степанов В.Г. PRE-анализ коммерческой деятельности сети / Аудит и финансовый анализ №2, 2007.
16. Степанов В. Г. Структурный ABC-Price-анализ ассортимента./ В. Г. Степанов // Журнал "Аудит и финансовый анализ", №3, 2007. – с. 205-214.
17. Степанов В. Г. САТМ – комплексный анализ целевого рынка // Аудит и финансовый анализ. – 2007, № 4, – с. 360-370.
18. Степанов В. Г. Алгоритмы и методы решения задач на компьютере. Язык программирования ALLite: Учебное пособие / В. Г. Степанов. – Тула: Тульский филиал РГТЭУ, 2009. – 174с.

19. Степанов В. Г. Анализ коммерческой деятельности торговой сети. // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2007, Вып. №6, с. 60-64.
20. Степанов В. Г. Информационные технологии управления обеспеченностью продаж: технология **INFORT Group Storekeeping**. // IX Румянцевские чтения «Экономика, государство, общество в XXI веке». Материалы конференции. Часть 1. М.: РГТЭУ, 2011.
21. Степанов В. Г. Модели и методы оптимального планирования ассортимента и товарооборота. // Теория и практика современной торговли. Часть 2. [Текст]: Сборник научных работ / Под ред. д.э.н., проф. В. И. Зудина. – Тула: Тульский филиал РГТЭУ, 2009. – с. 204-221.
22. Степанов В. Г. Управление продажами: анализ и планирование ассортимента. // Сборник научных трудов Тульского филиала РГТЭУ «Экономика России: теория и практика». — Тула: ИПП «Гриф и К», 2004. – с.110-121.
23. Степанов В. Г., Степанова Т. В. Системы управления товарными запасами на предприятиях торговли: основные принципы построения и показатели функционирования. // Экономика России: теория и практика: Сборник научных трудов Тульского филиала РГТЭУ. / Под ред. д.э.н., проф. В. И. Зудина. – Тула: ИПП «Гриф и К», 2004. – с. 122-129.
24. Степанов В. Г., Степанова Т. В. Интегрированный брендинг: основные принципы создания имени // Экономико-правовые аспекты эффективного обеспечения предпринимательской деятельности в России: Сборник научных статей Тульского филиала РГТЭУ. – Тула: ИПП «Гриф и К», 2006.
25. Степанов В. Г., Степанова Т. В. Информационные технологии управления продажами и товарными запасами в торговых сетях. // Теория и практика современной торговли: Сборник научных трудов./ Под ред. д.э.н., проф. В. И. Зудина. – Тула: ТФ РГТЭУ, 2008. – с. 162-176.
26. Степанов В. Г. , Степанова Т. В. и др. Об эффективности информационных технологий управления закупками. // Концепт. – 2015. – Спецвыпуск № 06. – ART 75098. – 0,5 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/75098.htm>. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.
On the effectiveness of information technology procurement management / DOAJ – Lund University: Koncept : Scientific and Methodological e-magazine. – Lund, №3, 2015 – ISSN(s): 2304-120X (Department of general mathematical and natural sciences REU the Plekhanov, Tula). – URL: <http://www.doaj.net/3819/>
27. Степанов В. Г. , Степанова Т. В. и др. О технологии выхода на новый региональный рынок. Концепт. – 2015. – Спецвыпуск № 06. – ART 75098. – 0,3 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/75099.htm>. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.
On the technology of entering a new regional market / DOAJ – Lund University: Koncept: Scientific and Methodological e-magazine. – Lund, №3, 2015 – ISSN(s): 2304-120X (Department of general mathematical and natural sciences REU the Plekhanov, Tula). – URL: <http://www.doaj.net/3820/>
28. Степанов В. Г., Юрищева Н. А. и др. Об управлении ассортиментом в условиях внешнеэкономической деятельности предприятия торговли. Концепт. – 2015. – Спецвыпуск № 06. – ART 75098. – 0,5 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/75101.htm>. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.
Managing assortment in terms of foreign economic activity of the enterprise trade / DOAJ – Lund University: Koncept : Scientific and Methodological e-magazine. – Lund, №3, 2015 – ISSN(s): 2304-120X (Department of general mathematical and natural sciences REU the Plekhanov, Tula). – URL: <http://www.doaj.net/3822/>
29. Степанов В. Г. , Степанова Т. В. Критерии и модели оптимального управления товарными запасами/. [Электронный ресурс] / Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 3. – С. 153–161. – URL: <http://e-koncept.ru /2017/770259.htm>.
30. Степанов В. Г. О маркетинговом подходе к ценообразованию. / Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 3. – С. 162–173. – URL: <http://e-koncept.ru /2017/770260.htm>.

31. О концепции последовательного управления продвижением / Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2017. – URL: https://mcito.ru/publishing/teleconf/tula_8/submitted.html.
32. Степанов В. Г., Трохимчук А. В. К вопросу об управлении запасами в аптеке. / Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2017. – URL: https://mcito.ru/publishing/teleconf/tula_8/submitted.html.
33. Степанов В. Г., Степанова Т. В. О проблемах реализации образовательных программ поддержки субъектов малого (микро-) и среднего предпринимательства. / Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2017. – URL: https://mcito.ru/publishing/teleconf/tula_8/submitted.html.
34. Степанов В. Г. О концепции последовательного управления продвижением. [Электронный ресурс], 2018. – URL: <http://www.infort-group.ru>.
35. Степанов В. Г. О принципах и системе управления ассортиментом предприятия торговли. [Электронный ресурс], 2019. – URL: <http://www.infort-group.ru>.
36. Степанов В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия торговли. [Электронный ресурс], 2020. – URL: <http://www.infort-group.ru>.
37. Степанов В. Г. Об эффективности маркетинговых исследований. [Электронный ресурс], 2020. – URL: <http://www.infort-group.ru>.
38. Степанов В. Г. О некоторых факторах, влияющих на производительность труда в торговле. [Электронный ресурс], 2020. – URL: <http://www.infort-group.ru>.
39. Степанов В. Г. Пятый элемент как фактор конкурентоспособности предприятия торговли на рынке. [Электронный ресурс], 2020. – URL: <http://www.infort-group.ru>.
40. Степанов В. Г. О структуризации персонала, как факторе роста производительности труда и конкурентоспособности предприятия на рынке. [Электронный ресурс], 2020. – URL: <http://www.infort-group.ru>.
41. Степанов В. Г. О кадровых проблемах предприятий и бродячих специалистах. [Электронный ресурс], 2020. – URL: <http://www.infort-group.ru>.
42. Степанов В. Г. О системе управления и клубе джентльменов. [Электронный ресурс], 2020. – URL: <http://www.infort-group.ru>.
43. Степанов В. Г. О телефонном маркетинге и CRM-системах. [Электронный ресурс], 2020. – URL: <http://www.infort-group.ru>.
44. Степанов В. Г. Об управлении товарными запасами. [Электронный ресурс], 2022. – URL: <http://www.infort-group.ru>.