

К ВОПРОСУ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ В РЕГИОНЕ

В статье рассматривается внутренняя торговля как важнейшая сфера жизнеобеспечения и способ повышения качества жизни населения региона. Она взаимосвязана как с отдельными отраслями, так и со всей экономикой страны и отдельных регионов для достижения рыночного равновесия объемов, видов и качества предложения товаров и услуг требуемым объемам, видам и качеству спроса на потребительском рынке.

Ключевые слова: регион, внутренняя торговля, отрасли экономики, рынок, равновесие, качество, предложение, спрос, товары и услуги, объемы, потребительский рынок.

Главным фактором в рыночном хозяйстве является торгово-коммерческая деятельность. В условиях свободных рыночных отношений все большее значение приобретают сфера услуг, торговля и коммерческая деятельность. Покажем содержание данных понятий в рыночной экономике.

В сфере услуг происходят изменения, которые в конечном счете должны привести к формированию комплексного рынка товаров, созданию эффективного рыночного механизма. Данному процессу способствует развитие торгово-сбытовой системы услуг, их интеграция, образование ритейлерских структур, возникновение новых видов торговых предприятий и организаций. Рынок служит для связи сферы производства со сферой потребления, обеспечения оптимальных пропорций между ними, ориентации производства на удовлетворение повышающихся нужд потребителей. Для этого необходим цивилизованный рыночный механизм, оптимально регулирующий товарно-денежный обмен, формирующий современный маркетинг, который позволяет сориентировать производство и распределение товаров и услуг на удовлетворение покупательского спроса с оптимальной рентабельностью сферы торговли.

Современный рынок представляет собой единую систему с определенной иерархией – глобальный рынок, превращающийся в рынок транснациональных корпораций, с прочными взаимосвязями и определенными пропорциями между всеми его секторами [3]. При этом необходимо отметить, что рынок торговой продукции

является составной частью данного рынка как единого целого, который охватывает также рынки инвестиций, ценных бумаг, рабочей силы и прочие виды рынков.

В экономической литературе иногда объединяют понятия рынка и торговли. По мнению автора, термины «торговля» или «торговая сфера» в экономике имеют два семантических уровня: во-первых, торговля – это происходящий в пространстве и времени процесс товарно-денежного обмена, то есть торговля является главной функцией рынка. А во-вторых, торговля – это отрасль народного хозяйства страны, в которой осуществляется процесс перемещения товаров и услуг из сферы производства в сферу обращения, а затем их реализация покупателям [4]. В отрасли торговли для реализации товаров и услуг формируются необходимые затраты труда, капитала, образуется прибыль, каналы товародвижения, функционирует материально-техническая база. Торговля выступает в качестве посредника между сферой производства и сферой потребления. Также в литературе иногда под торговлей понимают рыночную инфраструктуру.

Если рассматривать понятие «рынок», то его границы значительно шире понятия «торговля», в связи с тем что он представляет собой всю совокупность отношений купли-продажи и охватывает следующие сферы: производство, распределение, обмен и потребление [5]. С торговой деятельностью на рынке раскрывается вся его социально-экономическая сущность, где субъекты – уже не абстрактные понятия, а реально су-

* © Безлепкина Н.В., 2016

Безлепкина Наталья Валерьевна (kafecon@mail.ru), кафедра экономики инноваций, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, 443086, Российская Федерация, г. Самара, Московское шоссе, 34.

ществующие контрагенты обменных операций торговли. Торговая деятельность всегда производилась на рынке и при участии рынка. Таковы подходы к взаимодействию экономических категорий «рынок», «торговля», «обмен».

Особенностью процессов, которые происходят в сфере обращения, становится тот факт, что результатом ее деятельности является не создание продуктов и оказание услуг, а полное удовлетворение покупательского спроса, оказание посреднических услуг производителям и потребителям, а также то, что эффект от ее деятельности проявляется не только в самой этой сфере, но и в сопряженных отраслях и сферах других видов деятельности. От наполнения рынка товарами и услугами, их своевременной реализации зависят возможности развития всех видов производства, качество и уровень удовлетворения потребностей [3].

Необходимо отметить и то обстоятельство, что в сфере торговли формируется дебиторская задолженность, увеличивающая финансовый цикл предприятия по производству товаров и услуг, тем самым понижающая его финансовое состояние – уровень платежеспособности, что косвенно отражается и на состоянии самой торговли, а именно – способствует появлению монопольных рынков и повышению уровня цен при прежнем уровне оплачиваемого спроса потребителей.

В нашей стране до 1993 года ведущей формой торговли товарами народного потребления являлась государственная торговля, обслуживающая преимущественно городское население. Торговли в виде отрасли рыночной экономики в стране не было. При этом господствующей точкой зрения было то, что законы спроса и предложения в российской экономике не действуют, их просто не существует, они «побеждены» законом планомерного и пропорционального развития народного хозяйства страны.

Наряду с этим в условиях рынка торговле принадлежит роль связующего звена между потреблением и производством. Формирование и развитие рынка потребителя, повышение конкуренции, трудностей в реализации продукции обязывают фирмы больше внимания уделять изучению конъюнктуры на рынке [3]. Эти условия неизбежно приводят к повышению роли торговли и придают ей новые функции.

Главной задачей сферы торговли является формирование, распределение и движение материальных ресурсов из отрасли производства в отрасль потребления таким образом, чтобы это обеспечи-

вало своевременное предложение товаров и услуг в нужном месте, в необходимом количестве, требуемого ассортимента и качества [2].

Для осуществления данной задачи торговля выполняет ряд функций, к которым относятся [2]:

- поддержание необходимого баланса между спросом и предложением на рынке услуг;
- распределение продуктов потребления в пространстве (на территории) – концентрация расстояния;
- формирование хозяйственных связей с поставщиками продукции;
- реализация товаров и услуг;
- хранение товаров в течении времени – синхронизация ритма производства и потребления продукции;
- компенсация всех различий, имеющих в объемах производства и потребления продукции;
- ориентация на потребителя и качество продукции;
- формирование необходимого товарного ассортимента;
- освоение и создание новых рынков, стимулирование сбыта продукции;
- организация и обеспечение рекламы;
- предоставление необходимой информации о рынке и о продукции;
- снижение издержек в сфере потребления;
- организация и проведение рыночных исследований (маркетинг);
- предоставление определенного вида сервисных услуг.

Следовательно, в условиях рынка торговля играет особо активную роль. С ее помощью производители продукции и услуг получают необходимую информацию о потребностях потребителей и изменениях спроса на выпускаемую продукцию, в результате чего происходит стимулирование производства определенных товаров. А также наоборот – сфера торговли порождает новый спрос, предлагая рекламу новых изделий, и их продвижение на рынке.

Торговля – это одна из крупнейших отраслей экономики страны по числу занятости, по объему функционирования и вкладу в общий экономический потенциал страны. Сфера торговли объединяет предприятия оптовой, розничной деятельности, общественного питания, где численность трудовых ресурсов составляет порядка 20 % от общего числа занятых в народном хозяйстве страны, другими словами, отрасль обеспечивает рабочими местами около 23 млн человек [4].

Необходимо отметить роль торговли и в экономической жизни государства: ее доля в ВВП поднялась с 5 % в 1993 году до 24 % в 2015 году [4]. Общий удельный вес торговли в совокупном ВВП превосходит по объему все сферы деятельности государства, занятые производством потребительских товаров. В рейтинге основных видов деятельности по наполнению бюджета государства торговля занимает ведущую позицию, уступая только топливной промышленности.

Далее необходимо остановиться на том, что торговля является коммерческой деятельностью в условиях рынка. Понятие коммерческой деятельности впервые было предложено Гарвардской школой бизнеса в 1958 году: «Коммерческая деятельность необходима для того, чтобы с определенной прибылью удовлетворить все потребительские требования» [8]. Суть предлагаемой логики можно раскрыть как куплю-продажу товаров, которые нацелены на рыночный спрос и получение определенной прибыли.

Коммерческая деятельность находит свое выражение в различных проявлениях, поэтому далее необходимо определить ее основу, базис. Данный подход позволяет наиболее точно представить сущность и конкретизировать определенные возможности коммерции в торговле. В работах отечественных специалистов можно встретить различные определения коммерческой деятельности (см. таблицу).

Особый интерес представляет высказывание основоположника французской административной школы экономики Анри Файоля: «Коммер-

ческая деятельность (искусность) определяется глубоким знанием рынка и сил своих соперников (конкурентов), а также дальним предвидением и осуществлением практики соглашения [8]. Требуемая коммерческая функция должна заботиться о том, чтобы торговые цены, определяемые высшим руководством, не являлись источником определенных опасных заблуждений».

Профессор И. Шерр, основоположник Берлинской коммерческой школы в своей книге «Учение торговли» приводит с критическую фразу: «Данная книга должна всем своим содержанием доказать, что коммерческое стремление только к наживе не является предметом науки о торговле» [8].

В последнее время вся зарубежная практика говорит о том, что коммерция является движущим фактором всего потребительского рынка, а именно: коммерция рассматривается как определенная система взаимодействия каналов закупки, сбыта и движения товара, удовлетворения запросов потребителей, которые формируют коммерческое дело в широком смысле данного слова. Можно с уверенностью сказать, что коммерция не ограничивается заранее определенными пределами, она постоянно повышает свои возможности, а также возможности сферы влияния торговли.

Исследователями из США М. Портером и Р. Нортон подчеркивается стратегический подход к решению задач коммерции. Они полагают, что коммерция уже давно вышла за пределы ее традиционно узкого понимания и имеет гораздо большее стратегическое предназначение [7].

Таблица 1

Подходы к понятию коммерческой деятельности [8]

№ п/п	Понятие	Содержание
1	Коммерция	Торг, торговля, торговые обороты, прибыль, промыслы
2	Коммерческая деятельность	Товарный и денежный обмен, в процессе которого товары от производителя переходят в собственность сферы торговли, с ориентацией на удовлетворение рыночного спроса
3		Это то, что обеспечивает максимальную выгоду от торговой сделки для всех участвующих партнеров при первоочередном удовлетворении запросов потребителей
4		Это особый вид деятельности, который связан с реализацией товаров и от которого зависят все конечные результаты деятельности предприятия
5		Это оперативная(производственная) и организационная деятельность по выполнению операций обмена товарами и другими материальными ценностями с целью удовлетворения потребителей и получения определенной прибыли

Таким образом, коммерция в своих направлениях и действиях, а также осуществляемых операциях неисчерпаема.

Представив анализ различных точек зрения исследователей-экономистов, приходим к выводу, что различные понятия торговой деятельности определяются ее процессной многоаспектностью. Категория торговли может рассматриваться с позиции бизнесмена, предпринимателя, производственника, экономиста, маркетолога, финансиста и др. Наряду с этим формирующее значение имеют наука, инновации, практика, технологии, уровень развития рынков, их глобализация, сфера применения коммерции. Но, несмотря на определенные различия, многие экономисты имеют общую точку зрения, выражающуюся в том, что сущность торговли сводится к купле и продаже товаров (услуг) в сфере обращения с учетом рыночного, покупательского спроса, где основная формула всех коммерческих сделок, а также товарно-денежных отношений – это обмен товаров (услуг) на деньги при их продаже и денег (платы) за товар при покупке.

Таким образом, купля-продажа продукции, выполнение работ, оказания услуг, а также обусловленная смена форм собственности представляются в работе как важная часть осуществляемой торговой деятельности. Но закупка продукции, а также обменные операции с поставщиками продукции (услуг) не исчерпывают полного многообразия торговых функций. Комплексное исследование торговли сводится к полному охвату всех этапов от производства продукции до ее конечного потребления. Но при всем этом торговый механизм должен иметь направленность на удовлетворение интересов и спроса потребителей.

В основе необходимых условий формирования торговой деятельности объективной реальностью выступают рыночные отношения и технология продвижения продукции от производителя к потребителю. Торговля является своеобразным индикатором состояния экономики.

Таким образом, можно четко сформулировать, что торговля – это коммерческая, обменная деятельность, осуществляемая на инициативных условиях с целью получения прибыли. А теория торговой деятельности ориентирована на исследование сущности коммерческих явлений, определения основополагающих предпосылок для осуществления коммерческой деятельности, выявления основных факторов и индикаторов комплексного развития коммерческого дела [2].

Торговля всегда ассоциируется с рыночной экономикой и товарно-рыночными отношениями. Торговой деятельности свойственны свои правила и свои принципы. Главный принцип торговли – это соединение определенными коммерческими действиями всех этапов движения продукции от производителя к потребителю, обеспечение снижения затрат обращения и получение конкретной прибыли от реализации продукции. Чем полнее принципы коммерции (торговли) сочетаются с рыночными экономическими проявлениями и закономерностями, тем эффективнее функционирует торговая система. А в результате эффективного функционирования торговли зарождаются новые условия для динамичного развития экономики.

Механизм организации торговли строится на саморегулировании, в котором определяющая роль диктуется экономическими целями. Торговая самостоятельность формируется благодаря выбору способов и приемов, направленных на непосредственное развитие всей хозяйственной деятельности определенного рынка. Данная позиция ведет к образованию целевого производства и целевого потребления продукции. Торговля с присущими ей свойствами является реальной необходимостью деятельности рынка.

Основными регуляторами торговли являются конъюнктура рынка и рыночная среда. Отметим, что сама торговля обладает свойствами автономности и регулирует имеющиеся ограниченные экономические ресурсы. Следовательно, в условиях организованного рынка торговля выступает связующим звеном между всеми субъектами хозяйствования, а рыночное пространство, другими словами, собственно рынок, позволяет всем участникам торгового оборота успешно функционировать при условиях взаимной заинтересованности. В связи с тем что основными участниками торговой деятельности являются не только предпринимательские структуры, но и государство, задачи развития коммерческой деятельности хозяйствующих субъектов рынка необходимо исследовать в сочетании с интересами всех участников [1].

Демократизация сферы торговли и свобода организации предпринимательской деятельности возродили индивидуальность, предприимчивость и коллективную инициативу участников, моральную и материальную заинтересованность работников сферы торговли, что позволило активизировать всю их деятельность на территориальных потребительских рынках. Предприятия

сами определяют и решают свои хозяйственные вопросы, осуществляют сделки, которые, по их мнению, являются выгодными, что, в свою очередь, повышает их доходность. Также изменился и характер хозяйственных отношений торговли с другими сферами и объектами рынка на базе сочетания интересов предприятий торговли и территорий. В данной связи более актуальным является регулирование торговых отношений участников предпринимательской деятельности. В этих целях необходимо обеспечить не только реализацию прав граждан, организаций и предприятий на организацию и ведение предпринимательской деятельности, но также и их защиту от недобросовестных проявлений конкуренции и ущемления прав участников [1].

В данном случае приоритетная роль отводится государству, в связи с тем, что эффективное развитие торговли не может осуществляться без выполнения определенного комплекса мер по развитию правовой среды, где она осуществляет свое функционирование. В настоящий период происходит усиление государственного регулирования экономики в направлениях содействия становлению и развитию предпринимательства, формирования организационных форм сотрудничества государственных органов с бизнесом, обеспечения оптимального варианта сочетания государственного и рыночного механизма регулирования деятельности субъектов экономики [4].

Нормативно-правовыми актами, где отражено регулирование торговой деятельности и взаимодействия субъектов хозяйствования, выступают: Конституция РФ, Гражданский, Административный и Уголовный кодексы РФ; Трудовой кодекс РФ; нормативно-правовые акты отраслевого регулирования торговли; указы, отдельные постановления, положения торговой деятельности; Кодекс корпоративного поведения; коммерческие договоры [1–5].

Кроме этого, в настоящее время в сфере торговли установлены законодательные нормы государственного контроля и надзора за соблюдением требований права в области метрологии, стандартизации, сертификации и защиты прав потребителей за счет принятия следующих законов: «Об обеспечении единства измерений», «О стандартизации», «О рекламе», «Об антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур» и т. д. [5].

Наряду с ними среди подзаконных нормативных актов основную роль в системе гражданского права играют законодательные акты, изданные Президентом и Правительством Российской

Федерации, которые регулируют вопросы банковской, биржевой, таможенной, валютно-финансовой, инвестиционной, инновационной, внешнеэкономической деятельности, а также налогообложения и ценообразования. К политике государственного регулирования относятся ФЗ: «О лицензировании отдельных видов деятельности», «Правила продаж отдельных видов товаров», «Правила оказания услуг общественного питания», «Правила продажи гражданам товаров длительного пользования в кредит» [4].

Главной государственной службой надзора за соблюдением правил и норм торговли, порядка формирования цен, качества и безопасности товаров потребления являются Роспотребнадзор, Госторгинспекция, Министерство экономического развития и торговли РФ. Объектами контроля становятся организации, предприятия и учреждения торговли независимо от ведомственной принадлежности и форм собственности, а также граждане, производящие товары и оказывающие услуги.

Перечисленные и иные задачи государственного участия в организации и регулировании коммерческой деятельности в своей реализации должны опираться на демократические начала экономики, не быть чрезмерными, не препятствовать развитию инициативы и форм предпринимательской деятельности в торговле. И самое главное, быть достаточными для обеспечения реализации прав и защиты граждан, предприятий и организаций – участников товарообменных операций.

С учетом перехода экономики РФ на рыночный путь хозяйствования требуются качественно новые подходы к организации торговой деятельности. Глубокие изменения произошли в сфере региональной розничной торговли, которая в настоящее время обслуживает более 85 % населения [8]. Данные изменения коснулись самых различных аспектов торговой деятельности, начиная с решения вопросов информационного обеспечения, формирования продуктового ассортимента, организации хозяйственных связей, заканчивая маркетинговыми мероприятиями и государственным регулированием вопросов торговли, которые не регулируются рынком.

Внутренняя торговля региона является отраслью национальной экономики страны, особым видом осуществления хозяйственной деятельности. Объектом ее деятельности являются купля-продажа товаров, товарообмен, а также обслуживание покупателей. В последнее время начинает развиваться торговля с использованием Интернета и других информационных ресурсов.

Услуги, предоставляемые торговлей, создают все условия для того, чтобы материальные блага стали более доступны для потребителей в определенном качестве и объеме, а также в определенном месте и в определенное время.

Главным объектом деятельности сферы торговли являются потребности человека и всего общества. А непосредственной целью всей торговой деятельности становится прибыль, заключенная в торговой наценке.

К позитивным изменениям, произошедшим в последнее время в торговле, относится и формирование конкурентной рыночной среды.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».
2. Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».
3. Приказ Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 28.07.2010 № 637 «Об утверждении методических рекомендаций по разработке региональных программ развития торговли».
4. Закон Самарской области от 05.07.2010 № 76-ГД «О государственном регулировании торговой деятельности на территории Самарской области».
5. Закон Самарской области от 31.05.2007 № 41-ГД «Об организации розничных рынков на территории Самарской области».
6. Методические рекомендации по разработке региональных программ развития торговли, утвержденные Приказом Минпромторга России от 28 июля 2010 года № 637.
7. Берман Б., Эванс Дж.Р. Розничная торговля: стратегический подход, 8-е изд. / пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. 1184 с.
8. Радаев В.В. Классификация современных форм розничной торговли // Экономическая политика. 2006. № 4. С. 123–138.

References

1. *Federal'nyi zakon ot 28.12.2009 № 381-FZ «Ob osnovakh gosudarstvennogo regulirovaniia torgovoi deiatel'nosti v Rossiiskoi Federatsii»* [Federal Law dated 28.12.2009 №. 381-FZ «On fundamentals of state regulation of trading activities in the Russian Federation»] [in Russian].
2. *Zakon Rossiiskoi Federatsii ot 07.02.1992 № 2300-1 "O zashchite prav potrebitelei"* [Law of the Russian Federation dated 07.02.1992 № 2300-1 «Concerning the Protection of Consumers' Rights»] [in Russian].
3. *Prikaz Ministerstva promyshlennosti i torgovli Rossiiskoi Federatsii ot 28.07.2010 N 637 "Ob utverzhdenii metodicheskikh rekomendatsii po razrabotke regional'nykh programm razvitiia torgovli"* [The Order of the Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation dated 28.07.2010 № 637 «On the approval of methodological recommendations for the development of regional programs for the development of trade»] [in Russian].
4. *Zakon Samarskoi oblasti ot 05.07.2010 № 76-GD «O gosudarstvennom regulirovanii torgovoi deiatel'nosti na territorii Samarskoi oblasti»* [Law of the Samara Region dated 05.07.2010 № 76-GD «On the state regulation of trading activities in the Samara Region»] [in Russian].
5. *Zakon Samarskoi oblasti ot 31.05.2007 № 41-GD «Ob organizatsii roznichnykh rynkov na territorii Samarskoi oblasti»* [Law of the Samara Region dated 31.05.2007 № 41-GD «On the organization of retail markets in the Samara Region»] [in Russian].
6. *Metodicheskie rekomendatsii po razrabotke regional'nykh programm razvitiia torgovli, utverzhdennye prikazom Minpromtorga Rossii ot 28 iulia 2010 goda № 637* [Methodical recommendations on the development of regional programs for trade development, approved by the order of the Ministry of Industry and Trade of Russia dated July 28, 2010, № 637] [in Russian].
7. Berman B., Evans J.R. *Roznichnaia torgovlia: strategicheskii podkhod, 8-e izd. / per. s angl.* [Retail Trade: A Strategic Approach, 8th ed. Translated from English]. M.: Izdatel'skii dom «Vil'iams», 2003, 1184 p. [in Russian].
8. Radaev V.V. *Klassifikatsiia sovremennykh form roznichnoi torgovli* [Classification of modern forms of retail trade]. *Ekonomicheskaiia politika* [Economic policy], 2006, no. 4, pp. 123–138 [in Russian].

*N.V. Bezlepina**

ON THE ISSUE OF INTERNAL TRADE IN THE REGION

Regional trade is the most important sphere of life support and a way of improving the quality of life of the population of the region. Domestic trade is interrelated both with individual industries and with the entire economy of the country and individual regions in order to achieve a market equilibrium of the volumes, types and quality of supply of goods and services to the required volumes, types and quality of demand in the consumer market.

Key words: region, internal trade, branches of economy, market, equilibrium, quality, supply, demand, goods and services, volumes, consumer market.

*Bezlepina Natalya Valerievna (kafekon@mail.ru), Department of Economics of Innovations, Samara National Research University, 34, Moskovskoye shosse, 443086, Russian Federation.