

Р. И. Шакланова, В. В. Юсова

ЭКОНОМИКА ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ

УЧЕБНИК ДЛЯ БАКАЛАВРОВ

Допущено Учебно–методическим отделом высшего образования в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям

Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru

Москва ■ Юрайт ■ 2014

УДК 33
ББК 65.42я73
Э40

Авторы:

Шакланова Раиса Ивановна — кандидат экономических наук, доцент;

Юсова Виктория Викторовна — кандидат экономических наук, доцент.

Рецензенты:

Соломатин А. Н. — кандидат экономических наук, профессор кафедры внешнеэкономической деятельности и торгового дела Санкт-Петербургского государственного торгово-экономического университета;

Егоров В. Ф. — доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и коммерции Института торговли и ресторанного бизнеса Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики.

Экономика торговой отрасли : учебник для бакалавров /
Э40 Р. И. Шакланова, В. В. Юсова. — М. : Издательство Юрайт, 2014. —
467 с. — Серия : Бакалавр. Базовый курс.

ISBN 978-5-9916-2987-4

В учебнике представлены теоретические и практические аспекты организации и управления торговой деятельностью на отраслевом уровне: рассматриваются роль и место торговой отрасли в системе народно-хозяйственных связей, анализируются подходы к определению границ отрасли в экономической системе, охарактеризованы особенности экономической и организационной структуры отрасли и проанализированы факторы, определяющие структуру и размер предприятия отрасли. Большое внимание в учебнике уделено составу экономических ресурсов торговой отрасли и подходам к оценке эффективности их использования, а также процессам интеграции и концентрации, протекающим в отрасли. Изложение практических вопросов сопровождается примерами с использованием данных официальной статистики. Каждая тема содержит вопросы и задания для самоконтроля.

Соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования третьего поколения.

Для студентов учреждений высшего профессионального образования, аспирантов и преподавателей экономических вузов. Может быть полезен специалистам сферы управления торговлей и коммерческой деятельностью.

УДК 33
ББК 65.42я73

ISBN 978-5-9916-2987-4

© Шакланова Р. И., Юсова В. В., 2013
© ООО «Издательство Юрайт», 2014

Оглавление

Об авторах.....	10
Предисловие	11

Раздел I. ТОРГОВЛЯ В СИСТЕМЕ НАРОДНО-ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ

Глава 1. Торговля как отрасль экономики: функции и этапы формирования	14
1.1. Понятие отрасли.....	14
1.2. Основные принципы формирования отраслей	16
1.3. Торговля как отрасль экономики	17
1.4. Этапы развития товарного обращения и формирования торговой отрасли.....	21
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>24</i>
Глава 2. Экономические границы отрасли и факторы, их определяющие.....	25
2.1. Торговля как вид деятельности.....	25
2.2. Определение границ отраслевого рынка	27
2.3. Функции торговой отрасли в экономической системе.....	28
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>33</i>
Глава 3. Место отрасли в экономике страны	34
3.1. Система связей в экономике и место торговой отрасли в ней.....	34
3.2. Факторы, влияющие на развитие отрасли	37
3.3. Основные показатели, характеризующие развитие отрасли, ее место в экономической системе	38
3.4. Современное состояние торговой отрасли и задачи ее развития.....	44
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>52</i>
Глава 4. Рынок потребительских товаров и методы его прогнозирования	53
4.1. Понятие рынка потребительских товаров и его основные характеристики	53

4.2. Взаимосвязь товарного предложения и потребительского спроса.....	61
4.3. Основные тенденции изменения спроса и предложения потребительских товаров	65
4.4. Содержание и виды прогнозирования потребительского спроса	67
4.5. Прогнозирование общей емкости регионального рынка потребительских товаров	72
4.6. Методы прогнозирования товарно-групповой структуры потребительского спроса	79
4.6.1. Экономико-статистические методы прогнозирования спроса.....	80
4.6.2. Нормативное прогнозирование структуры потребительского спроса.....	87
4.6.3. Методы экспертных оценок прогнозирования спроса	89
4.6.4. Прогнозирование спроса с помощью методов аналогии	91
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>92</i>
Глава 5. Отрасль и эффективность функционирования экономики.....	93
5.1. Понятия эффективности и эффекта и показатели, характеризующие их	93
5.2. Факторы, обеспечивающие эффективное функционирование отрасли	98
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>100</i>
 Раздел II. ОРГАНИЗАЦИЯ, СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ И РАЗМЕЩЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ 	
Глава 6. Организационно-экономическая структура торговой отрасли	102
6.1. Факторы, определяющие структуру отрасли.....	102
6.2. Организационная структура торговой отрасли.....	103
6.3. Экономическая структура торговой отрасли	107
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>111</i>
Глава 7. Организация отрасли по видам деятельности ...	113
7.1. Внешняя и внутренняя торговля.....	113
7.2. Сущность и роль оптовой торговли как подсистемы торговой отрасли	117

7.3. Формирование видового разнообразия оптово-посреднических структур.....	127
7.4. Розничная торговля как подсистема торговой отрасли.....	134
7.5. Потребительская кооперация как подсистема торговой отрасли.....	143
7.6. Состояние и перспективы развития сферы общественного питания.....	145
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>150</i>
Глава 8. Экономика размещения предприятий отрасли. Факторы размещения предприятий ...	151
8.1. Факторы, влияющие на размещение предприятий отрасли.....	151
8.2. Состояние и основные направления развития торговой сети.....	153
8.3. Методы определения потребности в торговско-складской сети.....	158
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>168</i>
Глава 9. Размер предприятия и факторы, его определяющие	170
9.1. Факторы, определяющие размер предприятия торговли.....	170
9.2. Издержки обращения торговой отрасли.....	174
9.2.1. Экономическая характеристика совокупных затрат торговой отрасли.....	174
9.2.2. Показатели и факторы, определяющие уровень и динамику издержек обращения.....	182
9.2.3. Анализ влияния факторов на сумму и уровень издержек обращения.....	186
9.2.4. Современные тенденции роста издержек обращения.....	189
9.3. Доходы и прибыль торговой отрасли.....	195
9.3.1. Экономическое содержание доходов и источники их формирования.....	195
9.3.2. Эволюция принципов формирования торговых наценок.....	201
9.3.3. Прибыль и порядок ее формирования в торговой отрасли.....	205
9.3.4. Рентабельность и факторы, определяющие ее в торговой отрасли.....	208
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>213</i>

Раздел III. РЫНОЧНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ

Глава 10. Отрасль и рынок. Структура рынка и разнообразие продукта	216
10.1. Структура рынков в торговой отрасли.....	216
10.2. Структура рынка и разнообразие продукта.....	221
10.3. Неценовая конкуренция в торговой отрасли.....	222
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>225</i>
Глава 11. Источники и причины рыночной власти. Измерение рыночной власти	226
11.1. Понятие рыночной власти, ее источники и причины	226
11.2. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка как основа рыночной власти	229
11.3. Показатели измерения рыночной власти.....	233
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>236</i>
Глава 12. Олигополистическая взаимосвязь и координация. Олигополистическое ценообразование	237
12.1. Олигополистическая взаимосвязь и координация	237
12.2. Олигополистическое ценообразование.....	239
12.3. Дифференциация цен и ценовая дискриминация.....	242
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>246</i>
Глава 13. Концентрация в отрасли: причины и показатели концентрации. Концентрация и олигополия, концентрация и монополия	247
13.1. Экономическое содержание и формы концентрации в торговой отрасли	247
13.2. Концентрация, олигополия, монополия.....	253
13.3. Оценка интенсивности процессов концентрации	258
13.4. Торговые сети и их развитие на макроэкономическом уровне	261
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>269</i>
Глава 14. Слияния и поглощения. Интеграция (горизонтальная и вертикальная), диверсификация.....	270
14.1. Слияния и поглощения как форма интеграционных процессов	270
14.2. Горизонтальная интеграция в системе торговой отрасли.....	273

14.3. Вертикальная интеграция в системе торговой отрасли.....	275
14.3.1. Эволюция форм и методов вертикальной интеграции	278
14.3.2. Франчайзинг — форма вертикальной интеграции.....	281
14.4. Диверсификация в системе товарного обращения	288
14.5. Факторы эффективности процессов концентрации.....	291
14.6. Подходы к определению эффективности процессов концентрации	294
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>297</i>

Раздел IV. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Глава 15. Принципы и методы государственного регулирования торговой отрасли300

15.1. Основные направления и принципы регулирования торговой отрасли	300
15.2. Методы государственного регулирования торговой отрасли.....	304
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>309</i>

Глава 16. Уровни государственного регулирования внутренней торговли в Российской Федерации.....310

16.1. Формирование конкурентных условий развития торговой отрасли в России	311
16.2. Основные принципы и направления государственного регулирования торговой деятельности в России	313
16.3. Антимонопольное законодательство	323
16.4. Закон о защите прав потребителей.....	330
16.5. Закон о техническом регулировании.....	332
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>342</i>

Раздел V. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ

Глава 17. Перспективы технического, экономического и социального развития торговой отрасли в Российской Федерации ...344

17.1. Направления развития торговой отрасли и ее задачи на современном этапе	344
--	-----

17.2. Резервы и основные направления повышения эффективности использования ресурсов торговой отрасли.....	348
17.2.1. Характеристика информационных ресурсов и динамика их развития	350
17.2.2. Характеристика инновационных ресурсов торговой отрасли	358
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>361</i>
Глава 18. Экономический потенциал торговой отрасли как основа ее развития	362
18.1. Характеристика экономического потенциала и его составляющих.....	362
18.2. Трудовой потенциал торговой отрасли и эффективность его использования	366
18.3. Финансовый потенциал торговой отрасли и эффективность его использования	371
18.4. Инвестиционный потенциал торговой отрасли и эффективность его использования	375
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>381</i>
 Раздел VI. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ	
Глава 19. Материальные ресурсы торговой отрасли	384
19.1. Экономическое содержание и роль материальных ресурсов.....	384
19.2. Формы и методы воспроизводства основных средств... 399	
19.3. Эффективность использования материальных ресурсов.....	403
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>409</i>
Глава 20. Трудовые ресурсы торговой отрасли	410
20.1. Теоретические аспекты науки о труде.....	411
20.1.1. Развитие представлений о труде в экономической теории.....	411
20.1.2. Функции труда и его роль в развитии человека и общества	412
20.1.3. Содержание, характер и процесс труда.....	414
20.2. Особенности содержания и процесса труда работников торговой отрасли.....	418
20.3. Характеристика трудовых ресурсов и факторы, воздействующие на их формирование	420

20.4. Производительность труда: понятие, измерение, факторы и резервы роста.....	429
20.4.1. Понятие и измерители производительности труда.....	429
20.4.2. Факторы и резервы роста производительности труда.....	438
20.5. Заработная плата: содержание, организация и регулирование	442
20.5.1. Экономическое содержание заработной платы и ее роль в развитии трудового потенциала.....	442
20.5.2. Организация и регулирование оплаты труда в системе социального партнерства на основе соглашений	449
20.5.3. Формы и системы оплаты труда работников торговой отрасли	453
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>466</i>
Нормативные правовые акты.....	468
Литература.....	468

Об авторах

Шакланова Раиса Ивановна — кандидат экономических наук, доцент. Более 40 лет проработала в Санкт-Петербургском торгово-экономическом институте (бывший Ленинградский институт советской торговли им. Ф. Энгельса) на кафедре экономики торговли, преподавала дисциплины «Экономика торговой отрасли», «Экономика, анализ и планирование деятельности торгового предприятия».

Автор 3 монографий, 2 учебников, более 10 учебных пособий, более 15 научных статей.

Юсова Виктория Викторовна — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики торговли ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет». Более 10 лет проработала в Санкт-Петербургском торгово-экономическом институте на кафедре экономики торговли, преподавала дисциплины «Экономика торговой отрасли», «Ценообразование».

Автор 3 монографий, 3 учебных пособий, 16 научных статей. Является членом научной секции интеллектуальной собственности и инноватики Дома ученых РАН им. А. М. Горького (г. Санкт-Петербург).

Предисловие

Экономика торговой отрасли — часть экономической науки, изучающая принципы формирования, развития и регулирования рынка потребительских товаров и услуг. Рынок и торговля как составляющие экономики торговой отрасли являются элементами системы товарного обращения и занимают в ней центральное место, связанное с обеспечением кругооборота торгово-промышленного капитала. Поэтому дисциплина «Экономика торговой отрасли» изучает особенности и направления развития торговли с целью повышения эффективности использования ее ресурсов и решения социально-экономических задач, стоящих перед торговой отраслью.

Создание и поддержание функционирования стабильного внутреннего рынка достигается на основе эффективной организации производства с применением современных достижений научно-технического прогресса, разделения и организации труда. Понимание механизма и закономерностей обращения товаров, оборота экономических ресурсов, формирования затрат и результатов в торговой отрасли является необходимым условием разработки и реализации стратегии развития производственных и торговых предприятий, профессиональной подготовки и принятия управленческих решений. Оценка состояния и тенденций развития торговой отрасли необходима также инвесторам и кредиторам при принятии решений о вложении финансовых и кредитных ресурсов в их развитие, органам государственного и муниципального управления при обосновании соответствующих бюджетов. Существует еще одна задача учебной дисциплины «Экономика торговой отрасли», связанная с формированием понятийного аппарата прикладных экономических дисциплин. Создание такого аппарата, адекватного современному развитию самой рыночной экономики и уровню ее познания, будет определяться уровнем развития научных исследований проблем обращения товаров.

Авторы учебника выражают признательность коллективу кафедры экономики торговли Санкт-Петербургского торгово-экономического института. Коллеги, без вашего ценного опыта и доброго совета издание учебника не могло состояться!

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать

- основные тенденции развития торговой отрасли и ее элементов;
- содержание основных понятий, характеризующих торговую отрасль;
- основные факторы, определяющие размер предприятий в торговой отрасли;
- основные направления и формы интеграции в отрасли;
- состав и показатели, характеризующие экономические ресурсы торговой отрасли;

уметь

- определять емкость регионального рынка потребительских товаров и прогнозировать ее изменение;
- определять основные показатели, характеризующие деятельность отрасли и эффективность ее функционирования, уровень концентрации рынка;

владеть

- методами анализа эффективности деятельности отрасли;
- подходами к оценке эффективности использования ресурсов в торговой отрасли.

Раздел I
ТОРГОВЛЯ В СИСТЕМЕ
НАРОДНО-ХОЗЯЙСТВЕННЫХ
СВЯЗЕЙ



Глава 1

ТОРГОВЛЯ КАК ОТРАСЛЬ ЭКОНОМИКИ: ФУНКЦИИ И ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ

В результате изучения главы 1 студент должен:

знать

- понятие отрасли и основные принципы формирования отраслей;
- содержание основных понятий, характеризующих торговую отрасль;
- основные этапы развития торговой отрасли;

уметь

- разделять чистую и крупную отрасли;
- выявлять влияние факторов внешней среды на состояние внутренней среды торговой отрасли;
- выделять этапы товарного обращения;

владеть

- способами классификации отраслей по признаку экономического назначения продукции, по виду экономической деятельности;
 - системным подходом к определению места и роли торговой отрасли в экономике;
 - аналитическим инструментарием для выявления влияния ценового фактора и объема реализации на результаты деятельности отрасли.
-

1.1. Понятие отрасли

Отрасль экономики — это группа предприятий (корпораций, организаций), выделяемых и обобщаемых по признаку единства экономического назначения продукции (работ, услуг). Отрасль характеризуется такими признаками, как единство и однородность потребляемого сырья, однородность технологической базы и технологических процессов, однородность кадрового состава. Совпадение указанных признаков у предприятий характерно для «чистой» отрасли.

В экономике и статистике *чистой* принято называть отрасль, предприятия которой производят наиболее однородную по экономическому назначению продукцию. Если признак экономического назначения продукции охватывает увеличивающееся число направлений, то возникает совокупность отраслей, представляющая собой *крупную* отрасль. Например, посреднические услуги по реализации сельскохозяйственной продукции (чистая отрасль) входят в состав крупной отрасли — оптовой торговли, которая является элементом внутренней торговли. Совокупность крупных отраслей образует *отраслевой комплекс*: внутренняя торговля в совокупности с внешней торговлей образуют торговую отрасль.

Структура отраслей народного хозяйства образуется совокупностью чистых отраслей и крупных отраслевых комплексов. Грамотное управление структурой отраслей народного хозяйства позволяет обеспечить высокую степень удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах, гарантирует рациональное использование ресурсов, позволяет оптимизировать соотношение результатов и затрат, повысить эффективность функционирования отрасли.

В соответствии с Общероссийским классификатором отраслей народного хозяйства (ОКОНХ) **отраслью** считается совокупность предприятий (их подразделений), расположенных на определенной территории, занятых однородным видом производственной деятельности или в объеме продукции которых на долю основного вида деятельности приходится большая часть добавленной стоимости. Если предприятие осуществляет несколько видов производственной деятельности, то такое предприятие условно разделяется, чтобы можно было получить информацию об объеме производства, затратах, численности работников и т.п. Если подобное разделение провести невозможно, то прочие виды деятельности учитываются вместе с основным. Перечень отраслей по ОКОНХ включает две группы: отрасли, производящие товары (4 отрасли), и отрасли, оказывающие услуги (19 отраслей).

Приведенные выше определения отрасли фокусируют внимание в первую очередь на таком признаке, как однородность производимой продукции.

Более широкое определение отрасли можно дать через признак вида экономической деятельности. Российская система статистического учета переходит от ОКОНХ к обще-

российскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД), который в основе своей гармонизирован с Международной стандартной отраслевой классификацией (МСОК). В данной классификации виды деятельности группируются по отраслям с учетом характера функций, выполняемых ими в системе общественного разделения труда, отрасль объединяет группу родственных видов экономической деятельности, сосредоточенных вокруг производимых ею товаров и услуг. Отраслевая классификация характеризуется широким спектром родственных видов деятельности с подразделением на соответствующие подгруппы. Число разделов в ОКВЭД — 17, среди которых по сферам деятельности выделяется 159 групп, включающих 290 классов (собственно видов деятельности). Разделы и группы выделяются по признакам, характеризующим сферу деятельности, процесс (технология) производства и т.п. Внутри разделов и групп выделяются виды деятельности, основанием для выделения которых (в пределах одного и того же процесса производства) может служить дополнительный признак «используемые сырье и материалы»¹.

1.2. Основные принципы формирования отраслей

Основными принципами формирования отраслей являются: полное и рациональное разделение труда, узкая специализация «чистых» отраслей, кооперирование отраслей. Содержание этих принципов следующее.

Разделение труда единичное (специализация предприятий и их подразделений) и частное (использование в деятельности предприятий полуфабрикатов, произведенных другими участниками производственного процесса, и установление с этими участниками кооперативных связей) способствует росту производительности труда в отрасли и сокращению издержек за счет концентрации однородных производств, позволяющих расширить масштабы деятельности предприятий.

Развитие **специализации** во всех ее видах (продуктовая (товарная, предметная, детальная, узловая), технологическая, стадийная) вместе с разделением труда приводит

¹ Классификатор ОКВЭД в полном объеме представлен на сайте Росстата. URL: <http://www.gks.ru/metod/classifiers.html>

к ограничению разнотипности номенклатуры выпускаемых изделий и выполняемых операций, но не ассортимента. Благодаря этому даже при наличии большого разнообразия потребностей достигается высокая эффективность деятельности предприятий.

Кооперирование предприятий и отраслей через установление длительных хозяйственных и производственных связей также способствует оптимизации процессов производства, товародвижения, выполнения работ и оказания услуг. Отношения кооперации возникают как при совместном изготовлении продукции (прямые кооперированные связи), так и в результате стремления к полной загрузке мощностей предприятий без привязки к основным технологическим процессам (косвенные кооперационные связи).

1.3. Торговля как отрасль экономики

Внутренняя торговля как отрасль хозяйства представляет собой вид экономической деятельности, объектом которой является обмен товарами, купля-продажа товаров, а также выполнение функций, связанных с осуществлением торгового процесса (обслуживание покупателей в процессе продажи товаров и их доставки, хранение товаров и их подготовка к продаже, реклама и т.д.).

Внешняя торговля — торговля между странами, состоящая из вывоза (экспорта) и ввоза (импорта) товаров и услуг. Внешнеторговые отношения всех стран мира формируют международную торговлю, в процессе которой происходит обмен товарами и услугами между странами.

Внутренняя и внешняя торговля регулируется государством через обширную законодательную базу. Также для регулирования внешней торговли применяются такие средства, как таможенный тариф, лицензирование, установление квот и другие нетарифные ограничения, а также прямое и косвенное субсидирование экспорта и др. Для регулирования внутренней торговли применяются меры налоговой политики, регулирование цен, надбавок и некоторых элементов цены.

Торговля — это совокупность операций купли-продажи товаров, происходящих во времени и пространстве, организованных (упорядоченных) в определенной последовательности при обслуживании системы товарного обращения.

Товарное обращение представляет собой развитую форму товарного обмена, посредством которого продукты труда «отчуждаются» (отделяются) от производителя к потребителю. Обращение товаров является одной из стадий воспроизводственного процесса, на которой обеспечивается, во-первых, удовлетворение потребностей в товарах и, во-вторых, возмещение затрат производителей, связанных с производством, и формирование прибыли, за счет которой происходит дальнейшее развитие предприятий.

Под системой товарного обращения понимают совокупность предприятий и организаций, осуществляющих и обслуживающих товарно-денежный обмен.

Системный подход к определению торговой отрасли заключается в том, что отрасль рассматривается как открытая самостоятельная экономическая система, которая взаимодействует с внешней средой, потребляя из нее ресурсы (материальные, трудовые, финансовые, информационные и др.), необходимые для функционирования, и формируя определенные экономические результаты.

Результат взаимодействия можно описать как экономическими категориями (прибыль, валовая добавленная стоимость, выручка от реализации), так и социально-экономическими (экономия времени и денежных средств покупателей и т.п.). Для достижения оптимального результата деятельности отрасли, ее устойчивости и роста необходимо государственное регулирование с использованием механизма рыночного регулирования.

Внешняя среда включает в себя факторы, влияющие на состояние и развитие торговой отрасли (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Факторы, определяющие состояние и развитие торговой отрасли

Факторы прямого воздействия	Факторы косвенного воздействия
Емкость рынка потребительских товаров	Стабильность государственной экономической и социальной политики
Сбалансированность спроса и предложения на рынке	Состояние финансовой, кредитно-денежной и налоговой политики, направленной на стимулирование торговой отрасли и ее структур

Факторы прямого воздействия	Факторы косвенного воздействия
Конкурентная среда на рынке	Социальная политика государства в области повышения жизненного уровня населения
Монопольная рыночная власть на рынке потребительских товаров	Демографическая ситуация и ее динамика
Законодательные и нормативные акты, регулирующие правовое положение отрасли «торговля»	Географические особенности регионов, влияющие на особенности структуры спроса
Отношения торговли с производителями товаров и условия товародвижения	Социокультурные особенности населения региона (бытовые, этнические, религиозные и т.п.)
Отношения с финансово-кредитными структурами	Техническое регулирование торговой отрасли в области безопасности товаров и услуг
Обеспечение отрасли трудовыми ресурсами, в том числе необходимых профессий и специалистами, востребованными на рынке труда отрасли	Обеспеченность отрасли информационными технологиями и средствами массовой коммуникации
Обеспечение отрасли средствами массовой информации, отношения с обществами защиты прав потребителей и другими (экологической безопасности и пр.)	Международные политические и экономические события

Характерными свойствами отрасли «торговля» как открытой системы являются: упорядоченность, самоорганизация, стремление к устойчивости, цикличность развития в динамике.

Упорядоченность системы обеспечивается наличием общих целей, к достижению которых стремятся все составляющие систему элементы. В качестве целей выступают: увеличение объема продаж, расширение рынка сбыта и завоевание новых рынков, усиление конкурентоспособности элементов системы (в первую очередь — предприятий), максимизация прибыли и др.

Торговая отрасль стремится к *устойчивости*. Но эта устойчивость может быть обеспечена только через быстрое и адекватное реагирование на изменения внешней среды. Поэтому устойчивое равновесное состояние требует постоянного динамического развития в соответствии с запросами и требованиями внешней среды (изменения объемов и структуры потребительского спроса и спроса на товары производственного назначения и т.д.), что соответствует и интересам растущей и развивающейся экономической системы.

Эволюционное развитие элементов торговой отрасли идет от менее эффективных и жизнеспособных к более эффективным и сильным формам, соответствующим требованиям внешней среды. Направления развития отрасли и ее элементов определяются через процесс *самоорганизации* отрасли. Самоорганизация торговой отрасли проявляется через преодоление кризисных явлений, формирование новых структур управления отраслью, внедрение новых форм и методов работы отрасли, которые способствуют разрешению внутренних противоречий и дают возможность повышать эффективность работы отрасли, осуществлять экономические и хозяйственные связи с другими отраслями. Самоорганизация присуща торговой отрасли как высшая форма стремления к устойчивости. Экономическая система стремится к устойчивости, так как это означает предсказуемость (прогнозируемость) изменений системы и возможность управления системой в обозримом будущем.

Все перечисленные характеристики возможны только при условии, что отрасль является *динамично развивающейся системой*. Она должна балансировать между стабильностью и изменчивостью — и важно, чтобы в каждый момент времени состояние системы в целом оставалось устойчивым, т.е. энтропия не превышала допустимого предела. Изменение состояний отрасли вызывает реакцию внешней среды, не всегда предсказуемую, но неизбежную. В ответ отрасль вынуждена предпринимать новые изменения — и так до бесконечности. В развитии любой отрасли можно выделить циклы, в ходе которых отрасль проходит стадии роста, активного развития, застоя, спада или кризиса. Продолжительность цикла в целом и каждой отдельной его стадии зависит от большого числа как внешних, так и внутренних факторов. Обычно по мере смены стадий меняются текущие задачи функционирования отрасли и происходит выбор способов решения этих задач. Динамика развития

отрасли определяется объемом и качеством ресурсов, задействованных в отрасли, степенью регулирующего воздействия и эффективностью рыночных и нерыночных регуляторов.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что торговую отрасль необходимо рассматривать в нескольких аспектах:

- как форму развитого товарного обмена и обособившуюся от производства систему;
- как организатора и регулятора потребительского рынка;
- как социально-экономическую систему, в основе которой лежит совокупность общественных, коллективных и личных интересов людей.

1.4. Этапы развития товарного обращения и формирования торговой отрасли

Обмен продуктами труда — это один из важнейших элементов воспроизводства, занимающий промежуточное место между производством, распределением и потреблением.

По мере развития производства на высшей его стадии происходит отчуждение (отделение) от производителя продуктов труда на основе эквивалентного обмена их в товарной и денежной формах. Различают три формы товарного обмена, сложившиеся в результате длительного исторического развития отношений производства и обмена:

- 1) непосредственный товарный обмен (Т—Т) в виде бартерных сделок;
- 2) товарный обмен с помощью денег (Т—Д—Т);
- 3) товарное обращение (Д—Т—Д').

Непосредственный **товарный обмен (товарный бартер)** — это обмен, в процессе которого один конкретный товар обменивается на другой конкретный товар без участия денег и посредника (Т—Т). Он широко используется на низших ступенях развития хозяйства, когда общественное разделение труда развито слабо. Такой обмен обычно затруднен и может состояться лишь в том случае, если оба товаровладельца — участника обмена располагают товарами, взаимно удовлетворяющими их потребности. При этом необходимо определить эквивалентные количества товара, которые справедливо возместят каждому из участников обмена его затраты труда, сырья и других ресурсов.

Вторая форма — **товарный обмен с помощью денег**. Появилась эта форма тогда, когда из относительного мно-

гообразия товаров выделились те, что могли выполнять некоторые функции денег (выступать мерой стоимости, средством сохранения стоимости) и обладали более высокой ликвидностью по сравнению с другими товарами. Постепенно эти товары стали использоваться в качестве денег и только много позже были заменены теми деньгами, без которых не может обойтись ни одна современная экономическая система. Деньги стали инструментом, позволившим упростить и ускорить обмен товаров. Благодаря использованию денег появилась возможность разделения одномоментного акта обмена товаров на два самостоятельных элемента:

- продажа произведенного товара (Т—Д),
- покупка товара, необходимого для потребления (Д—Т').

При этом в выигрыше оказываются те участники рынка, у которых на руках есть деньги, так как они могут выбирать товар, ждать снижения цены, отложить покупку. Продавцы же оказываются перед выбором: либо пойти на условия покупателей (предоставить скидку с цены), чтобы быстрее продать товар, либо ждать, когда найдется покупатель, который согласится на условия продавца. Так как не все товары могут долго храниться, выявляется основное преимущество денег перед товаром — они более ликвидны и лучше сохраняют стоимость, в то время как товары по мере хранения могут снижаться в цене и портиться.

На следующем этапе среди участников рынка стали выделяться те, кто мог выполнять торговые операции с наибольшим экономическим эффектом (прибылью). Накопленный денежный капитал эти участники рынка вкладывали в приобретение товара, который в дальнейшем планировали продать с прибылью. Торговые операции, совершаемые с целью увеличения капитала, а не с целью приобретения конкретного необходимого товара, стали профессиональной деятельностью этих участников рынка, они превратились в посредников. В течение продолжительного периода времени их называли купцами и они представляли интересы торгового капитала. При этом торговля перестала быть побочной функцией производителя, она стала основным видом деятельности купцов и посредников. Производство стало ориентироваться на рынок в гораздо большей степени, чем раньше, и большинство производителей стали работать исключительно на рынок.

С отделением торгового капитала от промышленного его главной функцией стала функция обслуживания обмена товаров с целью получения прибыли.

Кругооборот торгово-промышленного капитала можно описать схемой:

$$Д-Т \dots П \dots Т'-Д',$$

где П — стадия производства, на которой капитал, авансированный на стадии «Д—Т» в закупку сырья, материалов, оборудования, оплату труда работников и других экономических ресурсов, превращается в некий «Т'» — произведенный товар, который должен быть продан за «Д'» — сумму денег, которая не только покрывает авансированную сумму «Д», но и гарантирует получение прибыли (т.е. $Д' = Д + \Delta Д$).

На стадии «Д—Т» происходит закупка товаров для производственного потребления, на стадии и «Т'—Д'» — реализация товаров в сферы производственного и личного потребления. Обе стадии относятся к сфере деятельности торговой отрасли, их включение в процесс обращения товаров позволяет сделать обмен товаров регулярным и массовым, такой обмен принято называть «товарным обращением». Таким образом, **товарное обращение** представляет собой обмен товаров с помощью денег и посредников. От числа и качества работы посредников, а также от состояния денежного обращения зависят скорость оборота товарно-денежной массы, уровень цен на потребительские товары.

Именно на последнем этапе товарное обращение как самостоятельная отрасль обособляется от промышленного производства. Эта отрасль не производит новых товаров, но выполняет операции с уже существующими товарами (хранит их, осуществляет подсортировку, фасовку, упаковку, доставляет потребителям, выявляет новые потребности и информирует о них производителей и т.д. (подробнее см. гл. 2)). В результате этих операций улучшаются потребительские свойства товаров, а в их стоимости появляется добавленная стоимость, созданная именно в торговле. В этом смысле торговую отрасль можно условно приравнять к производящим отраслям народного хозяйства — они также создают добавленную стоимость, из которой формируется валовой внутренний продукт. А он является основным показателем результативности экономической деятельности на уровне