Тамара Ивановна
Николаева

Доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики и управления в торговле и общественном питании Уральского государственного экономического университета

ТОРГОВЛЯ В СФЕРЕ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ

Политические и экономические преобразования, происходящие в России в последние годы, обусловили активное переосмысление как экономической теории, так и практических наработок отраслевых наук. В нашей стране проведение различных реформ зачастую сопровождалось полной ревизией старых научных подходов и понятий. В настоящее время этот процесс пересмотра сложившихся представлений наблюдается и в сфере обращения. Тем не менее сегодня ни у кого не вызывают сомнения фундаментальные категории и понятия, прошедшие проверку временем.

Теоретические аспекты товарного обращения и торговой деятельности достойно представлены в научных работах различных времен и народов. Назовем имена тех ученых, чьи труды послужили основой для последующих поколений исследователей. На целесообразность разделения труда и выделения в экономике таких «отраслей», как торговля, сельское хозяйство, ремесленничество, указывали еще древнегреческие философы Ксенофонт (ок. 430-355 до н.э.), Платон (427-347 до н.э.), Аристотель (384-322 до н.э.). Видные ученые-экономисты XVI-XVIII вв. развивали взгляд на торговлю как на главный источник прибыли и основной вид капитала, денежного обращения. Так, известный английский экономист Томас Мен (1571-1641) оценивал торговый капитал как базу для развития экономики, а Антуан де Монкретьен (ок. 1575-1621) считал его накопление главной целью различных ремесел и источником прибыли.

Позже, в XVIII в., основоположники западной экономической мысли Адам Смит (1723-1790) и Давид Рикардо (1772-1823) развили экономическую теорию по вопросам рыночного саморегулирования, денежного обращения, товарного производства и торговли, пересмотрели роль государства в регулировании рыночных отношений.

Сущность сферы обращения, ее влияние на воспроизводственные процессы раскрыл в своих трудах К.Маркс (1818-1883). Он видел необходимость выделения торгового капитала для совершения исключительно купли-продажи. Торговля рассматривалась им как сфера деятельности, а торговый капитал – как средство получения прибыли и развития расширенного воспроизводства.

Значение торговли для промышленного развития России и мировой экономики показали в своих трудах российские исследователи А.Н.Радищев (1749-1802) и Иван Вавилов. В XX в. П.Б.Струве (1870-1944), изучив процессы капиталистического товарного обращения и становления рыночных отношений, доказал необходимость их развития в России.

Исследователи, относящиеся к различным научным школам и направлениям, категорию «обращение» рассматривают в качестве общественного воспроизводства, так как любой экономический продукт обычно проходит следующие его стадии: производство, распределение, обмен, потребление. Таким образом, постоянно (во времени и пространстве) наблюдается кругооборот продукции, товаров, услуг.

Товарное обращение представляет собой движение товаров в системе кругооборота ресурсов и охватывает все его фазы.

Сфера обращения является активным «рычагом» воздействия на производство. Ее значение возрастает по мере увеличения предложения товаров. Укрепление экономики и рост доходов предприятий и населения усиливают роль сферы обращения в воспроизводственном процессе. Известно, что за обменом следует потребление товаров либо в форме конечного, либо в форме производственного потребления. Независимо от формы потребления начинается стадия нового воспроизводства. Сфера обращения – барометр, точно отражающий степень востребованности продукции и оценивающий целесообразность ее дальнейшего производства.

Товарное обращение, выступая в качестве опосредованного звена воспроизводственного процесса, связано с его конечной стадией – потреблением. Поскольку реализация приводит к возмещению затрат общественного труда, созданию условий для расширенного воспроизводства, то товарное обращение способствует росту общего объема потребления.

Связь эта, как и связь обмена с производством, проявляется двояко. С одной стороны, товарное обращение воздействует на потребление, а с другой – само потребление влияет на процесс обращения. Своеобразная зависимость потребления от товарного обращения прослеживается в том, что сфера товарного обращения, обеспечивая реализацию произведенного продукта, тем самым создает условия для его потребления.

Особенность обращения товаров личного потребления в производственном процессе выражается в том, что на стадии купли-продажи оно не зависит от производства, так как товар, предназначенный для личного потребления, обменивается на денежные знаки.

Непрерывный кругооборот ресурсов обеспечивается при их обмене на эквивалентный продукт в результате купли-продажи.

На завершающем этапе обращения предметов личного потребления опосредствуются не только результаты – товары, но и торговые услуги. Это и отличает данный процесс как от процесса обмена, так и обращения в целом. Доля торговых услуг меняется в зависимости от уровня развития производства потребительских товаров, товарного предложения, объема денежных средств, находящихся в обращении, уровня благосостояния, наконец, от общей культуры населения.

По нашему убеждению, с развитием рыночных отношений доля торговых услуг будет увеличиваться, а их место в национальном хозяйстве станет оцениваться прежде всего с позиций вида, качества товара и услуг.

В экономической литературе, в различных справочниках, энциклопедиях по-разному трактуются сущность и содержание понятия «торговля», что в определенной степени бывает обусловлено эволюционными процессами, а также присущими каждой общественно-экономической формации специфическими формами и характером торговли.

Термин «торговля» в специальной литературе и государственных нормативных документах советского периода трактовался как «обмен потребительских товаров на деньги населения». Объектом купли-продажи являлись при этом преимущественно потребительские товары, распределяемые государством через торговлю. Средства производства и предметы труда распределялись через систему материально-технического снабжения под строгим контролем со стороны государственных органов и предметом свободной купли-продажи не являлись.

В работах ведущих отечественных ученых-экономистов (А.Г.Аганбегян, Л.И.Абалкин, С.С.Васильев, В.П.Воронин, Б.И.Гоголь, Г.И.Григорьян, М.М.Дарбинян, Л.И.Левин, Р.Локшин, Я.Л.Орлов, А.В.Орлов, Л.А.Самсонов, Б.А.Соловьев, А.А.Покровский, Л.И.Фефилов и др.) торговля потребительскими товарами рассматривается как «форма товарного обращения», «форма товарного обмена и специфических экономических отношений, когда продукты труда производятся для обмена», «отрасль народного хозяйства», «форма удовлетворения растущих личных потребностей трудящихся», «торговый посредник между производством и потреблением», наконец, как «внутренний рынок».

Во всех государственных, законодательных и нормативных актах, а также в учебниках торговля потребительскими товарами названа «отраслью народного хозяйства».

Мы разделяем мнение тех авторов, которые считают, что торговля выполняет главную функцию рынка, так как в результате проведения операций купли-продажи осуществляются и развиваются рыночные отношения и функционирует рынок. Определение торговли как «отрасли народного хозяйства», на наш взгляд, ошибочно. В защиту данного определения ученые различных школ и направлений приводят различные аргументы, которые можно подразделить на три группы: 1) *обращение товаров осуществляется специальными предприятиями;* 2) *выделение торговли в отрасль значительно ускоряет оборот ресурсов* (при этом обеспечивается не только

его реальное движение из сферы производства в сферу потребления, но также смена форм стоимости); 3) *реализуется функция удовлетворения потребностей населения путем предоставления ему необходимых благ.*

Мы согласны с тем, что специфика торговли потребительскими товарами выражается: в присущих только ей торгово-технологических процессах (при выполнении работ по закупке, транспортировке, приемке, хранению и подготовке к продаже товаров, торговому обслуживанию, оказанию услуг); в особенностях труда работников, имеющих профессиональную подготовку; в специально создаваемой для работы с товарами материально-технической базе (складская и торговая сеть, специальное оборудование, транспортные средства и т.д.); в технологии и организации торгового обслуживания населения.

Обозначенные обстоятельства определили общий взгляд на сущность торговли как на «отрасль».

Автор исследует торговлю как процесс купли-продажи товаров, происходящий во времени и пространстве, организованный в определенной последовательности с целью получения прибыли.

По нашему мнению, *в рыночных условиях рассматривать торговлю как «отрасль» народного хозяйства* представляется *неправомерным*. В настоящее время ликвидированы централизованная система распределения товарных ресурсов, линейная (иерархическая) структура управления торговлей и институт ведомственной принадлежности торговых объектов; дано юридическое право всем предприятиям и гражданам заниматься любыми видами предпринимательской деятельности, в том числе торговлей; торговые структуры (такие, как сеть фирменных магазинов, предприятия массового питания) органично вошли в состав промышленных предприятий. Происходит слияние финансового, промышленного и торгового капитала: создаются объединения, корпорации торговых, промышленных, транспортных предприятий, предприятий сферы обслуживания.

С переходом к рыночным отношениям и ликвидацией управленческих структур отменена ведомственная торговля. Хозяйствующие субъекты приобрели самостоятельность, получив свободу выбора предпринимательской деятельности. В результате созданы условия *для развития сферы торговли всеми предпринимательскими структурами* независимо от основного рода их деятельности.

Особенности торговли потребительскими товарами с развитием рыночных отношений углубляются и реформируются. С насыщением потребительского рынка товарами расширяется возможность приложения человеческого труда, направленного на удовлетворение потребностей населения в сфере обращения.

Неправомерно, по нашему убеждению, отождествлять понятия «торговля», «рынок», «коммерция».

Определяющим фактором отождествления понятий «торговля» и «рынок» в дореформенный период являлось наличие рыночных отношений только в сфере товарного обращения потребительскими товарами, тогда как средства производства распределялись через систему материально-технического снабжения.

В отличие от других отраслей в торговле сформировалась (хотя и слабая) конкурентная среда, чему способствовала полиструктурность развития торговли потребительскими товарами. Во многих городах функционировала сеть предприятий различной ведомственной принадлежности: торгов, орсов, продснабов, непромышленных министерств и ведомств и др. В становлении рыночных отношений заметную роль сыграла потребительская кооперация. В товарооборот вовлекались излишки сельскохозяйственных продуктов. Получила развитие сеть кооптрогов, специализированных магазинов и предприятий по переработке сельскохозяйственного сырья. Для этого использовалась четкая система ценообразования. Часть свободно реализуемых товарных ресурсов поступала в торговлю через торгово-посреднические предприятия. Развивалась и местная промышленность.

Однако и в дореформенный период предпринимались попытки разделить понятия «торговля» и «рынок». При этом отдельные ученые нередко суживали понятие «рынок» до понятия «сфера продажи товаров населению».

Рынок товаров – это сфера обмена, организованная по законам товарного производства и товарного обращения. В своем развитии он подчиняется закону спроса-предложения. Действительно, понятия «рынок» и «торговля» отражают сущность товарного обмена, процесс купли-продажи, систему экономических отношений по поводу обмена продуктами труда. Но, как считает автор, нельзя ставить знак равенства между этими понятиями, так как *понятие «рынок» шире, чем понятие «торговля»*.

Рынок товаров как *экономическая категория представляет собой сферу обмена, характеризующуюся определенной системой экономических отношений между его субъектами.*

По нашему мнению, *рынок товаров* – это система экономических отношений, возникающих в процессе обмена продуктами труда на основе устойчивого взаимодействия товарного и денежного обращения. *Рынок потребительских товаров* – это система экономических отношений по поводу купли-продажи товаров, когда под ними понимается обладающий потребительной стоимостью продукт труда, предназначенный для продажи (реализации), включая услуги.

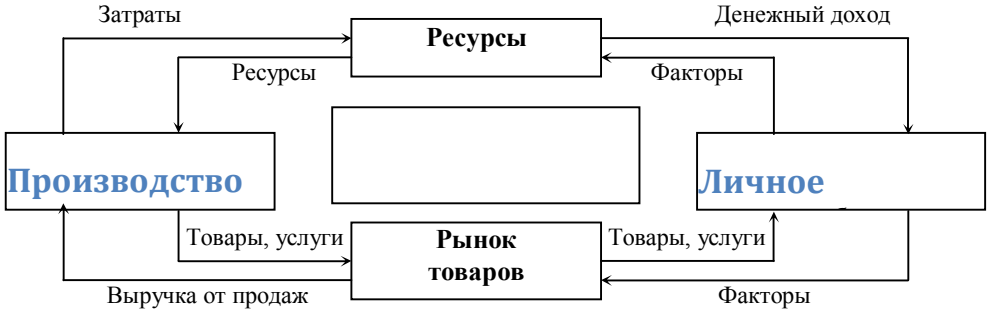
Субъектами рынка товаров являются как продавцы, так и покупатели специфического товара, в том числе посреднические структуры, *объектом* – специфический товар, основной для данного рынка, обусловливающий его назначение и несущий благо для потребителя.

Рынок потребительских товаров – функциональный рынок, где *объектом* выступает товар, удовлетворяющий потребности индивидуального потребителя – населения, *а субъектами* – продавцы (предприятия и частные лица), осуществляющие продвижение товара от производителя до потребителя (населения), включая процесс продажи товаров и услуг.

Потребительский рынок мы рассматриваем как единство (неразрывное целое) рынка потребительских товаров и услуг. Развитие данного рынка, по нашему мнению, должно характеризоваться не только соблюдением принципов рыночных отношений, но и расширением сферы торговых услуг как неотъемлемой его части.

Если *рынок товаров* (продуктов и услуг) представляет собой единую систему с прочными взаимосвязями и определенными пропорциями между секторами экономики, *то потребительский рынок*, по нашему убеждению, занимает в ней центральное место как жизнеобеспечивающий элемент всего рыночного механизма. Торговля, воздействуя на производство через систему заказов, сделок, договоров, перемещая товары от производителя к потребителю через торговую сеть, удовлетворяет потребности как торговых и производственных предприятий, так и населения, поскольку товар является средством удовлетворения потребностей, а потребность – движущая сила в экономике и побудительный мотив экономической деятельности.

Рынок и торговля тесно связаны между собой (как общее и частное). Процессы торговли потребительскими товарами протекают в рамках рынка; их развитие направляет, организует торговля. Поэтому мы склонны рассматривать *торговлю как организатора рынка и регулятор рыночных пропорций.* В этом контексте торговля выступает не просто как совокупность операций купли-продажи на потребительском рынке, но как регулятор и организатор рыночных отношений (см. рисунок).



Торговля как форма обмена
в сфере воспроизводственных процессов

Торговля представлена в этой системе как организатор и регулятор потребительского рынка, *выполняющий функции доведения товаров от производителя к потребителю, и как* организатор денежного обращения.

В отличие от других исследователей мы рассматриваем потребителя как регулятор потребительского рынка, а следовательно, и торговли, который выражает свое отношение к предлагаемому товару, услуге в результате обмена денег на товар, услугу, т.е. через потребительский спрос.

Торговля оказывает производителям *услуги по продвижению товаров до потребителя:* обеспечивает непрерывность кругооборота ресурсов, возмещает необходимые затраты производства и, наконец, способствует получению прибыли.

Именно в процессе реализации товаров наиболее полно проявляется связь между производством и потреблением. В условиях рыночной экономики торговля заметно влияет на развитие уровня производства. Она обеспечивает непрерывность и повышает эффективность кругооборота ресурсов. Доводя товары до потребителя, торговля реализует интересы всех участников товарного обмена. По каналам прямой связи происходит продвижение товара от производителя к потребителю, а по каналам обратной связи возмещаются затраты производителя за используемые ресурсы; производитель получает прибыль, а общество – чистый доход.

Именно торговля, воздействуя через потребителя, определяет место и роль каждого конкретного товара, удовлетворяя потребности потребителя в нем. Она способствует развитию конкурентоспособности в сфере товарного обращения и выявляет изменения в структуре потребления. Следовательно, торговля стимулирует развитие производства и задает ему конкретное направление.

Торговля, являлась *неотъемлемым элементом структуры рыночной экономики, ее сектором,* непосредственно влияет на эффективность последней. Поэтому мы *рассматриваем торговлю потребительскими товарами как сектор рыночной экономики*.

Если рынок как экономическая категория охватывает экономические отношения производства, распределения, обмена и их взаимосвязь, то торговля выступает как *форма* этих отношений. С помощью торговли происходит эквивалентный обмен продуктами труда. Она осуществляет реализацию товара – закупает его у производителя и продает потребителю.

Торговля берет на себя функции реализации продуктов, закупленных у производителей, и продает их потребителю. Начальным актом здесь, в отличие от товарного обращения, является именно *покупка товаров с целью их последующей продажи.* Поэтому определение торговли как «формы товарного обмена», по нашему мнению, *нельзя отождествлять* с определением ее как формы «товарного обращения».

Нельзя, по нашему мнению, *также отождествлять* понятия «торговля» и «коммерция». Наиболее важным, чисто рыночным элементом функционирования розничной торговой сети является коммерческая деятельность, от эффективности которой зависят результаты работы предприятий торговли. Ее нельзя сводить только к сбытовым или торгово-закупочным операциям. Под коммерческой деятельностью понимается комплекс операций, опосредствующих и обеспечивающих куплю-продажу товаров и услуг.

Коммерция – это форма предпринимательства, выражающаяся через посредническую и закупочную деятельность с целью получения прибыли.

Торговля – более широкое понятие, чем коммерция. Мы рассматриваем коммерческую деятельность как составную часть торговой деятельности, одно из главных ее направлений.

Выступая в качестве организатора рынка и рыночных отношений, торговля осуществляет коммерческие операции.

Мы считаем, что *коммерческая работа на современном этапе – это деятельность на рынке, в условиях свободного товарно-денежного обмена, обусловленного пропорциями между спросом и предложением товаров и услуг, направленная на получение прибыли.* Она все заметнее влияет на экономическое положение предприятий, так как рынок не подчиняется административному распределению лимитов и не гарантирует сбыт любой продукции.

Неправомерно, по нашему мнению, рассматривать торговлю потребительскими товарами только как *«форму удовлетворения растущих личных потребностей»*, что раскрывает лишь одну из ее сторон деятельности. На том же основании неправильно оценивать торговлю потребительскими товарами только как *«торгового посредника между производством и потреблением».* Это положение относится к ее роли в сфере товарного обращения как «формы товарного обмена».

Торговля потребительскими товарами во всех случаях выступает *как специфический вид деятельности по обслуживанию сферы обращения*.

Торговая деятельность обеспечивает процесс товарного и денежного обращения, формирует и удовлетворяет потребности населения в товарах и услугах, выявляет объем платежеспособного спроса на потребительские товары и потребности производства, активизирует трудовые процессы во всех сферах деятельности, развивает и совершенствует межхозяйственные, межрегиональные и международные связи, позволяет расширить рыночное пространство.

Таким образом, однозначно определить сущность торговли вообще и торговли потребительскими товарами в частности невозможно. По нашему мнению, торговлю потребительскими товарами следует рассматривать:

как форму товарно-денежного обмена, происходящего во времени и пространстве, организованного в определенной последовательности и отражающего совокупность экономических отношений по поводу купли-продажи товаров;

как сферу общественно полезной деятельности, связанной с организацией товарного обмена и торгового обслуживания населения;

как организатора и регулятор рынка и рыночных отношений в сфере товарного обращения.

В национальном хозяйстве торговлю потребительскими товарами следует рассматривать как важнейший сектор экономики. Отсюда, *торговля потребительскими товарами* – это происходящий во времени и пространстве процесс товарно-денежного обмена, организованный в определенной последовательности, отражающий совокупность экономических отношений по поводу обмена продуктами труда с целью предоставления материальных благ потребителям в таком виде, в такое время и в таком месте, которые соответствовали бы их требованиям.

По убеждению автора, вопросы о сущности торговли, ее роли и функциях в товарном обращении, о развитии производства и рыночных отношений, о торговом обслуживании населения имеют не только принципиальное теоретическое, но и весьма важное практическое значение. От того, какими будут ответы на эти вопросы, зависят конкретные меры по управлению товарным обращением в стране, рынком потребительских товаров и торговлей, эффективность функционирования которых в конечном счете сказывается на полном и качественном удовлетворении платежеспособного спроса и потребностей населения.

Литература

1. **Николаева Т.И.** Торговля потребительскими товарами: проблемы развития и совершенствования. Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 1996.

2. **Николаева Т.И.** Адаптация торговли к условиям рынка. Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 1995.

3. **Николаева Т.И., Егорова Н.Р.** Потребительский рынок и торговля: проблемы развития и регулирования. Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 1998.

* * * * *