

ББК 9(2)421

МЕСТО ТОРГОВОЙ СФЕРЫ ЭКОНОМИКИ В СИСТЕМЕ РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Калов З.А., Теуважуков Б.Д., Абазова М.В.

*Администрация президента КБР,**Кабардино-Балкарская сельскохозяйственная академия*

Подробная информация об авторах размещена на сайте

«Учёные России» - <http://www.famous-scientists.ru>

В данной работе авторами выдвигается и обосновывается тезис о том, что торгово-коммерческая деятельность является определяющим фактором в системе рыночных отношений.

Определяющим фактором в системе рыночного хозяйствования выступает торгово-коммерческая деятельность. С переходом к свободным рыночным отношениям все большее значение приобретают торговая сфера и коммерческая деятельность с их потенциальными возможностями.

Специфической особенностью процессов, происходящих в сфере обращения, является тот факт, что результатом ее функционирования является не создание продуктов, а удовлетворение покупательского спроса, оказание услуг производителям и потребителям, а также то, что эффект проявляется не только в самой этой сфере, но и за ее пределами, в сопряженных отраслях и сферах деятельности. От насыщенности рынка товарами и услугами, своевременности их реализации зависят возможности развития производства, степень и качество удовлетворения потребностей.

В нашей стране в дореформенный период ведущей формой торговли товарами народного потребления была государственная торговля, которая обслуживала преимущественно городское население. Доля государственной торговли в розничном товарообороте страны составляла 70%. Ее вели ряд торговых систем: республиканские министерства торговли, ОРСы (отделы рабочего снабжения) и ПРОДСНАБы некоторых отраслей промышленности, транспорта, строительства.

Экономика строилась по законам прямого распределения, регулирования, без эффективных обратных связей по всей

совокупности параметров народного хозяйства.

Торговли как отрасли рыночной экономики в стране не существовало. Господствующей точкой зрения было то, что закон спроса и предложения в нашей экономике не действует, его просто нет, он «побежден» законом планомерного, пропорционального развития народного хозяйства.

Вместе с тем в условиях рыночной экономики торговле принадлежит важная роль связующего звена между производством и потреблением. Формирование рынка потребителя, усиление конкуренции, трудности в сбыте продукции вынуждают фирмы большое внимание уделять изучению конъюнктуры рынка. Это неизбежно приводит к усилению роли торговли и приданию ей соответствующих функций.

Основной задачей торговли является организация распределения и движения материальных ресурсов из сферы производства в сферу потребления таким образом, чтобы было обеспечено своевременное предложение товаров в нужном месте, в достаточном количестве, необходимого ассортимента и надлежащего качества.

Для реализации этой задачи торговля выполняет ряд функций, к основным из которых можно отнести: распределение предметов потребления в пространстве (компенсация расстояния); сохранение товаров во времени (синхронизация ритма производства и потребления); компенсация различий в объемах производства и потребления; ориентация на требования потребителей к качеству продукции; фор-

мирование товарного ассортимента; освоение новых рынков и стимулирование сбыта; предоставление информации о рынке; предоставление различного рода сервисных услуг.

Это далеко не полный перечень функций торговли. Отдельные функции присущи любому типу экономики, основанному на общественном разделении труда, другие – лишь рыночной экономике. При этом коммерсанты оказывают услуги, как производителям, так и потребителям.

Таким образом, в условиях рыночной экономики торговля играет активную роль. С ее помощью производители получают достоверную информацию о требованиях потребителей и изменениях спроса на продукцию, в результате чего стимулируется производство соответствующих товаров. И, наоборот, торговля побуждает новый спрос, осуществляя рекламу новых изделий и их продвижение на рынке.

Торговля – одна из крупнейших отраслей экономики как по числу занятых в ней людей, так и по объему деятельности и вкладу в общий экономический потенциал. В ней объединены предприятия оптовой, розничной торговли и общественного питания, численность работающих составляет около 20% от числа занятых в народном хозяйстве, то есть отрасль обеспечивает рабочими местами порядка 23 млн. человек. Роль торговли в экономической жизни страны весома. Ее доля в валовом внутреннем продукте поднялась с 5% в дореформенный период до 22% в 2003 году. Удельный вес торговли в совокупном валовом внутреннем продукте превосходит по совокупности все сферы деятельности, занятые выпуском потребительских товаров.

Мы можем четко определить торговлю как коммерческую, обменную деятельность, осуществляемую на инициативных началах с целью получения и распределения прибыли.

Теория ориентирована на познании сущности коммерческих явлений, установлении основополагающих предпосылок коммерческой деятельности, выявлении основных факторов и ориентиров развития коммерческого дела.

Коммерция ассоциируется с рыночной экономикой и рыночными отношениями. Коммерции и коммерческим процессам свойственны свои правила и принципы. Главный принцип коммерции – это соединение коммерческими действиями этапов продвижения продукции от производителя до потребителя, обеспечивая снижение издержек обращения и получения реальной прибыли от продажи продукции. Чем полнее принципы коммерции сочетаются с рыночными экономическими явлениями, тем эффективнее действует коммерческая система. В результате зарождаются благоприятные условия, способствующие динамичному развитию экономики. Механизм коммерции строится на саморегулировании, где определяющая роль диктуется экономическими целями. Коммерческая самообеспеченность означает выбор способов и приемов, направленных на развитие хозяйственной деятельности конкретного рынка. Такая позиция ведет к образованию целенаправленного производства и потребления продукции. Коммерция с присущими ей свойствами становится реальной необходимостью рынка.

Регуляторами коммерции являются рыночная среда и конъюнктура рынка. Здесь отметим, что и сама коммерция, обладает свойством автономности, регулируя ограниченные материальные ресурсы и денежные средства. В условиях организованного рынка коммерция выступает связующим звеном между субъектами хозяйствования. Рыночное пространство позволяет участникам коммерческого оборота успешно действовать при взаимной заинтересованности, в выгоде продвигаемой и реализуемой продукции.

Цель, преследуемая субъектами рынка – получение прибыли. Ее размер зависит и обеспечивается удовлетворением запросов и потребностей покупателей продукции и услуг.

Основными участниками коммерческой деятельности являются ее предпринимательские структуры. Поэтому комплекс задач совершенствования коммерческой деятельности субъектов рынка необходимо рассматривать в сочетании с инте-

ресами участников рынков: товаров, услуг, труда и т.д.

Потребитель, реализуя свои интересы, оказывает существенное влияние на установки и цели предпринимателей на рынке.

Эффективное и устойчивое развитие торговли не возможно без выполнения комплекса мер по совершенствованию правовой среды, в которой она осуществляет свою деятельность. В настоящее время происходит усиление государственного регулирования в направлении содействия развитию предпринимательства, применения организационных форм взаимодействия государственных органов с субъектами частного бизнеса, обеспечение оптимального сочетания государственного и рыночного механизмов регулирования.

По мере становления рыночной экономики возрастает роль и значение гражданского права, регулирующего на основе юридического равенства сторон имущественно-стоимостные отношения.

В настоящее время в торговле установлены правовые нормы государственного контроля и надзора за соблюдением законодательства в области стандартизации, метрологии, сертификации и защиты прав потребителей, путем принятия следующих законов: «О защите прав потребителей», «О сертификации продукции и услуг», «О стандартизации», «Об обеспечении единства измерений», «Об антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур», «О рекламе» и т.п.

Государственной службой контроля за соблюдением норм и правил торговли, порядком формирования цен, качеством и безопасностью товаров народного потребления является Госторгинспекция Министерства экономического развития и торговли РФ. Объектами контроля Госторгинспекции являются предприятия, учреждения, организации независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности, а также граждане, реализующие и производящие товары и услуги.

К важнейшим задачам в области государственного регулирования торговой деятельности относятся:

- формирование конкурентной среды, обеспечивающей устойчивую систему товародвижения и предупреждение монополизма на потребительском рынке;
- защита внутреннего рынка на основе регулирования экспорта и импорта;
- всестороннее развитие и укрепление нормативно-правовой базы;
- создание благоприятных условий для интегрирования хозяйственной деятельности различных торговых образований: корпораций, холдинговых образований, торгово-финансово-промышленных групп и т.п.;
- определение концепции развития торговли;
- мониторинг товародвижения и логистического обслуживания;
- эффективный контроль за торговыми предприятиями с точки зрения финансовой, налоговой дисциплины, качества реализуемых товаров, уровня обслуживания, защиты прав потребителей;
- совершенствование трудового законодательства, регламентирующего права и обязанности участников торговой деятельности;
- развитие механизма корпоративного управления;
- развитие разнообразной торговой инфраструктуры.

На федеральном уровне госрегулирование должно сосредоточиться на общих проблемах формирования государственной торговой политики с ориентацией на целевые программы, индикативное планирование, экономические нормативы, санкции, приоритетность развития отдельных элементов торговой инфраструктуры в общенациональных интересах.

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.

**PLACE OF TRADING SPHERE OF ECONOMY IN SYSTEM OF MARKET
MANAGING**

Kalov Z.A., Teuvazhukov B.D., Abazova M.V.

Administration of KBR president, The Kabardino-Balkarian agricultural academy

The thesis is put forward and proves in the given work as authors about that that trading-commercial activity is the defining factor in system of market attitudes.