Бодрягин В.И.[1]

[1] *Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва*

Развитие внутренней торговли в условиях рыночной экономики

АННОТАЦИЯ:
В статье рассматриваются тенденции развития внутренней торговли, как важнейшей отрасли экономики страны, в условиях рыночных отношений, ее состояние, проблемы и перспективы функционирования, что, в конечном итоге, влияет как на уровень жизни населения, так и на производство товаров и услуг, а дестабилизация ситуации во внутренней торговле может привести к серьезной угрозе национальной безопасности государства.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *внутренняя торговля, рыночная экономика, качество товаров, социальная поддержка, потребительский рынок, розничная сеть*

JEL: F10, F14, L81

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:
Бодрягин В.И. Развитие внутренней торговли в условиях рыночной экономики // Российское предпринимательство. — 2015. — Т. 16. — № 11. — с. 1533-1542. — http://journals.creativeconomy.ru/index.php/rp/article/view/235/

Бодрягин Вячеслав Иванович, доцент кафедры торговой политики Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, г. Москва (vyachek7@yandex.ru)

ПОСТУПИЛО В РЕДАКЦИЮ: 22.05.2015 / ОПУБЛИКОВАНО: 17.06.2015

ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП:
http://journals.creativeconomy.ru/index.php/rp/article/view/235/

(с) Бодрягин В.И. / Публикация: ООО Издательство "Креативная экономика"

Статья распространяется по лицензии Creative Commons CC BY-NC-ND (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/)

ЯЗЫК ПУБЛИКАЦИИ: русский

2015 год является знаменательным для России: она отмечает 70-летие Победы в Великой отечественной войне и 25-летнее развитие в условиях рыночной экономики.

Новейшие экономические и социальные тенденции в процессе формирования постиндустриального общества выдвигают человека в центр происходящих трансформаций как их первостепенное условие и конечная цель. Воздействие государства на развитие человека значительно усиливается и в результате активного привлечения бизнеса и организации гражданского общества к разработке и проведению социальной политики, а структур некоммерческого сектора – к социально-культурному обслуживанию населения. В современных условиях особенно глубокой перестройке подвергается социальная политика государства, поскольку обнаруживается низкая эффективность действующих моделей государственной социальной поддержки и помощи населению.

Коренные изменения, произошедшие в российской экономике с начала реформ, тесно связаны с развитием торговли. Именно в торговле началось возрождение предпринимательства, формирование свободной хозяйственной инициативы, разгосударствление предприятий, их приватизация. Частный сектор в торговле занял главенствующее место, более 95% товарооборота приходится на негосударственные торговые предприятия. Проводимая интеграция в торговле позволила в десятки раз увеличить количество рабочих мест и обеспечить работой высвободившихся работников из других отраслей экономики. Торговля явилась важнейшей отраслью экономики страны. На розничную торговлю приходится 18,5% численности занятых в экономике, ее валовая добавленная стоимость составляет около 20% от общей ВДС. Торговля является эффективной отраслью экономики страны, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют как на уровень жизни населения, так и на развитие производства потребительских товаров и услуг.

Рост покупательской способности населения положительно сказывается на структуре оборота розничной торговли. Доля непродовольственных товаров в обороте розничной торговли, являющейся одним из показателей качества жизни населения, начиная с 2010 года, сохраняет свой уровень. В 2014 году, по сравнению с 2013 годом, она возросла с 53,8% до 54,3% [4]. В то же время этот показатель нельзя считать утвердительным в силу того, что с марта 2014 года США

совместно с Евросоюзом ввели несколько пакетов санкций против Москвы, и это повлияло на повышение курса доллара, а при закупке по импорту отдельных продовольственных товаров – и на розничные цены.

В период рыночных отношений на потребительском рынке появилось множество крупных торговых сетей, в том числе и иностранных. Именно интеграция стала сегодня ответным шагом отечественных торговых предприятий на усиление конкуренции со стороны иностранных сетей. Доля сетевых магазинов особо велика среди специализированных магазинов. Наибольшая доля сетевых магазинов приходится на специализированные промтоварные магазины [3].

Однако следует отметить, что, несмотря на развитие в условиях рынка отечественных розничных сетей, они менее конкурентоспособны, чем крупные иностранные сети. Торговая сеть России еще не достигла уровня развитых стран мира как по количеству торговых площадей в расчете на 1000 жителей, так и по качеству.

Выход международных розничных сетей на региональные рынки РФ носит неоднозначный характер. С одной стороны, формирование отечественных и приход международных сетей с мощными финансовыми, материально-техническими ресурсами позволяет внедрить современные системы работы с поставщиками и покупателями, повысить степень централизации функций логистики и дистрибуции, сократить число и ужесточить работу с поставщиками, существенно повысить качество обслуживания, расширить ассортимент продаваемых товаров, а также снизить розничные цены. С другой стороны, их появление приводит к монополизации потребительского рынка, к диктату условий, к одновременному закрытию или банкротству самостоятельных магазинов, небольших местных розничных сетей, которое сопровождается высвобождением торговых работников, социальной напряженностью, нарушением хозяйственных связей, нередко снижением отчислений в местные бюджеты и на социальные нужды [2].

В оптовой торговле в последнее время наблюдаются тенденции спада объема продаж. Сокращение доли объема оптовой торговли связано, прежде всего, с ускоренным развитием крупных розничных компаний, универмагов, сетевых магазинов, интернет-магазинов и расширением складских площадей для обеспечения товарной продукцией своей сетевой торговли.

Основными технологиями развития и укрепления торговых сетей становятся установление прямых контактов с производителями товаров, диверсификация форматов торговли, вложение средств в брендинг и маркетинговые исследования, создание эффективной системы управления потребительским рынком для более полного удовлетворения спроса на товары и услуги. В связи с формированием новых экономических отношений должны быть обозначены приоритеты развития социально ориентированной сети торгового обслуживания для малообеспеченных категорий граждан, увеличено количество магазинов-дискаунтеров, обеспечены в территориальной доступности товарами все социальные группы населения, созданы адресные программы развития торговой сети.

Следует особо подчеркнуть важность внедрения комплекса взаимосвязанных торговых и технологических операций по механизации и автоматизации погрузочно-разгрузочных работ, оснащению торговых организаций подъемно-транспортными средствами, пакетированию мелких товаров в более крупную упаковку, что дает возможность непосредственно с приемной площадки с использованием и применением тары-оборудования поставить продукцию в торговый зал для продажи. Все это дает возможность значительно улучшать ресурсный потенциал торговли, ее материально-техническую базу и за счет роста товарооборота, прибыли, инновационных решений – постоянно обновлять свои основные фонды.

В доперестроечный период бюджетные средства на развитие торговли выделялись по остаточному принципу, даже московские универмаги и продовольственные магазины из-за отсутствия средств строились порой годами.

Не хватало средств и для закупки недостающих товаров по импортным поставкам для обеспечения потребностей населения. В этой связи не редки были случаи перебоев поставки отдельных групп продовольственных (продукции животноводства) и других отдельных групп непродовольственных товаров.

Ни в одной стране мира рыночные отношения не существуют вне участия государства. Конечно, оно не имеет характера прямого давления, а существует как регулятор, направляя в ту или иную сторону коммерческую или хозяйственную деятельность и ставит их в определенные рамки.

В настоящее время торговля и услуги не отвечают требованиям цивилизованного рынка, и здесь необходимо принять определенные меры, обеспечив правовую защиту предпринимателя и покупателя в равных мерах. Рыночная экономика никогда не существовала и не может существовать в чистом виде, вне общества и отдельно от государства. Она не может нормально функционировать без активных действий со стороны государства, которое является гарантом прав человека, его безопасности и благополучия.

Ключевой ошибкой, допущенной государством в ходе реформирования экономических отношений в России, стал бессистемный переход на рыночные отношения без соответствующего обсуждения и принципиального его переходного периода. В результате проявились недостатки правовой базы, сомнительная конкуренция, низкое качество функционирования рыночных отношений и др.

Развитие рыночных отношений в России показывает, что одна из наиболее сложных проблем – это отношения государства и рынка.

При проявлении разнообразных форм собственности, в том числе и частной, создана конкурентная среда как база для конкурентной борьбы. Для того чтобы выжить, предприятия разных форм собственности, поставленные иногда в силу различных причин в неравные условия, вынуждены отклоняться от установленных норм и правил, тем самым преследуя корыстные узкопрофессиональные интересы. Так, отдельные предприятия промышленности, несмотря на свободные цены, нашли пути извлечения дополнительного дохода за счет замораживания свежей рыбы, мяса и т.п. с применением ледяной глазури. Такая практика позволяет увеличить нетто и при этом скрыть то, что находится под ледяной коркой, т.е. качество продукции. Или же взять, например, рыбные и мясные консервы, которые производятся якобы в соответствии с ГОСТом, тем самым привлекая внимание покупателя. ГОСТ – это ещё советский стандарт качества, который был самым суровым во всём мире; таких жёстких требований к качеству продукта не предъявляла ни одна страна мира. Но сейчас на упаковке что только не пишут, и не всегда эта надпись соответствует действительности.

Контроль за качеством товаров, соблюдение правил торговли в нашей стране имеет давние традиции, уходящие корнями в петровскую эпоху. Именно тогда появились первые указы, направленные на регулирование стихийной торговли, защиту прав потребителей от

недобросовестных торговцев. Любопытен тот факт, что именно в переходный период к рыночной экономике государственный контроль утратил свою значимость. Он крайне необходим в России, и примеров его необходимости предостаточно. Приведу только один из них – это сплошная проверка прокуратурой предприятий торговли на предмет обоснованности ценообразования отдельно значимых продуктов питания. В этой связи у граждан и в средствах массовой информации возникает вопрос: «А что, больше некому?». Российский опыт рыночных отношений и практика экономически развитых государств мира говорят о необходимости государственного регулирования на потребительском рынке. Однако и Союз предпринимателей России мог бы взять на себя ответственность за контроль и быть проводником не только защиты предпринимателей, но и защиты населения, как это имеет место быть в зарубежной практике.

Большинство субъектов торговой деятельности ориентированы на получение быстрой прибыли «сегодня и сейчас», не опираясь на экономические законы. В результате действует принцип «куплю по наименьшей цене и низкого качества – продам подороже», без каких-либо колебаний совести, вложения соответствующих средств в развитие торгового предприятия, что создает напряженность в потребительском поведении. Несистемное внедрение рыночных механизмов и неподготовленные к этому товарно-денежные отношения в России неизбежно привели к появлению, скорее, «дикого», чем достаточно цивилизованного рынка, адаптированного к мировой системе. Вследствие этого многие коммерческие структуры ушли в тень, что повлияло и на качество продукции и на ценовую политику, доводя рентабельность до наивысших показателей. В результате качество продукции и ценовая политика практически бесконтрольны и подвластны недобросовестному торговцу.

Во многих индустриальных странах поддержание розничных цен означает практику, при которой в долгосрочных договорах изготовителя (поставщика) и покупателя закрепляются статьи о недопустимости в одностороннем порядке повышения цен. Это происходит по товарам, пользующимся устойчивым спросом и обладающим четко выраженными особенностями. Одна из главных особенностей – незаинтересованность накручивания цен, так как это сдерживает сбыт продукции.

Среди продовольственных товаров, поступающих по импорту, широкое распространение получила фальсификация продукции и услуг

по качеству ассортиментной принадлежности и ценам. Отдельные продовольственные товары являются опасными для здоровья человека. В то же время в доперестроечный период поставка товаров по импорту строго регулировалась государством и каких-либо забраковываний по качеству товаров не устанавливалось. Качество импортной продукции соответствовало требованиям ГОСТов. Сложившаяся ситуация связана прежде всего с отсутствием контроля за поставками товаров по импорту; аналогичная ситуация складывается и с отечественными продуктами, поскольку такие условия конкуренции просто не предполагают производить качественную продукцию.

Развитие потребительского рынка требует значительного увеличения численности работников сферы торговли и услуг, и в связи с этим возрастают требования к качеству кадрового обеспечения этого процесса.

В то же время кадровое обеспечение сферы потребительского рынка характеризуется наличием серьезных проблем, обусловленным в основном сменой в стране системы экономических отношений и рыночными преобразованиями.

Несмотря на то, что в системе торговли доля специалистов с высшим образованием неуклонно возрастает, качество их деятельности снижается. Потребитель практически не всегда имеет возможность получить квалифицированную консультацию. Социологический опрос, проводимый специалистами РГТЭУ, РЭУ и других вузов по поводу оценки практики обучения и повышения квалификации, выявил необходимость получения руководителями высшего и среднего звена управления дополнительных знаний по конкретным направлениям практической деятельности. К ним относятся:

Маркетинговые исследования	–	36,4%
Психология	–	36,3%
Современные торговые технологии	–	31,8%
Иностранный язык	–	28,2%
Технология, управление продажами и обслуживания	–	26,7%
Коммерческое право	–	24,4%

Анализ ответов показывает, что первые два места, практически равные по значимости, занимают проблемы, связанные с проведением на предприятиях малого бизнеса маркетинговых исследований, а также актуальность делового общения руководителей.

Такое распределение характеризует динамичность отношений с субъектами рыночной среды, необходимость руководителей ежедневно вести деловые переговоры с поставщиками, потребителями, органами власти и т.д.

Радикальное преобразование в переподготовке кадров необходимо на современном этапе, процесс формирования хозяйственных руководителей и механизм управления этим процессом объективно задаются действием законов общественного развития и в каждый конкретно-исторический период должны быть адекватны требованиям.

Прогрессивные идеи по регулированию кадровой политики высказывались всегда. Но не всякий раз к ним прислушивались. И те, кто раньше находился «у большого и малого руля» по управлению хозяйственным субъектом, и те, кто сейчас предлагает пути решения обострившихся кадровых проблем, и даже те, кто эту насущную для России проблему игнорировал, стали, если так можно выразиться, единомышленниками. Потребительский рынок является важнейшей стратегической частью экономической системы России. Грубейшие нарушения в сфере потребительского рынка создают угрозу здоровым экономическим отношениям.

А потому необходимо создать систему условий, которые бы позволили и потребителю, и предпринимателю чувствовать себя защищенными, систему, в которой каждый член общества был бы уверен, что его жизни, здоровью, имуществу, чести и свободе не угрожает опасность. При этом исходить из того, что криминологическая безопасность потребительского рынка – явление социальное, требующее для защиты прав и свобод потребителей и предпринимателей вмешательства государственных органов. На наш взгляд, созрела необходимость создания, например, Министерства торговли России с функцией регулирования внутренней и внешней торговли в целях глубокого изучения положения дел в экономике, кадровой политике, отслеживания происходящих процессов принятия соответствующих решений на государственном уровне, добиваясь эффективного развития торговой отрасли по всем аспектам ее деятельности.

В этой связи уместно привести цитату из Послания Президента Российской Федерации В.В. Путина Федеральному Собранию, который сказал, что «прямая обязанность государства – создать условия для

развития экономических свобод, задавать стратегические ориентиры, предоставлять населению качественные публичные услуги» [5] .

В завершение можно сделать вывод, что недооценка органами государства роли регулирования экономических отношений в сфере потребительского рынка, как правило, приводит к дестабилизации не только социального обострения, но и политической ситуации в целом (например, февраль, октябрь 1917 г., 1921, 1991 и 1993 гг.). Поэтому дестабилизацию ситуации во внутренней торговле можно рассматривать как одну из серьезных угроз национальной безопасности государства.

ИСТОЧНИКИ:

1. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (ред. от 31.12.2014).

2. *Голованова С.А.* Международная торговля в развитии российских товарных рынков: Монография / С. А. Голованова. — М.: ИД «Форум», 2012.

3. *Ермолаев И.В.* Развитие, становление и текущее положение дел на рынке продуктового ритейла // Вестник Тольяттинского государственного университета сервиса. Серия: Экономика: Межвузовский сборник научных трудов. — Вып. 3. — Тольятти: Издательство ТГУС, 2008. — С. 86-91.

4. Розничные сети: степень развития в России: Исследование компании Магазин Магазинов в ассоциации с CBRE.

5. Послание Президента РФ В.В. Путина Федеральному Собранию «России надо быть сильной и конкурентоспособной» // Российская газета. — 2002. — № 71. — 19 апреля. — С. 14.

Бодрягин В.И. Развитие внутренней торговли в условиях рыночной экономики // Российское предпринимательство. — 2015. — Т. 16. — № 11. — с. 1533-1542. — http://journals.creativeconomy.ru/index.php/rp/article/view/235/

Vyacheslav I. Bodryagin, Associate Professor of the Chair of Trade Policy, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

Development of internal trade in the conditions of the market economy

ABSTRACT:
The article touches upon development trends of internal trade as the most important economic sector of the country in the conditions of market relations, current state thereof, problems and perspectives of functioning, which eventually affects as living standards of the population, as the production of goods and services, where destabilizing of the situation in the internal market may lead to a serious threat to the national security of the state.
KEYWORDS: internal trade, market economy, quality of goods, social support, consumer market, retail network