

САЛИХОВА РЕГИНА РАФАИЛЕВНА

к.э.н., доцент ФГБОУ ВО «Казанский государственный
энергетический университет», г. Казань, Россия,
e-mail: regina-salixova@list.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2024-4-222-228

РОЛЬ, ФУНКЦИИ, ЗНАЧЕНИЕ ТОРГОВЛИ В СФЕРЕ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ

Аннотация. Торговля является ключевым звеном современной экономики, являясь при этом и отраслью народного хозяйства, и сферой товарного обращения. По данным официальной статистики, доля внутренней торговли в ВВП составляет порядка 20%, по размеру налоговых поступлений в федеральный бюджет торговля занимает ведущее место среди основных отраслей экономики. В условиях трансформации общественного развития меняется и характер торговли, усиливается социальное значение внутренней торговли в жизни общества. Трансформационные условия общественного развития, в первую очередь, тенденция цифровизации экономики обуславливают изменения форм, видов, форматов внутренней торговли, усиливаются интеграционные процессы оптовой и розничной торговли. Произошло сокращение доли нестационарной торговли в структуре товарооборота, стремительным развитием сетевой формы торговли в различных форматах, усилением конкурентной борьбы посредством неценовых методов за счет развития электронной торговли. Цель исследования – выявить роль и значение торговли в сфере товарного обращения. Методология исследования основана на анализе научно-методической литературы, статистических данных и практических примеров. В ходе исследования определены отличительные особенности оптовой и розничной торговли, разработана схема торговли как формы обмена. Результатом исследования является обоснование значения торговли как организатора рынка и сферы товарного обращения в современных условиях. Область применения результатов включает внутреннюю торговлю. Выводы исследования свидетельствуют о необходимости дальнейшего исследования торговли, ее трансформации в современных экономических условиях.

Ключевые слова: торговля, рынок, сфера товарного обращения, рынок товаров, торговые процессы

SALIKHOVA REGINA RAFAILEVNA

Ph.D. in Economics, Associate Professor, Kazan State Power
Engineering University, Kazan, Russia,
e-mail: regina-salixova@list.ru

THE ROLE, FUNCTIONS, AND SIGNIFICANCE OF TRADE IN THE FIELD OF COMMODITY CIRCULATION

Annotation. Trade is a key element of the modern economy, being at the same time both a branch of the national economy and a sphere of commodity circulation. According to official statistics, the share of domestic trade in GDP is about 20%, and in terms of tax revenues to the federal budget, trade occupies a leading place among the main sectors of the economy. In the context of the transformation of social development, the nature of trade is also changing, and the social importance of domestic trade in the life of society is increasing. The transformational conditions of social development, first of all, the trend of digitalization of the economy, cause changes in the forms, types, formats of domestic trade, and the integration processes of wholesale and retail trade are intensifying. There has been a reduction in the share of non-stationary trade in the structure of trade turnover, the rapid development of the network form of trade in various formats, increased competition through non-standard methods due to the development of electronic commerce. The purpose of the study is to identify the role and importance of trade in the field of commodity circulation. The research methodology is based on the analysis of

scientific and methodological literature, statistical data and practical examples. The study identified the distinctive features of wholesale and retail trade, developed a scheme of trade as a form of exchange. The result of the research is to substantiate the importance of trade as an organizer of the market and the sphere of commodity circulation in modern conditions. The scope of the results includes domestic trade. The conclusions of the study indicate the need for further research on trade and its transformation in modern economic conditions.

Keywords: trade, market, sphere of commodity circulation, market of goods, trade processes

1. Введение

Современные экономические и социальные тенденции в процессе формирования постиндустриальной экономики обуславливают происходящие изменения в развитии и преобразовании внутренней торговли. Традиционно считается, что внутренняя торговля является т.н. «индикатором» различных сфер общественной жизни (экономической, социальной, политической, культурной). Внутренняя торговля стран имеет колоссальное значение в экономике формирующихся современных обществ. Стоит отметить, что эволюция типов общественного развития стран обусловила процесс и характер развития внутренней торговли. Исследование функционирования, развития, трансформации современной внутренней торговли следует проводить в различных аспектах, имея возможность оценить ее роль и значение в современной постиндустриальной экономике стран.

Различные теоретические аспекты функционирования и развития товарного обращения, торговой деятельности, организации коммерческой деятельности, рыночных отношений исследовались и отражались в научных трудах на протяжении многих веков. К числу ранних исследований можно отнести работы Ксенофонта, Платона, Аристотеля, в трудах которых достаточно подробно рассмотрена целесообразность разделения труда и выделения прообраза таких «отраслей» как сельское хозяйство, торговля, ремесленничество. В период зарождения капиталистических отношений создаются благоприятные условия для развития экономической науки, осуществляется переход от исследования абстрактных категорий к анализу экономических закономерностей в сфере обращения. В трудах А. де Монкретьена, Т.Мана, А.Серра предметом исследования становится сфера обращения, в т.ч. и накопление торгового капитала как главного источника обогащения нации. В трактате Э.Мисселдена «Круг торговли» был введен термин «торговый баланс», сущность которого позволила определить выгоду торговых отношений, выраженных Д.Дефо: «Выгода – вот чему служит обмен товарами... такой обмен приносит взаимную прибыль торгующим»[1,с.85].

Далее в трудах Д. Локка («Дальнейшие соображения о повышении стоимости денег»), Д. Норса («Очерки о торговле»), Д. Юма («О торговле») также определяется, что торговля вкупе с частной собственностью являются главными источниками обогащения страны.

По мере развития экономической мысли, развития капиталистических отношений менялось и представление о роли и функциях торговли; более детально в трудах исследователей рассматривалось развитие не только внешней, но и внутренней торговли страны. В определении У. Петти обозначено, что купцы и торговля «...лишь играют роль вен и артерий, распределяющих... кровь и питательные соки политического тела, а именно сельского хозяйства и промышленности». Таким образом, можно заключить, что роль торговли в XVII в. заключалась лишь в распределении продукции. В свою очередь, Ф. Кенэ считал, что торговля служит лишь для обмена ценностями, при этом приращение ценности отсутствует, а торговая прибыль – это результат обчета. Труды А. Смита и Д. Рикардо позволили определить направление дальнейшего развития экономической науки по различным аспектам: товарного производства, денежного обращения, роли государства в экономике. Немаловажным для экономической теории является определение функционирования рынка и рыночного механизма, в том числе и в сфере распределения. Д. Рикардо выделяет в качестве предмета исследования проблему распределения «Определить законы, которые управляют этим распределением, - главная задача экономической теории».

Последователь классической школы К. Маркс исследовал, в том числе влияние сферы обращения на воспроизводственные процессы, необходимость выделения торгового капитала для осуществления сделок купли-продажи. В трудах К. Маркса торговля рассматривалась как от-

дельная сфера деятельности, а торговый капитал, в свою очередь, как способ расширения общественного воспроизводства и получения прибыли.

В трудах отечественных ученых А. Н. Радищева, И. Вавилова, П. Б. Струве также исследовались вопросы влияния торговли на общественное воспроизводство.

2.основная часть

2.1 Исторические аспекты исследования торговли как сферы товарного обращения

Исследователи в своих трудах рассматривали дефиницию «обращение» как общественное воспроизводство, поскольку экономический продукт как результат человеческого труда «проходит» все этапы общественного воспроизводства (производство, распределение, обмен, потребление) и во времени и в пространстве, что обуславливает постоянный кругооборот продукции, товаров и услуг. В свою очередь товарное обращение формирует обращение товаров в системе общественного воспроизводства. Это форма обмена товаров и денег. При этом важно отметить, что по мере развития сферы обращения процесс взаимного обмена товара и денег может быть представлен самостоятельными актами, которые могут и не совпадать как во времени, так и в пространстве.

В трудах современных исследователей, также как и в трудах исследователей прошлых веков считалось, что сфера обращения оказывает значительное влияние на производство, и наоборот. По мере наращивания производственных мощностей и роста предложения, это влияние усиливается, независимо от того, завершился ли обмен конечным потреблением (товары массового потребления), либо производственным (средства труда, промышленное оборудование, средства производства и т.д.). Рост и развитие сферы обращения достигается в случае высокой эффективности материального производства. В случае увеличения интенсивности материального производства (например, посредством повышения производительности труда), произойдет экономия используемых ресурсов, которые в свою очередь могут быть использованы в сфере обращения.

Однако, с другой стороны, и сфера обращения оказывает влияние на материальное производство. Повышение качества жизни, развитие информационных технологий, инновационных технологических линий материального производства, рост спроса на услуги - увеличивают количество производимых продуктов «товар», «услуга», тем самым увеличивая емкость рынка, создавая предпосылки для материального производства. Создаются новые рынки, где формируется спрос и предложение на новые (инновационные товары). Именно взаимообуславливающее влияние материального производства и сферы обращения дает импульс к дальнейшему развитию роста производства, меняя качественную его структуру.

А, товарное обращение, в свою очередь, является инструментом, посредством которого осуществляется воспроизводственный процесс, прослеживается также двоякая связь товарного обращения с завершающей стадией воспроизводства – потреблением. С одной стороны, товарное обращение создает условия для потребления экономических продуктов, а с другой стороны, потребление возмещает затраты общественного труда, обеспечивая возможность расширенного воспроизводства. Также стоит отдельно отметить, что завершающий этап товарного обращения (для конечного пользования) опосредует не только товары, но торговые услуги, что создает значительное отличие потребления от обращения, в т.ч. от распределения с точки зрения экономической природы воспроизводственного процесса.

Актуальным и значимым представляется определение сущности, роли, различных аспектов функционирования, развития и трансформации торговли и как организатора товарного обращения, и как организатора рынка.

В экономической научной литературе, нормативно-правовых источниках представлены различные трактовки сущности, содержания внутренней торговли.

На протяжении XX-XXI веков теоретические подходы к определению торговли в отечественной научной, нормативной литературе менялись. Связано это и с эволюционными процессами развития общества, и со сменой экономических систем, для каждой из которых характерны специфические особенности функционирования и развития торговли.

Рассматривая термин «торговля», отметим, что в советской литературе, исследуемая категория трактовалась как «обмен потребительских товаров на деньги населения». При этом стоит

отметить, что торговля распределяла в основном потребительские товары, а средства производства и средства труда распределялись посредством государственного снабжения.

В научных трудах отечественных ученых А.Г. Аганбекян, Л.И. Абалкин, С.С. Васильев, В.П. Воронин, Б.И. Гоголь, Г.И. Григорян, 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. Февилон и др. торговля потребительскими товарами трактовалась как «форма товарного обращения», «форма товарного обмена и специфических экономических отношений», когда продукты труда производятся для обмена», «отрасль народного хозяйства», «форма удовлетворения растущих потребностей трудящихся», «торговый посредник между производством и потреблением», «внутренний рынок» [2, с.5].

В учебной и нормативно-правовой литературе торговля рассматривалась как «отрасль народного хозяйства». Современные нормативные источники определяют торговлю как вид деятельности. Согласно ГОСТ Р 51303 – 2013. «Термины и определения» торговая деятельность (торговля) - вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров, а розничная торговля - вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. На наш взгляд, основу данного определения составляют категории «приобретение» и «продажа», которые вкуче предполагают процесс товарно-денежного обмена.

В экономическом словаре термин торговля трактуется как процесс движения товаров как форма распределения производимых обществом ценностей [2, с.5]. В таком случае торговля возникает тогда, когда продукты труда производятся для обмена и этот продукт труда отчуждается при равноценном его возмещении.

Поэтому можно определить, что основой развития торговли, в том числе является экономическая обособленность (самостоятельность) производителей и специализация труда, где производители специализируются на выпуске товаров, посредством которого удовлетворяются многообразные общественные потребности.

В современных условиях рыночных отношений определять торговлю как «отрасль народного хозяйства» является подходом, не учитывающим современные конкурентные отношения в торговле, формы и направления функционирования и развития торговли. Также, по нашему мнению, исследовать внутреннюю торговлю только как вид деятельности или как процесс движения товаров также является подходом, не охватывающим весь спектр специфических отношений, складывающихся в торговле. Современные торговые организации являются финансово самостоятельными хозяйствующими субъектами, классифицируемые по различным признакам: по типу, виду деятельности, по товарной специализации, по форме торговли и т.д. Ряд организаций образуют торгово-промышленные группы, реализуют стратегию диверсификации, расширяя «поле» видов предпринимательской деятельности, объединяя промышленный и торговый капитал; создают интегрированные торговые структуры (и вертикально, и горизонтально интегрированные), применяют различные варианты, способы ведения коммерческой деятельности даже в рамках одной торговой организации. Основываясь на вышеизложенное, мы разделяем позицию Николаевой Т.И., что трансформация внутренней торговли в рыночных условиях создает предпосылки для развития сферы торговли всеми предпринимательскими структурами [2, с.5].

2.2 Социально-экономические аспекты исследования торговли как организатора рынка

Поскольку современная торговля функционирует в условиях рыночных отношений, в которых «возможности», особенности торговли и расширяются, и реформируются, по нашему мнению, следует более подробно рассмотреть, каким же образом взаимосвязаны экономические категории «рынок», «торговля», а также определить каким образом, конкуренция и складывающиеся конкурентные отношения в торговле обуславливают ее трансформацию.

Рынок – совокупность процессов и процедур, функционирование и развитие которого осуществляется в специфических условиях. Функционирование рынка направлено на удовлетворение общественных потребностей: «производителей-предпринимателей», «торговцев-предпринимателей», потребителей, где каждый из участников рыночного процесса стремится удовлетворить собственный экономический интерес, обеспечивая беспереывное функционирование национальной экономики.

Научные исследования в области сущности рынка, механизмов его функционирования, классификации достаточно широко представлены в трудах зарубежных и отечественных исследователей. В нашем исследовании мы воспользуемся классификацией рынка по признаку объекты купли-продажи, к которому относят рынок потребительских товаров и услуг: рынок продовольственных, непродовольственных товаров; рынок услуг.

Рынок товаров – это сфера обмена (рис. 1), подчиняющаяся экономическим законам товарного производства и товарного обращения, развивающаяся по законам «спроса» и «предложения». Исходя из представленного определения, отметим, что и «рынок товаров», и «торговля» по своей сути отражают, и систему экономических отношений по поводу обращения товаров, регулируемые в т.ч. категориями «спрос» и «предложение», и процесс купли-продажи, и деятельность субъектов, обеспечивающих данный процесс. Однако, по нашему мнению, данные категории нельзя считать тождественными, они близки по своей сути, но не однозначны по масштабу функционирования, поскольку категория «рынок» трактуется шире, нежели категория «торговля».

Рынок товаров представляет собой сферу обмена, обеспечивающая систему экономических отношений между всеми его субъектами (рис. 1), а рынок потребительских товаров – это совокупность экономических отношений, складывающихся между его субъектами в процессе купли-продажи товаров (обладающих определенной потребительской стоимостью) и сопутствующим процессу купли-продажи торговых услуг. На рынке потребительских товаров и услуг происходит «встреча» производства и потребления, обеспечивается удовлетворение потребностей всех социальных групп. Рынок потребительских товаров и услуг является источником информации о колебаниях спроса и предложения, инфляции, денежном обращении, предпочтениях потребителей, «нестыкках» спроса и предложения.

Торговые процессы, их развитие, трансформация осуществляются в рамках рынка потребительских товаров, здесь же обеспечивается развитие всевозможных торговых услуг, сопутствующие, а в ряде случаев обеспечивающие торговые процессы. Торговые процессы направляют, организуют рынок потребительских товаров; в зависимости от существующих торговых процессов, характере экономических отношений, складывающихся между субъектами рынка потребительских товаров, можно сделать выводы об особенностях функционирования рынка потребительских товаров. (Рис. 1)



Рис. 1. Торговля как форма обмена

Торговля организует и регулирует рынок потребительских товаров, обеспечивая реализацию и потребление товаров, устанавливая в процессе реализации наиболее «явную» связь между производством и потреблением, выявляя степень развития производства. Торговля повышает эффек-

тивность используемых ресурсов, организует внедрение результатов прогресса, обеспечивает непрерывность товарно-денежного кругооборота. По каналам взаимодействия субъектов товарного обращения (спрос и предложение), по линии «спроса» происходит движение товара от производителя к потребителю, а по линии «предложения» осуществляется возмещение затрат производителю за ресурсы; производитель получает прибыль, потребители – товары, а страна – положительный социально-экономический эффект.

Отдельно стоит отметить, что многоаспектный характер носят и связи, устанавливаемые внутренней торговлей с отраслями производства. Внутренняя торговля обеспечивает взаимовыгодный обмен товарами (сырьем, материалами, комплектующими изделиями) между отраслями. Торговля, являясь элементом системы общественного воспроизводства, «заинтересована» в развитии более эффективных форм товарообмена, отвечающего современным общественным условиям развития. Именно эффективная внутренняя торговля способствует развитию конкуренции в сфере производства не только через расширение ассортимента, повышение качества товаров, совершенствование ценовой политики и ряд других факторов, но и через сокращение времени внедрения результатов прогресса в производственную деятельность.

Посредством торговли обеспечивается процесс денежного обращения. Скорость денежного обращения напрямую зависит от скорости обращения товаров, чем выше скорость обращения товаров, тем менее подвержена денежная масса инфляционным процессам, сокращается время обращения и доведения товаров от производителей к потребителям. Немаловажным является отметить, что торговля обеспечивает значительные поступления в бюджет страны в виде прямых и косвенных налогов; при этом осуществляется наполняемость бюджета разных уровней.

Видами внутренней торговли являются оптовая, розничная торговля, система потребительской кооперации, сфера общественного питания; внутренняя торговля охватывает деятельность государственных и негосударственных предприятий торговли.

Несмотря на то, что и оптовая, и розничная торговля вовлечены в процесс распределения товаров, удовлетворения общественных потребностей, каждый вид торговли имеет свои специфические особенности. (Таблица 1.1.1).

Таблица 1.1.1

**Классификация особенностей оптовой и розничной торговли
с учетом понятийного уровня дефиниции «торговля»**

Понятийный уровень	Особенности оптовой торговли	Особенности розничной торговли
С позиций экономической теории	Эффективный способ вложения капитала (оптовая торговля осуществляется более крупными партиями, большой охват территории)	Многообразие типов, видов, форматов розничных торговых предприятий
В пространственно-временном аспекте	Наличие большого числа деловых контактов по сравнению с розничной торговлей. Объектом купли-продажи является товар, который предназначен для дальнейшего использования в предпринимательской деятельности	Интенсивность конкурентной борьбы в розничной торговле обуславливает быстрое внедрение результатов прогресса в хозяйственную деятельность. Объектом купли-продажи является товар, предназначенный для личного и семейного пользования
По месту и роли в народном хозяйстве	Существующая возможность взаимодействия с мелкими производителями, не имеющими финансовой возможности распределения товаров непосредственного потребителям	Размывание «ассортиментной специализации» торговых организаций, формирование ассортимента, исходя из существующего спроса
Сфера приложения предпринимательской инициативы	Торгово-технологические процессы направлены на привлечение конечных потребителей (менее уделено внимание BTL-мероприятиям, мерчендайзингу)	Необходимость торгового обслуживания потребителей в больших масштабах, вовлечение потребителей в торгово-технологические операции

По итогам десятилетия российская экономика занимала около 3,7% мирового экспорта металлургической промышленности; 2,1% — экспорта стройматериалов; 1,7% — экспорта сельскохозяйственной продукции; 1,0% — экспорта химической промышленности; около 1,1% — мирового экспорта услуг. Участие России на мировых рынках капиталом- и наукоемкой продукции

незначительно. Так, российский экспорт составляет 0,4% мирового экспорта транспортного машиностроения; 0,3% — экспорта машин и оборудования; 0,13% — экспорта электроники. Отраслевые структурные сдвиги в несырьевом российском экспорте за последние два десятилетия оказались незначительными. Организации торговли (оптовой, розничной) демонстрируют достаточно высокие темпы роста финансовых результатов деятельности (224,1% за период 2017-2022гг.). Также отметим, что, несмотря на отрицательные значения, а также на снижение показателей финансовых результатов деятельности промышленных предприятий (по ряду видов экономической деятельности), финансовые результаты деятельности торговых организаций за этот же период растут.

В таком случае устанавливается следующая закономерность: несмотря на динамику снижения показателей финансовых результатов деятельности организаций, в разрезе видов экономической деятельности, торговые организации демонстрируют положительную динамику ввиду обеспечения распределения не только произведенных товаров внутри страны, но импортируемых товаров.

Таким образом, заключим, что современная форма товарного обращения увеличивает нагрузку на всю внутреннюю торговлю страны, в особенности на субъекты торговой деятельности, обеспечивающие данный процесс. Трансформация видов, форм, форматов торговли, развитие электронной торговли и ее институциональных секторов способствуют развитию торговли как специфического вида деятельности по организации, регулированию сферы обращения, распределения и потребления, обеспечивая формирование и наращивание конкурентных преимуществ в условиях рыночной экономики.

Литература

1. *Экономическая мысль в ретроспективе* : [Пер. с англ.] / Марк Блауг. - Москва : Акад. нар. хоз-ва : Дело, 1994. - 687 с. : граф., портр.; 27 см. - (Серия «Зарубежный экономический учебник»); ISBN 5-86461-151-4 (В пер.) : Б. ц.
2. *Потребительский рынок и торговля: проблемы развития и регулирования* / Т. И. Николаева, Н. Р. Егорова; М-во общ. и проф. образования Рос. Федерации. Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 1998. - 270 с. : ил., табл.;
3. *Электронная торговля : Рекомендовано УМС УМО по направлению «Торговое дело» в качестве учебника для студентов, обучающихся по направлению «Торговое дело»* / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. - 4-е изд.. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2024. - 150 с. - ISBN 978-5-394-05571-3.
4. Салихова, Р. Р. *Трансформация внутренней торговли России в современных условиях* / Р. Р. Салихова, Г. Г. Иванов : ООО "Научно-издательский центр Инфра-М", 2022. - 151 с. - (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-017610-9. - DOI 10.12737/1863099.

References

1. *Economic thought in retrospect* : [Trans. from English] / Mark Blaug. - Moscow : Akad. nar. khoz-va : Delo, 1994. - 687 p. : graf., portr.; 27 cm. - (Series "Foreign Economic textbook"); ISBN 5-86461-151-4 (In the lane) : B. ts.
2. *Consumer market and trade: problems of development and regulation* / T. I. Nikolaeva, N. R. Egorova; M-in total. and Prof. education grew. Federation. Ural State Economy. un-T. - Yekaterinburg : Publishing House of the Ural State Economy. Unita, 1998. - 270 p. : ill., table.;
3. *Electronic commerce : Recommended by the UMS UMO in the field of "Trade business" as a textbook for students studying in the field of "Trade business"* / R. R. Dyganova, G. G. Ivanov, R. R. Salikhova, V. A. Matosyan. - 4th ed.. - Moscow : Publishing and trading Corporation "Dashkov and K", 2024. - 150 p. - ISBN 978-5-394-05571-3.
4. Salikhova, R. R. *Transformation of domestic trade in Russia in modern conditions* / R. R. Salikhova, G. G. Ivanov : LLC Scientific Publishing Center Infra-M, 2022. - 151 p. - (Scientific thought). - ISBN 978-5-16-017610-9. - DOI 10.12737/1863099.