



**Торговля** – это универсальный механизм, созданный многовековым процессом развития человеческих отношений в сфере экономики. Универсальность его в том, что он позволяет наиболее оптимальным способом удовлетворить насущные нужды человека, во многом облегчая его существование, а порой и спасая его.

Торговля не выдуманное явление, ее возникновение объясняется исторической необходимостью. По степени развития торговых отношений можно судить об уровне не только отдельного государства, но и целых цивилизаций.

На потребительском рынке торговля выступает как агент товарно-денежных отношений, между первичным собственником товара (продающим его) и вторичным собственником товара (покупающим его). Торговля как рыночная категория характеризует экономические отношения возникшие в процессе обмена денег на товары. Торговля выступает как специфическая общественно полезная деятельность, она заключается в организации и осуществлении эквивалентно-возмездного обмена денег на товар. Торговля выступает и как отрасль экономики, при этом она представляет собой совокупность различных торговых предприятий (магазины, склады, рестораны).[1]

Экономические преобразования, происходящие в стране, дали возможность активизировать процесс стабилизации потребительского рынка торговли. В настоящее время на внутреннем потребительском рынке происходят серьезные изменения конъюнктуры спроса, усиливаются позиции отечественных производителей, в связи с этим достигнут баланс и насыщение рынка по основным группам товаров.

Появились тенденции подъема экономики и более ускоренного вхождения в мировое сообщество, в связи с чем возникли новые задачи по проведению единой государственной торговой политики:

- разработка основ торговой политики с учетом уровня развития конкуренции в отрасли;
- поддержка и защита российских товаропроизводителей;

- создание условий для стабильного функционирования рынка и для продвижения российских товаров и услуг на внутренние и внешние рынки;
- информационно-аналитическое обеспечение торговой деятельности.

Роль торговли в экономике страны трудно переоценить. В структуре формирования ВВП на ее долю приходится 22% (против 5% в дореформенный период). По размеру налоговых поступлений в консолидированный бюджет торговля занимает третье, а в федеральный бюджет — 11 место среди основных отраслей экономики. В торговой отрасли задействовано более миллиона хозяйствующих субъектов, численность работников составляет порядка 5 млн. человек. На долю государственного сектора и обороте розничной торговли приходится менее 3% и несколько больше в обороте общественного питания — 8%. Отрасль сохраняет лидирующее положение в сфере малого бизнеса, как по числу предприятий, так и по численности занятых в ней работников (свыше 400 тыс. субъектов малого бизнеса).

Миссия торговли складывается из нескольких моментов:

- Организация рынка и достижение на нем оптимального соглашения между спросом и предложением.
- Удовлетворение разнообразных потребительских запросов на рынке.
- Формирование и совершенствование торгового предложения.
- Организация рыночного ценообразования.
- Осуществление хозяйственных связей между производителями и потребителями товаров.[2]

Сущность торговли и ее роль реализуется через функции. Среди них можно выделить следующие:

- Доведение товара до потребителя:
  - установление хозяйственных связей с производителями;
  - изучение и формирование спроса населения;
  - преобразование производственного ассортимента в торговый;

- организация и осуществление транспортировки (перевозки) товаров;
- фасовка товаров (подсортировка, подготовка к продаже);
- упаковка товаров;
- хранение товаров;
- Продажа товара, процесс обмена денег на товар:
- осуществление денежных операций;
- рекламная деятельность;
- продажа товара потребителю (взвешивание, демонстрация, дегустация, примерка);
- обслуживание, до, во время, и после продажи товара;

Роль и значение торговли можно выразить так:

- объем оборота торговли является важнейшим показателем развития экономики страны в целом. Так как после продажи товаров возмещаются затраты производителей и образуется основа для дальнейшего воспроизводства;
- в ходе торговли товары получают, или не получают общественное признание, и производители получают или не получают стимул для дальнейшего их выпуска;
- оборот торговли характеризует благосостояние населения и уровень его жизни (80% материальных потребностей людей, удовлетворяются с помощью купленных товаров);
- торговля важное звено в осуществлении распределения по труду;
- торговля способствует сближению уровня жизни населения разных социальных групп, разных регионов и стран;
- торговля способствует рациональному денежному обращению;
- торговля является плательщиком налогов и поэтому участвует в формировании государственных доходов;

- торговля активно влияет на народное потребление, определяя набор потребительских благ, их качество и влияя на способ потребления;
- торговля активно способствует интеграции страны в мировое хозяйство;
- торговля стимулирует прогресс в сфере производства и потребления.

Современный потребительский рынок России в общем можно охарактеризовать:

- структурными изменениями в развитии оптовой и розничной торговли и тенденциями к росту сети современных высокоэффективных форм торговли;
- снижением общего объема импорта по сравнению с августом 1999 года;
- смешением потребительских предпочтении в сторону отечественных производителей;
- усилением роли государства и местных органов управления в создании цивилизованных правил работы на потребительском рынке.

Как же обстоят дела с торговлей в настоящее время. Проиллюстрируем это на примерах. Заодно выделим основные направления, по которым планируется развитие торговли в нашей стране. Если в течение 11 месяцев 2013 года физический объем оборота розничной торговли сокращается, как в целом по стране, так и почти по всех ее регионах, то начиная с декабря прошлого года обозначилась тенденция его роста: до январь-февраль с.г. оборот увеличился в сопоставимых ценах на 8,3% по отношению к аналогичному периоду прошлого года, а в стоимостном выражении достиг около 1.6 трлн. руб.[3]

Положительные тенденции прослеживаются и в формировании оборота и его макроструктуре, о чем свидетельствует повышение доли реализации непродовольственных товаров и укрепление позиций организованного рынка. Это дало определенный толчок к формированию рынка отечественных товаров и повышению уровня обеспеченности этими товарами до 65% (в физических ценах). Обеспеченность товарными запасами организаций розничной торговли колеблется от 32 до 34 дней. До конца 2000 гола ожидается оборот розничной торговли в размере 2.2 трлн. руб. с годовым приростом до 7%.

В следующем году должна улучшиться макроструктура оборота розничной торговли — удельный вес продажи непродовольственных товаров повысится до 54% (против 52% в 2013 году). Предполагается дальнейшее усиление позиций

организованного рынка, доля которого в формировании оборота розничной торговли может составить 70%. В объеме предлагаемых на рынке товарных ресурсов повысится доли продукции отечественных производителей.

Однако основные проблемы продовольственного рынка продолжают оставаться достаточно острыми и в текущем году, несмотря на наметившиеся позитивные сдвиги. За прошедший год на 2/3 сократился импорт мяса и птицы, наполовину — мясных консервов, сливочного масла, белого сахара. К сожалению, подобная тенденция прослеживается по большинству товарных групп. Кризис в сельском хозяйстве еще не преодолен: спад сельскохозяйственного производства, снижение урожайности не позволили отечественной промышленности укрепить свои позиции на внутреннем рынке. Несмотря на видимое снижение поставок продовольствия по импорту доля его в потреблении населением продолжает оставаться относительно высокой, а по отдельным товарам может и вырасти. В частности, если в 2013 году доля импорта занимала в общих ресурсах мясопродуктов четвертую часть, то в 2014 году она выросла до трети, по молокопродуктам — соответственно — с 10% до 12%, по животному маслу — с 15% до 19%.[4]

Что касается рынка непродовольственных товаров, то он выглядит более благополучно и носит сбалансированный характер. Но следует отметить, что рост производства большинства непродовольственных товаров лишь компенсировал резкое сокращение объемов их выпуска в предыдущий период. И хотя на рынке непродовольственных товаров уже происходят позитивные изменения под воздействием серьезной конкуренции между российскими товаропроизводителями и импортерами аналогичной продукции, все же основной составляющей покупательского спроса в настоящее время остается ценовой фактор.

Сегодня мы имеем солидный потенциал нормативных актов, регулирующих взаимоотношения продавцов и покупателей. Однако по мере развития цивилизованного рынка должна развиваться и система гибких, более совершенных механизмов его регулирования с целью поддержания стабильности и прозрачности. Влияние на потребительский рынок должно осуществляться не через управление предприятием, а ориентироваться на управление процессами, протекающими на рынке, а также на сведение к минимуму административного воздействия и переход к нормативно-правовому и экономическому регулированию.

Сегодня вполне своевременно ставить вопрос о сокращении видов деятельности, подлежащих лицензированию, упрощении процедур регистрации юридических лиц и согласования инвестиционной документации, облегчения системы

административных требований к участникам хозяйственной деятельности, а также сокращения числа органов, имеющих право осуществлять проверку деятельности хозяйствующих субъектов, упорядочение деятельности контрольных и надзорных органов.