

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА

ТОВАРНОЕ ОБРАЩЕНИЕ В РЫНОЧНОЙ СИСТЕМЕ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

ИВЕР НАДЕЖДА НИКОЛАЕВНА

кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, экономики предприятий и организаций Саратовского социально-экономического института (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова», Саратов, Россия

Email: nadezdanv@yandex.ru

ШИНДРЯЕВА АННА ПАВЛОВНА

магистрант кафедры маркетинга, экономики предприятий и организаций Саратовского социально-экономического институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Саратов, Россия

Email: shinanna@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена проблемам товарного обращения на рынке. Уделено внимание развитию совершенствования хозяйственных связей, влияющих на развитие производства с учетом специальных кооперативных предприятий, а так же формированию отношений с торговыми структурами.

Ключевые слова: рынок, предприятие, товарное обращение, промышленность

COMMODITY CIRCULATION IN A MARKET ECONOMY

NADEZHDA IVER

PhD, assistant professor of marketing, economy enterprises and organizations of Saratov Social and Economic Institute (branch) Russian Economic University named Plekhanov Georgy, Saratov, Russia

Email: nadezdanv@yandex.ru

ANNA SHINDRYAEVA

graduate student of the department of marketing, economy enterprises and organizations of Saratov Social and Economic Institute (branch) Russian Economic University named Plekhanov Georgy, Saratov, Russia

Email: shinanna@mail.ru

ABSTRACT

The article deals with problems of circulation of commodities in the market. Attention is paid to the development of the improvement of economic relations, affecting the development of production in view of the special co-operative enterprises, as well as forming relationships with commercial entities.

Keywords: market, enterprise, commodity circulation, industry

Экономическую основу товарного обращения составляют хозяйственные связи, имеющие место между контрагентами обмена.

Хозяйственные связи выступают как совокупность организационных, экономических и правовых взаимоотношений сторон. Они могут также рассматриваться как пути взаимодействия, обуславливая развитие объектов. Оно носит динамичный характер, являясь конечной причиной движения и развития объектов.

Отдельные авторы рассматривают взаимодействие как динамическую систему изменяющихся отношений между взаимосвязанными системами.

Взаимодействие - это система изменяющихся отношений между взаимосвязанными системами, сущностью которой является обменный процесс.

Если рассматривать сущность взаимодействия с точки зрения системотехники - науки о системах - то взаимодействие - это всеобщая форма связи явлений, осуществляющаяся во взаимном изменении этих явлений. Применительно к теме данного исследования под взаимодействием хозяйствующих субъектов (в нашем случае промышленных и торговых предприятий, фирм и организаций), с точки зрения автора, следует,

прежде всего, понимать процесс согласования товарообменных действий, взаимно влияющих друг на друга. Автор трактует взаимодействие как процесс согласованного обмена деятельностью между двумя или несколькими сторонами, установления между ними хозяйственных связей.

На процессы развития и совершенствования хозяйственных связей оказывают влияние степень развития общественного производства, разветвленность его отраслевой структуры, процессы углубления специализации и кооперирования предприятий, количество и качество производимых и потребляемых в производственном процессе средств производства, и другие факторы, учет которых позволяет выработать ряд обязательных положений, необходимых для их формирования. В соответствии с этими положениями, для рациональной и эффективной системы хозяйственных связей между производителями и потребителями продукции производственно-технического назначения необходима такая система, которая обеспечивала бы существование следующих условий: соответствие ассортимента и качества получаемой продукции действительным

потребностям производства - потребителя; наименьшие издержки обращения (в том числе издержки на транспортировку, складирование, предпродажную подготовку); наименьшие запасы материальных ресурсов, как в сфере производства, так и в сфере обращения.

Совокупность указанных основных признаков, а также масштабы обслуживания, форма товародвижения, продолжительность действия и их проявления, которое дает возможность рассматривать хозяйственные связи в системе, определяется во многом формами их организации, которые в свою очередь различаются от того, что же является организующим началом. Такой отправной точкой могут быть объективные экономические законы, законы товарно-денежного обращения, а именно закон спроса и предложения и закон стоимости. Данное начало обуславливает рыночную форму организации товарообмена с присущими ей чертами - выбор партнеров, соглашение о количестве и качестве обращающейся товарной массы и о цене есть (главным образом) прерогатива товаропроизводителей и потребителей в процессе реализации хозяйственных связей.

Группировка хозяйственных связей по объектам отраслевого обслуживания позволяет выделить межотраслевые связи, т.е. те, которые возникают между предприятиями различных отраслей общественного производства, и внутриотраслевые связи, те, которые устанавливаются между предприятиями одной отрасли.

Развитие подобных связей есть не что иное как результат специализации производства - формы общественного разделения труда между отраслями экономики, предприятиями, а также внутри отраслей и предприятий на различных стадиях производственного процесса. Специализация производственного процесса характеризуется однородностью продукции и технологического процесса, особым оборудованием и соответствующими специализированными кадрами. Таким образом, межотраслевые и внутриотраслевые хозяйственные связи возникают в результате совместного участия производителей в процессе изготовления нужной продукции для потребителя и являются выражением сотрудничества между предприятиями, объединенными единым технологическим процессом. Такие связи являются примером непосредственного участия в процессе производства потребителя.

Так, принципиальным отличием сложившейся к настоящему времени системы хозяйственных связей и экономических отношений между промышленностью и торговлей является то, что с момента перестройки произошла замена планово-распределительных механизмов воздействия на товаропроизводителя и потребителя промышленной продукции системой экономических отношений, базирующихся, в основном, на спросе и предложении. Рыночные отношения представляют собой более сложную систему

организационно-экономических отношений по сравнению с ранее функционирующей.

Создание такой системы для рассматриваемых секторов экономики оказалось весьма сложным процессом, поскольку аналогов подобного реформирования практически не было. Используемые зарубежные теории исходят из условий, рассчитанных на иной уровень обобществления. Поэтому новая система отношений требует комплексного научного подхода к формированию ее организационных структур и экономического механизма в целом.

Теоретические исследования должны дать ответ на вопросы: какую функциональную систему экономических отношений имеется в виду построить, какие организационные структуры и рыночные механизмы необходимо создать, какие этапы необходимо пройти в процессе их создания, какие принципы следует заложить в основу целостной системы рыночных экономических отношений между товаропроизводителями продукции промышленности и ее потребителями в торговле.

В настоящее время экономическая наука все в большей степени проникается пониманием того, что в торгово-промышленном комплексе страны создана и действует новая система организационно-экономических отношений между товаропроизводителями-промышленниками и потребителями промышленной продукции -

торговцами и коммерсантами, отличающаяся от прежней системы своей сущностью и основными принципами функционирования.

В теоретическом плане целесообразно выделить ряд концептуальных положений, которые позволяли бы отличать созданную систему отношений от ранее существовавшей. Такое теоретическое исследование дало бы возможность обосновать концепцию целостной системы отношений между товаропроизводителями и потребителями промышленной продукции и организационными структурами рынка.

Суть концепции целостной системы отношений между товаропроизводителями, потребителями и организационными структурами рынка состоит в признании того, что система их экономических отношений должна рассматриваться как органическое единство двух подсистем – саморегулируемой и регулируемой, опосредуемых сложным механизмом рыночного взаимодействия.

При этом важнейшей задачей экономической науки является нахождение оптимального сочетания принципов саморегулирования и регулирования при определенном приоритете в качестве регулятора спроса и предложения.

Саморегулируемая система должна обеспечивать прежде всего свободу:

- в определении форм собственности;
- в определении форм хозяйствования;

- распоряжения собственностью, продукцией и доходами;
- выбора рынка продукции, работ и услуг;
- участия в экономических и социальных программах;
- установления цен в зависимости от конъюнктуры рынка;
- выбора организационной структуры управления;
- выбора форм и методов переподготовки и повышения квалификации менеджеров и работников;
- выбора рынка ресурсов.

В регулируемой подсистеме должны существовать регуляторы этого свободного поведения экономических субъектов, к которым можно с известной долей условности отнести:

- ценовое регулирование;
- налоговое регулирование;
- применение антимонопольного комплекса ограничений;
- применение различных форм квотирования;
- осуществление экономических и социальных программ;
- кредитование;
- субсидирование;
- закупки продукции в целевые фонды;
- выпуск ценных бумаг.

В целом систему хозяйственных связей между промышленностью и торговлей не следует понимать, на взгляд автора, упрощенно - как совокупность эквивалентно-возмездных отношений между предприятиями рассматриваемых секторов экономики. Несмотря на то, что такой методологический подход принципиально верен, здесь

не учитывается, что сама система хозяйственных связей представляет собой общественное явление.

Поэтому автор рассматривает систему взаимосвязей торговли и производства как комплекс отношений, совокупность определенных форм, приемов и методов совместной деятельности предприятий, фирм и организаций того и другого сектора по выявлению потребностей в тех или иных товарах, организации производства этих товаров и доведению их до потребителей.

Характеризуя систему хозяйственных связей между промышленностью и торговлей, следует указать на единство целей и задач всех участников этих связей, их сотрудничество, взаимную помощь, выражающиеся, в частности, в работе по конкретизации плановых заданий, проведении ярмарок по оптовой продаже товаров, в согласовании проектов стандартов, технических условий, цен и в решении многих других вопросов. Наконец, в стадии, когда предприятия промышленности и торговли выступают друг перед другом как кредиторы и должники, они являются сотрудниками, преследующими в конечном итоге общую цель - обеспечить потребности населения.

Однако между промышленностью и торговлей возникают и определенные разногласия. Такие разногласия вполне объяснимы: требования торговли по объему, ассортименту, качеству, упаковке товаров могут вызвать возражения у промышленности, например, в связи

с отсутствием сырья, необходимого оборудования; и, наоборот, требования промышленности по объему поставки товаров могут вызвать возражения у торговли в связи с увеличенным или уменьшенным спросом на эти товары; даже совпадающие интересы сторон могут быть не соблюдены из-за третьих лиц, например транспортных фирм и предприятий, не имеющих возможности обеспечить доставку товаров в согласованные поставщиком и покупателем сроки и т.д.

Такие разногласия не являются антагонистическими, они примиримы. Так, например, рынок предопределяет распределение между промышленностью и торговлей доходов от совместной деятельности. Действительно, промышленник-производитель заинтересован продать дорогие, а торговец - купить дешевле. Однако это противоречие диалектическое и разрешается в единстве и борьбе противоположностей. Интересы производителя и торговца едины в производстве продукции или услуги, удовлетворяющих потребность, но противоположны в распределении результатов. Вначале производитель и торговец едины в своих интересах, в своем желании взаимодействовать. Производитель рекламирует свою продукцию, торговец – потребности. Когда они «сходятся» на рынке в борьбу вступают их противоречивые интересы.

Однако, если в результате торгов факт купли-продажи состоялся, то это значит, что

неантагонистическое противоречие разрешилось к обоюдной выгоде.

Взаимосвязь промышленности и торговли, имея в основе воспроизводственный и хозяйственный процесс движения товарной массы конкретной отрасли промышленности, нацелена на охват всего процесса,

начиная от создания товара, его движения через сбытовые подразделения промышленных предприятий, оптовую и розничную торговлю вплоть до конечного потребителя.

Сейчас имеется реальная и потенциальная возможность для промышленных предприятий в существующих и постоянно меняющихся условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и качественным характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары их конкурентов.

В России проблеме взаимодействия деятельности стали уделять внимание сравнительно недавно, что связано с процессами оживления хозяйственной деятельности в экономике в целом, а значит и активизацией производства современных товаров национальной экономикой. Не менее важным фактором стало иное понимание практиками самого явления «взаимодействия» как процесса системного, динамичного, многофакторного, многогранного, включающего перспективное планирование продукта, разработку и ведение ценовой политики, анализ не только рынка, но и самого предпринимательства.

Процессы интеграции пронизывают систему отношений, складывающихся между предприятиями-производителями и предприятиями оптовой торговли. Осуществляется подобная интеграция путем создания промышленными предприятиями собственных торговых, фирменных учреждений, или путем заключения контрактов с хорошо работающими солидными торговыми предприятиями.

Практика свидетельствует, что взаимодействие может осуществляться на основе нескольких оптовых предприятий и групп, обслуживающих одну из отраслей промышленности. Данный союз позволяет координировать функции оптовой и розничной торговли, осуществлять совместную закупку и рекламу товаров, используя принцип хозяйственного единого руководства при сохранении юридической и финансовой независимости каждого члена объединения.

Розничные предприятия, входящие в объединенную структуру, приобретают единое фирменное название, унифицированный товарный ассортимент, общую сбытовую политику, определяемую головным предприятием. В этом случае дополнительным ресурсом становится экономия на управленческих расходах, распространение рекламы, возможность отслеживать потребительские предпочтения без финансирования дополнительных затрат.

Возможны и другие формы объединений, когда инициатором этого процесса становятся предприятия розничной торговли, которые централизуют закупки и на кооперативных началах открывают оптово-распределительный склад. Это дает им возможность экономить средства на транспортных расходах, быть более устойчивыми по отношению к неожиданным проявлениям рыночной конъюнктуры, ставить и решать задачи снижения издержек, повышения скорости и надежности поставок на всем пути движения товара из сферы производства в сферу потребления.

В целом объединение усилий в различных формах, позволяет торговым оптовым предприятиям активизировать усилия по техническому переоснащению мелких предприятий, их подтягиванию к современному техническому уровню. Создаются условия для внедрения современного научно-технического прогресса в тех коммерческих структурах, которые находятся на экономической периферии, уменьшается дублирование функций за счет централизованного использования некоторых общих систем операций, ведения бухгалтерского учета и коммерческого расчета в вычислительном центре головного предприятия.

Кроме этого, безусловным преимуществом, становится упрощение и ускорение движения товарных, денежных, информационных потоков внутри объединения, что позволяет

сократить затраты на их эффективность группы
обслуживание, по-иному интегрированных производств или
использовать принципы стадий воспроизводственного
планирования, которые повышают процесса в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аракелова И.В. Концептуальные основы потребительской экономики. Известия Волгоградского государственного технического университета. 2013. Т.15. №5(108).С.24-28.
2. Антонова А.А., Кублин И.М., Махметова А.Е Система менеджмента качества как фактор повышения конкурентоспособности предприятия. Известия Волгоградского государственного технического университета.2015.№3 (158).С.77-83
3. Бритвин, И.А. Маркетинговый механизм управления корпоративной социальной ответственностью: монография / Бритвин И.А., Волков С.К., Морозова И.А.; ВолгГТУ. - Волгоград, 2014. - 128 с.
4. Голубков Е.П. Маркетинг продовольственных товаров. // «Маркетинг в России и за рубежом».- 2010.- № 5.
5. Паймук А.Д. Влияние качества продукции на конкурентоспособность предприятия: методический аспект. Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2010. №4. С.62-65.
6. Еремеев М.А., Богомолов С.А. Моделирование системы менеджмента персонала научно-промышленного комплекса // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 2(38). С. 21.

REFERENCES

1. Arakelova I.V., Conceptual bases of the consumer economy. News of Volgograd State Technical University. 2013. T.15. №5 (108) .P.24-28.
2. Antonova A.A., Kublin IM, Makhmetova AE Quality Management System as a factor in improving the competitiveness of enterprises. News of Volgograd State Technical universiteta.2015.№3 (158).P.77-83
3. Britvin, I.A., Marketing management mechanism of corporate social responsibility: monograph / Britvin I.A. Volkov S.K., Morozova I.A. .; VSTU. - Volgograd, 2014. - 128 p.
4. Golubkov E.P., Marketing of food products. // "Marketing in Russia and abroad» .- 2010.- № 5.
5. Paymuk A.D. The impact of product quality on the competitiveness of businesses: methodical aspect. Bulletin of the Saratov State Socio-Economic University. 2010. №4. P.62-65.
6. Eremeev M.A., Bogomolov S.A. Simulation system of personnel management of scientific-industrial complex // Management of economic systems: an electronic scientific journal. 2012. № 2 (38). P. 21.