

ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ

**Для студентов экономических специальностей
учреждений высшего образования**

ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ

Допущено
Министерством образования Республики Беларусь
в качестве учебного пособия для студентов
учреждений высшего образования
по специальностям «Коммерческая деятельность»,
«Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Под общей редакцией
Н.С. Шелега, Р.П. Валевич



Минск
«Вышэйшая школа»
2012

УДК 339.1(075.8)
ББК 65.42я73
Э40

Авторы: *Н.С. Шелег, Р.П. Валевиц, С.О. Белова, А.В. Владыко, Е.Ф. Волонцевич, Г.А. Давыдова, С.И. Кабушкина, И.М. Микулич, Т.И. Парицкая, И.В. Прыгун, Н.Н. Скриба, С.И. Скриба, Е.А. Соколовская, А.М. Никонович*

Рецензенты: кафедра экономики торговли Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации (заведующий кафедрой кандидат экономических наук, доцент *Н.А. Сныткова*); начальник управления экономики и финансов Министерства торговли Республики Беларусь *В.Н. Дудаль*

Все права на данное издание защищены. Воспроизведение всей книги или любой ее части не может быть осуществлено без разрешения издательства

Экономика торговли : учеб. пособие / Н.С. Шелег
Э40 [и др.]; под общ. ред. Н.С. Шелега, Р.П. Валевиц. —
Минск : Выш. шк., 2012. — 559 с. : ил.
ISBN 978-985-06-2110-8.

Рассматриваются теоретические, методические и практические вопросы экономики торговли: экономические основы развития торговли, рынок потребительских товаров и услуг, розничный и оптовый товарооборот, товарооборот организаций общественного питания, товарное обеспечение развития товарооборота, механизм управления товарными запасами, трудовые ресурсы и оплата труда, основные и оборотные средства, прибыль и рентабельность, планирование и использование финансов в торговле.

Содержит типовые задачи, хозяйственные ситуации с примерами решений, задания для самостоятельных и лабораторных занятий, вопросы и тестовые задания для контроля знаний.

Для студентов экономических специальностей учреждений высшего образования, полезно практическим работникам, слушателям системы переподготовки кадров.

УДК 339.1(075.8)
ББК 65.42я73

ISBN 978-985-06-2110-8

© Оформление. УП «Издательство
“Вышэйшая школа”», 2012

ПРЕДИСЛОВИЕ

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Экономика торговли» разработан в соответствии с новой типовой программой и предназначен для проведения семинарских и практических занятий и самостоятельной работы студентов всех форм обучения по специальностям: «Коммерческая деятельность», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Товароведение и экспертиза товаров».

Необходимость издания пособия обусловлена повышением в условиях развития рыночных отношений требований к качеству подготовки специалистов высшей квалификации. От профессионализма работников торговли зависят экономическая обоснованность стратегии, политики и тактики торговой организации, планов ее развития и повышения эффективности результатов торговой деятельности и принимаемых управленческих решений.

Цель изучения дисциплины: сформировать у студентов экономическое мышление и вооружить знаниями, навыками коммерческой деятельности, научить эффективно использовать имеющиеся ресурсы в целях наиболее полного удовлетворения потребностей населения и общества, определять экономическую стратегию развития торговли Республики Беларусь, организаций, оценивать тенденции и закономерности их развития в конкретно складывающихся условиях и принимать эффективные решения, обеспечивающие экономическую эффективность отрасли торговли в целом и ее субъектов в отдельности.

В результате изучения дисциплины «Экономика торговли» студент должен уметь решать следующие профессиональные задачи:

- разрабатывать управленческие задачи;
- обосновывать принимаемые экономические решения;
- организовывать торгово-технологические процессы;
- оценивать результаты и прогнозировать параметры деятельности торговой организации;

- проводить анализ факторов, обуславливающих динамику основных экономических показателей типичного субъекта хозяйствования;

- эффективно управлять ресурсами;
- заниматься коммерческой деятельностью по закупкам и реализации товаров в сфере товарного обращения и соответствующих структурах в сфере производства и услуг;

- определять экономические и финансовые цели организации;

- анализировать, планировать, разрабатывать оперативные, перспективные планы — прогнозы, рассчитывать экономические количественные и качественные показатели развития организации и ее структурных подразделений;

- управлять ценами в зависимости от целей организации;
- определять и обеспечивать конкурентоспособность организации на рынке в текущий момент и в перспективе;

- разрабатывать бизнес-планы, стратегическую программу развития организации;

- видеть и уметь находить источники доходов;

- прогнозировать экономическую ситуацию и конъюнктуру рынков.

Обучаемый должен *знать*:

- основы построения экономической и торговой политики в Республике Беларусь;

- законодательную базу, регулирующую деятельность организаций отрасли и хозяйственный механизм их функционирования;

- методы и методику анализа, прогнозирования, планирования показателей деятельности организации;

- резервы и пути снижения затрат, увеличения доходов и прибыли, повышения эффективности использования основных, оборотных и трудовых ресурсов;

- методы анализа и оценки эффективности использования ресурсного потенциала экономической и социальной эффективности организации;

- пути улучшения финансового положения организации;

- методы оценки экономической и социальной эффективности организации отрасли.

Обучаемый должен *уметь*:

- анализировать показатели эффективности использования основных и оборотных средств, товарных, трудовых и финансовых ресурсов;

- составлять отчеты об итогах хозяйственной деятельности и разрабатывать пояснительные записки по результатам анализа и прогнозирования;
- разрабатывать проект плана социально-экономического развития организации и его важнейшие бюджеты, бизнес-планы;
- определять эффективность использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов, выявлять резервы и определять направления их вовлечения в процесс хозяйственной деятельности организации.

Учебное пособие предназначено для студентов экономических специальностей. Полезно преподавателям, руководителям, менеджерам, а также всем заинтересованным лицам. Оно позволит глубоко изучить теорию и практику ведения торгового бизнеса в условиях свободного предпринимательства.

Решение заданий учебного пособия, составленных на основе конкретных хозяйственных ситуаций, поможет студентам овладеть навыками экономико-математического анализа, методами прогнозирования и планирования основных показателей хозяйственной деятельности, разработки стратегии поведения торговых организаций на рынке, обоснования и выбора оптимального плана действий и принятия управленческих решений.

Все задания для практических занятий максимально приближены к реальным условиям функционирования торговых субъектов и учитывают зарубежный опыт деятельности организаций торговли. Решению заданий должно предшествовать изучение студентами указанных в конце пособия рекомендуемых учебной литературы, законодательных актов, нормативных и инструктивных материалов.

Авторами являются: доктор эконом. наук, профессор Н.С. Шелег (гл. 1 («Исторические этапы развития торговли Беларуси» совместно с А.М. Никоновичем), 2); канд. эконом. наук, профессор Р.П. Валеви́ч (гл. 3, § 4.1 совместно с ассистентом С.И. Кабушкиной); § 4.4); канд. эконом. наук, доцент Е.Ф. Волонцевич (§ 4.2; 7.1); канд. эконом. наук, доцент С.О. Белова (§ 4.3); ассистент Т.И. Парицкая (§ 5.1); ассистент Е.А. Соколовская (§ 5.2); канд. эконом. наук, доцент Г.А. Давыдова (§ 5.3; 6.4); канд. эконом. наук, доцент С.И. Скриба (§ 5.4); канд. эконом. наук, доцент Н.Н. Скриба (§ 6.1); канд. эконом. наук, доцент И.В. Прыгун (§ 6.2); канд. эконом. наук, доцент И.М. Микулич (§ 6.3); канд. эконом. наук, доцент А.В. Владыко (§ 7.2; приложения).

1. РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Методические рекомендации по изучению темы

Значение торговли в экономической жизни страны. Для успешного решения хозяйственных, экономических и социальных задач, стоящих перед экономикой страны на современном этапе, необходимы ее стабилизация, повышение эффективности общественного производства, рост качества товаров народного потребления, совершенствование и развитие торговли и рыночных отношений. Тесная взаимосвязь торговли, производства и сельского хозяйства составляет основу экономической жизни населения страны.

От состояния экономики страны и ее хозяйственной деятельности в решающей мере зависит благополучие каждого человека, его семьи и общества.

Торговля, потребительский рынок и их состояние относятся к числу глобальных социально-экономических параметров, характеризующих степень развития экономики страны.

В соответствии с государственным стандартом Республики Беларусь СТБ 1393–2003 **торговля** — это вид предпринимательской деятельности, связанной с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям.

Рынок товаров и услуг (потребительский рынок) — сфера обмена товарами или группами товаров и услугами между товаровладельцами, исполнителями услуг и покупателями, сложившаяся на основе разделения труда.

Экономическое развитие страны непосредственно связано с социально-экономическим, демографическим, историко-культурным уровнем развития общества. Большое количество факторов влияет на степень развития как экономики в целом, так и ее составных элементов. При этом потребительский рынок является частью экономической системы и непосредственно зависит от экономического развития страны.

Поскольку потребительский рынок является элементом экономической системы, от эффективности его функционирования зависит расширение процессов производства и удовлетворения потребностей населения, закономерное развитие потребительского рынка и торговли непосредственно связано с экономическим ростом страны как основным движущим элементом формирования более совершенной экономической системы. Во всем мире торговая отрасль наиболее привлекательна для инвестирования, что обусловлено низким риском и быстрой окупаемостью финансовых вложений.

Среди отраслей экономики торговля имеет четвертый после промышленности результат по вкладу в ВВП.

Торговля как отрасль экономики занимает промежуточное положение между производителем и конечным потребителем. Поэтому состояние торговли отражает не только недостатки, присущие самой отрасли, но и проблемы, имеющиеся в работе сельского хозяйства, промышленности, транспорта, банковской системы и других сфер инфраструктуры товарного рынка. Торговля ощущает на себе изменение ситуации часто последней, аккумулирует все противоречия во взаимоотношениях производителя и потребителя.

Основная функция торговли — это своевременное доведение необходимых товаров до потребителя, а также обмен предлагаемого покупателю товара на его деньги.

Особенностью торговой отрасли является то, что в ней не создаются новые материальные ценности. Поэтому она не относится к сфере материального производства, однако входит в производственную сферу, поскольку завершает процесс общественного производства и доводит товар до конечного потребителя.

В экономической системе «производство — распределение — обмен — потребление — производство» торговля (товарообмен) является важнейшим звеном в хозяйственной жизни общества. В масштабе организации и общества производство, распределение, обмен и потребление находятся в сложной взаимосвязи: они взаимопроникают друг в друга и часто не разделяются во времени и пространстве. В сферу деятельности экономики входит организация, регулирование и совершенствование этой сложной деятельности.

Процесс реализации товаров сопровождается движением материальных и финансовых ресурсов. Денежные средства

и товары, которыми располагают организации торговли, осуществляют непрерывный кругооборот: деньги — товар — деньги. Данный кругооборот включает две фазы, разорванные во времени: деньги — товар и товар — деньги. Чем короче разрыв между этими фазами, тем быстрее протекает процесс обращения товаров и эффективнее используются финансовые ресурсы.

Первая фаза предусматривает куплю товаров розничными торговыми организациями у оптовых организаций торговли или непосредственно у производителей. При этом товар переходит из процесса производства в сферу обращения или перемещается внутри сферы обращения при поступлении со складов оптовых организаций торговли. Результатом данной фазы кругооборота денежных средств является создание товарных запасов, тары, материалов и др.

Вторая фаза предполагает реализацию товаров покупателям и является заключительной как для торговли, так и для общественного воспроизводства в целом. После получения денежной выручки организация опять затрачивает денежные ресурсы и закупает у поставщиков новую партию товара, т.е. повторяется первая фаза. Таким образом, осуществляется кругооборот товарно-денежных ресурсов.

Для торговли как самостоятельной отрасли характерны также такие особенности, как короткое время оборота капитала (отсутствует фаза производства) и финансирование текущих операций большей частью за счет краткосрочного привлечения средств (краткосрочные кредиты, кредиторская задолженность).

Таким образом, торговля осуществляет завершающий этап кругооборота товаров и обмена товаров на деньги и выполняет социально-экономическую функцию по обеспечению потребностей населения страны в необходимых товарах.

Исторические этапы развития торговли Беларуси. Современное развитие торговли не может быть объективно оценено без рассмотрения исторического аспекта ее развития и оценки места отрасли в современной рыночной социально ориентированной экономике. В связи с этим в программу дисциплины «Экономика торговли» по разделу «Развитие торговли в Беларуси» включено ряд тем по истории и особенностям развития современной торговли, ее реформированию и развитию предпринимательства. Данный раздел недостаточно изложен в учебном пособии «Экономика организаций

торговли», что побудило нас дать краткие разъяснения по рассматриваемым вопросам.

История экономики и торговли начинается с появления товара и рыночных отношений, с выделения групп людей, занимающих разное положение в процессе производства и обмена, в частности с появления людей, которые сами не занимаются производством материальных благ, а только их реализацией, т.е. с появлением экономических отношений.

Обмен продуктов как товара возник в определенных исторических условиях на основе общественного разделения труда. Историю возникновения и развития торговли можно условно разделить на следующие основные этапы.

На *первом этапе* в рамках первобытнообщинного строя произошло возникновение обмена первоначально для собственного потребления (продукты еще не товар), а затем обмен превратился в регулярный общественный процесс, появились деньги и возникло товарное производство. Оно осуществлялось экономически обособленными производителями — купцами.

Перемены в экономической жизни и быстрое развитие товарного производства начались во времена крестовых походов (1096—1270). Купцы потянулись за отрядами рыцарей, снабжая их всем необходимым и получая в обмен возможность устраивать свои лавки и склады в крепостях и военных лагерях.

На *втором этапе* дальнейшее углубление общественного разделения труда в XI—XII вв. привело к расширению внутреннего рынка, средств производства и предметов потребления, рынка труда. Это дало толчок к развитию европейских городов. С развитием городов произошло разделение ремесленной и торговой деятельности.

После открытия морских торговых путей из Европы в Индию и Восточную Азию через Атлантический океан и особенно после открытия Америки возникли и стали развиваться крупные торговые компании — монопольные организации купечества, преимущественно занятого во внешней торговле. Их расцвет пришелся на период Великих географических открытий, период разложения феодализма и возникновения раннекапиталистических отношений в Европе.

На *третьем этапе* в XVI—XVII вв. в истории Западной Европы произошел переход от феодализма к капитализму,

вызвавший значительные изменения в торговле. Основными чертами этого переходного периода были:

- первоначальное накопление капитала (происходит становление рыночной экономики, первоначально капиталы накапливаются не в производстве, а в сфере обращения и кредита (торговле и ростовщичестве), источником накопления капитала были ограбление и эксплуатация колоний, контрабандная торговля, работорговля, пиратство, монопольная торговля);

- наличие множества мануфактур (два признака мануфактуры — эксплуатация труда и разделение труда, что позволило перейти от поштучного производства к массовому).

Во второй половине XVIII в. в Москве возникли первые магазины при купеческих домах. В 1797 г. было разрешено иметь лавки при жилых домах.

Во второй половине XIX в. появилась кооперативная торговля, которая вслед за Великобританией стала развиваться в других странах.

Мировой капиталистический рынок зародился в XVI в. на мануфактурной стадии развития капитализма, после Второй мировой войны (1939—1945) произошел его распад. Сформировались замкнутые торговые блоки. Данный рынок представлял собой исторически сложившуюся систему торгово-экономических и кредитно-финансовых отношений целого ряда стран с капиталистическим способом хозяйствования.

На *четвертом этапе* экономическая стратегия была разработана В.И. Лениным летом 1917 г. В основе этой стратегии лежали теоретические положения о модели социализма, разработанной К. Марксом и Ф. Энгельсом.

Новое общество должно было иметь бестоварный и безденежный механизм. Но на первой стадии все же предполагалось наличие товарно-денежных отношений, и материальной базой этих процессов стала национализация банков и синдикатов. Национализация должна была не разрушать уже сформированные хозяйственные связи, а, наоборот, объединить их в масштабе всей страны, стать формой функционирования капитала в период перехода к социализму и привести общество к самоуправлению.

Была проведена национализация банков, земли, промышленности, транспорта, внешней и крупной оптовой торговли. В розничной торговле национализация охватила в основном

лишь крупные предприятия (универмаги, многолавочные фирмы). В торговле продовольственными товарами она была проведена более широко, что было вызвано большими затруднениями в продовольственном снабжении страны.

В 1922–1924 гг. осуществилась денежная и налоговая реформы и была возрождена кредитно-банковская система.

Развертывание индустриализации сопровождалось свертыванием рыночных принципов, наступлением на частный капитал, а также усилением административных тенденций в управлении. В области экономики стала развиваться система жесткого планирования, распределения и контроля во всех сферах хозяйственной деятельности. Главным итогом индустриализации явилось закрепление командно-административных методов управления экономикой.

Господство общенародной собственности и планомерная организация общественного хозяйства существенно изменили назначение, сферу действия и характер рынка. Из рыночного оборота были изъяты природные ресурсы и основные фонды. Практически исчез рынок рабочей силы. Социалистический рынок выступал составным элементом планового ведения хозяйства. Государственные плановые организации определяли объем и структуру производства, устанавливали задания по росту производительности труда, заработной платы, розничного товарооборота и т.д.

Рынок на тот период выполнял функцию контрольного механизма, информирующего государственные органы о наметившихся тенденциях в соотношении производства и потребления, о точности плановых расчетов и заданий.

В сфере товарно-денежных отношений в условиях плановой экономики были включены:

- товарное обращение средств производства — в форме материально-технического снабжения;
- обмен между государством и колхозами промышленными изделиями и сельскохозяйственными продуктами — в форме заготовок сельскохозяйственного сырья;
- товарное обращение предметов потребления, составляющее собственно торговлю;
- товарные связи между странами, составляющие внешнюю торговлю.

На внутреннем рынке товары реализовывались по оптовым и розничным ценам. Внутренний рынок обслуживала *государственная, кооперативная и колхозная торговля*, а также

система государственных заготовок сельскохозяйственных продуктов и материально-технического снабжения средств производства.

Плановая экономика была основана на выполнении и реализации следующих принципов:

- единство политического и хозяйственного руководства;
- демократический централизм;
- единоначалие;
- коллективного руководства (для кооперативных организаций);
- территориальный принцип;
- научная обоснованность и партийность планирования;
- экономия затрат общественного труда;
- хозяйственный расчет.

В качестве основных методов планирования торговли применялись:

- балансовый;
- технико-экономических расчетов;
- экономические методы;
- математические методы.

План торговли включал следующее:

- балансы ресурсов предметов потребления;
- планы распределения рыночных фондов;
- планы межреспубликанских поставок;
- планы товарооборота;
- план развития сети;
- план по труду;
- план издержек обращения;
- план капитальных работ;
- финансовый план.

По действующему порядку планирования Совет Министров СССР утверждал следующие показатели плана развития торговли: розничный товароборот государственной и кооперативной торговли в общей сумме; оборот по продаже потребительской кооперацией сельскохозяйственных продуктов; поставки республиками продуктов животноводства, картофеля, овощей и фруктов в общесоюзный фонд и использование этого фонда; фонд заработной платы в розничной торговле в процентах к обороту. Помимо этого, в целом по стране устанавливались рыночные фонды важнейших продовольственных и непродовольственных товаров, а также нормативы товарных запасов в торговле в днях оборота. Пла-

нирование осуществлялось с использованием перспективных (сначала утверждались контрольные цифры, затем разрабатывался пятилетний план) и текущих (разработка и доведение до мест указаний к составлению плана и контрольных цифр, составление проекта плана, утверждение плана, контроль плана) планов. Иногда применялись сезонные планы.

На *пятом этапе* торговля в социально ориентированной рыночной экономике Беларуси осуществляет процесс обмена производственными товарами (полезным продуктом) с использованием различных способов, имеющих общее название «рынок».

Рынок рассматривается как экономическая категория и как вид хозяйственной деятельности.

Рынок как экономическая категория — это система экономических отношений между людьми, складывающихся в процессе реализации товаров.

Рынок как вид хозяйственной деятельности — это сфера, в которой совершается процесс товарного обращения, представляет собой систему экономических, организационных, правовых и других действий, связанных с реализацией товаров.

Рынок выполняет следующие функции:

- обеспечение реализации товаров в соответствии с их стоимостью;
- стимулирование производства на основе конкуренции;
- удовлетворение потребностей народного хозяйства и населения при приоритете интересов потребителя и обеспечение возможности выбора.

Рынок постоянно развивается. Эволюция рынка состоит в развитии форм и методов взаимосвязи потребителей и производителей, в эволюции субъектов производственных отношений. Эта эволюция в современных условиях достигла уровня рыночной экономики.

Рыночная экономика — это особый тип функционирования рыночного обмена, когда механизмы и законы рынка выходят за пределы товарно-денежного обмена и охватывают все связи. Рынок и рыночная экономика качественно различны.

Рыночная экономика — это исторически конкретная социально-экономическая структура общественного производства, элементы которой в отдельности и в совокупности (системе) выстроены соответственно внутренней сущности человека, его потребностям и интересам, связанным с его ролью в качестве производителя и потребителя материальных благ и услуг

и реализующимся в свободе предпринимательского выбора, т.е. в самостоятельности и личной ответственности.

Рыночная экономика сочетает эффективную систему внешнего принуждения к эффективному труду с внутренней мотивацией и свободой выбора форм и методов деятельности. Среди основных стадий развития рынка выделяют:

- рынок;
- рыночная экономика;
- экономика рыночного типа с определенной социальной ориентацией.

Основными элементами рынка являются:

- спрос — потребность, представленная на рынке в денежном выражении, либо сумма денег, которую покупатель готов заплатить за приобретение товара;

- предложение — продукты или услуги, которые находятся на рынке, либо могут быть доставлены на него в любой момент;

- цена — денежное выражение стоимости товара;
- сбалансированность — соотношение между спросом, предложением и ценой;

- конъюнктура — это условия реализации товаров в каждый конкретный момент (основные факторы, влияющие на конъюнктуру рынка, размеры производства товаров и услуг, запасы товаров, денежные доходы, динамика цен, динамика ссудного процента, организация торговли, профессионализм работников, состояние маркетинга и рекламы).

Рынок — это многосекторное образование. Исходя из этого различают следующие виды рынка:

- потребительский рынок;
- рынок средств производства и капиталов;
- рынок научно-технических разработок (информации и инноваций);

- рынок ценных бумаг;

- рынок труда и др.

Рынки можно классифицировать по следующим признакам:

- факторам производства:

- рынок капитала;

- рынок труда;

- товарным группам:

- рынок энергетических ресурсов;

- рынок металлов;

- топливный рынок и др.;

- регионам:
 - рынок стран ЕЭС;
 - рынок стран Бенелюкса;
 - рынок азиатских стран и др.;
- степени зрелости рынка:
 - сформированные;
 - формирующиеся;
 - недостаточные (неразвитые);
- степени монополизации:
 - конкурентные;
 - монопольные.

Развитие рыночной экономики предполагает соблюдение ряда условий:

- создание свободы предпринимательства;
- свобода выбора контрагентов и их множество (конкуренция);
- формирование рыночной инфраструктуры;
- формирование всего комплекса рынков;
- преобладание свободных цен;
- участие государства в экономической жизни в двух функциях:
 - государство является субъектом предпринимательской деятельности в рыночной экономике;
 - государство через свои законодательные органы определяет «правила игры». Эта функция и рождает рыночную экономику и поддерживает ее;
 - освоение рыночной идеологии, этики, культуры предпринимательской деятельности, установленных правовых норм;
 - правовое обеспечение рыночных процессов, наличие нормативно-правовых актов.

Инфраструктура — это комплекс учреждений, организаций, различных институтов, обеспечивающих условия для нормального функционирования рынка.

Элементами рыночной инфраструктуры являются: товарные, валютные, фондовые биржи, аукционы и ярмарки, кредитная система и банки, службы занятости населения, страховые компании, рекламные агентства, торговые палаты, таможенная система, аудиторские и консультационные компании, выставочные комплексы и др.

Для формирования и развития рыночной экономики необходимо соблюдение определенных предпосылок и условий:

- предоставление организациям, предприятиям и гражданам свободы хозяйственной самостоятельности;

- проведение разгосударствления и приватизации государственной собственности, создание многоукладной экономики, предоставление равных условий для всех форм собственности;

- либерализация цен и системы ценообразования;

- усиление конкуренции между субъектами различных форм собственности благодаря демополизации, включающей:

- сокращение доли государственного сектора на базе приватизации;

- ограничение сферы прямого государственного регулирования цен;

- последовательное упразднение системы распределения материально-технических ресурсов;

- отказ от системы государственных заказов и переход к конкурсной системе;

- рост объема производства товаров;

- предупреждение появления новых монопольных структур;

- разукрупнение объектов хозяйствования, занимающих монопольное положение на рынке;

- возможность беспрепятственного межотраслевого перелива капитала и развития на этой основе конкуренции;

- наличие рынка рабочей силы.

Общим условием развития всех элементов рынка является нарастание интеграционных процессов и укрепление мирохозяйственных и экономических связей, т.е. открытость экономики, миграция рабочей силы, товаров, капитала.

Интеграция в рыночной экономике не может быть навязана сверху, а диктуется тенденциями развития отношений между контрагентами рынка. В рыночной экономике по сравнению с плановой принципиально изменяются методы хозяйствования, внешние и внутренние факторы, что требует от каждой организации разработки стратегии и тактики развития хозяйственной деятельности. В качестве основной стратегической цели выступает максимизация прибыли.

Современные экономические отношения характеризуются интенсивным развитием мировой торговли, которая вносит много нового и специфического в процесс развития национальных экономик. Традиционной и наиболее развитой формой международных экономических отношений является внешняя торговля. По определению Джеффри Сакса, «экономический успех любой страны мира зиждется на внешней торговле. Еще ни одной стране не удавалось создать

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
1. РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	6
Методические рекомендации по изучению темы.	6
План семинарского занятия	30
Рекомендуемые темы рефератов	30
Вопросы для контроля знаний.	31
Тестовые задания для контроля знаний	32
2. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ	34
Методические рекомендации по изучению темы.	34
План семинарского занятия	73
Рекомендуемые темы рефератов	73
Вопросы для контроля знаний.	77
Тестовые задания для контроля знаний	78
3. РЫНОК ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ	81
3.1. Потребности, спрос, потребление	81
Методические рекомендации по изучению темы.	81
План семинарского занятия	82
Рекомендуемые темы рефератов	82
Вопросы для контроля знаний.	83
Типовые задачи с решениями	83
Задачи и хозяйственные ситуации	96
Задания для самостоятельной работы	101
3.2. Предложение товаров и формирование товарных ресурсов	104
Методические рекомендации по изучению темы.	104
Вопросы для контроля знаний.	104
Задачи и хозяйственные ситуации	105
Задания для самостоятельной работы	116

3.3. Конъюнктура рынка потребительских товаров и услуг	118
Методические рекомендации по изучению темы.	118
План семинарского занятия	119
Рекомендуемые темы рефератов	119
Вопросы для контроля знаний.	120
Типовые задачи с решениями	120
Задачи и хозяйственные ситуации	124
Задание для лабораторного занятия	132
Тестовые задания для контроля знаний	132
4. ТОВАРООБОРОТ	137
4.1. Розничный товарооборот	137
Методические рекомендации по изучению темы.	137
План семинарского занятия	137
Рекомендуемые темы рефератов	138
Вопросы для контроля знаний.	139
Типовые задачи с решениями	139
Задачи и хозяйственные ситуации	150
Задания для самостоятельной работы	155
Задания для лабораторного занятия «Анализ розничного товарооборота с использованием ПЭВМ»	167
Тестовые задания для контроля знаний	170
4.2. Товарооборот организаций общественного питания	177
Методические рекомендации по изучению темы.	177
План семинарского занятия	178
Рекомендуемые темы рефератов	178
Вопросы для контроля знаний.	179
Типовые задачи с решениями	180
Задачи и хозяйственные ситуации	186
Задание для самостоятельной работы	191
Задание для лабораторного занятия	191
Тестовые задания для контроля знаний	192
4.3. Оптовый товарооборот.	197
Методические рекомендации по изучению темы.	197
План семинарского занятия	199
Рекомендуемые темы рефератов	199
Вопросы для контроля знаний.	200
Типовые задачи с решениями	200
Задачи и хозяйственные ситуации	203
Задание для лабораторного занятия	208
Тестовые задания для контроля знаний	212

4.4. Механизм управления товарными запасами и товарным обеспечением товарооборота	.215
Методические рекомендации по изучению темы.	.215
Задачи и хозяйственные ситуации	.219
Задания для самостоятельной работы	.229
Задания для лабораторных занятий.	.236
Тестовые задания для контроля знаний	.238

5. РЕСУРСЫ ТОРГОВЛИ243

5.1. Трудовые ресурсы в торговле	.243
Методические рекомендации по изучению темы.	.243
План семинарского занятия	.244
Рекомендуемые темы рефератов	.244
Вопросы для контроля знаний.	.244
Типовые задачи с решениями	.245
Задания для самостоятельной работы	.249
Тестовые задания для контроля знаний	.255
5.2. Оплата труда работников торговли.	.257
Методические рекомендации по изучению темы.	.257
План семинарского занятия	.269
Рекомендуемые темы рефератов	.270
Вопросы для контроля знаний.	.270
Типовые задачи с решениями	.271
Задания для самостоятельной работы	.276
Задание для лабораторного занятия	.281
Тестовые задания для контроля знаний	.283
5.3. Основные средства организаций торговли.	.285
Методические рекомендации по изучению темы.	.285
Вопросы для контроля знаний.	.296
Задачи и хозяйственные ситуации	.296
Тестовые задания для контроля знаний	.307
5.4. Оборотные средства торговли.	.312
Методические рекомендации по изучению темы.	.312
Рекомендуемые темы рефератов	.315
Вопросы для контроля знаний.	.315
Типовые задачи с решениями	.316
Хозяйственные ситуации.	.323
Задания для самостоятельной работы	.325
Тестовые задания для контроля знаний	.331

6. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.	336
6.1. Затраты и расходы в торговле.	336
Методические рекомендации по изучению темы.	336
Рекомендуемые темы рефератов	339
Вопросы для контроля знаний.	339
Типовые задачи с решениями	341
Задания для самостоятельной работы	349
Хозяйственные ситуации.	357
Задания для индивидуальной работы.	360
Задания для лабораторного занятия	369
Тестовые задания для контроля знаний	373
6.2. Доходы торговли	377
Методические рекомендации по изучению темы.	377
Рекомендуемые темы рефератов	380
Вопросы для контроля знаний.	381
Типовые задачи с решениями	381
Задачи и хозяйственные ситуации	387
Задания для лабораторного занятия	395
Тестовые задания для контроля знаний	396
6.3. Прибыль и рентабельность	401
Методические рекомендации по изучению темы.	401
План семинарского занятия	408
Рекомендуемые темы рефератов	408
Вопросы для контроля знаний.	409
Типовые задачи с решениями	410
Хозяйственные ситуации.	411
Задания для самостоятельной работы	414
Тестовые задания для контроля знаний	421
6.4. Социально-экономическая эффективность торговой деятельности.	424
Методические рекомендации по изучению темы.	424
Вопросы для контроля знаний.	429
Задачи и хозяйственные ситуации	429
7. ФИНАНСЫ ТОРГОВЛИ	437
7.1. Формирование и использование финансовых ресурсов торговли	437
Методические рекомендации по изучению темы.	437
План семинарского занятия	444
Рекомендуемые темы рефератов	445
Вопросы для контроля знаний.	445

Типовые задачи с решениями	446
Задания для самостоятельной работы	449
Задания для лабораторных занятий	458
Тестовые задания для контроля знаний	459
7.2. Финансовое планирование в торговле	461
Методические рекомендации по изучению темы.	461
План семинарного занятия.	467
Задачи и хозяйственные ситуации	467
Задания для самостоятельной работы	474
Задание для лабораторных занятий	477
Тестовые задания для контроля знаний	481
Приложение 1	497
Приложение 2	500
Приложение 3	503
Приложение 4	506
Приложение 5	509
Приложение 6	514
Приложение 7	517
Приложение 8	524
ОТВЕТЫ НА ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ	546
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	550
Учебные издания	550
Нормативно-правовые документы	553

Учебное издание

Шелег Николай Сидорович
Валевич Роза Петровна
Белова Светлана Олеговна

ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ

Редактор *П.И. Новодворский*. Художественный редактор *В.А. Ярошевич*.
Технический редактор *Н.А. Лебедевич*. Корректор *Е.З. Липень*.
Компьютерная верстка *Д.И. Дыбовского, И.В. Войцехович*.

Подписано в печать 30.11.2012. Формат 84×108/32. Бумага офсетная.
Гарнитура «Newton». Офсетная печать. Усл. печ. л. 29,4.
Уч.-изд. л. 30,4. Тираж 500 экз. Заказ 393.

Республиканское унитарное предприятие «Издательство “Вышэйшая школа”». ЛИ № 02330/0494062 от 03.02.2009. Пр. Победителей, 11, 220048, Минск. e-mail: market@vshph.com <http://vshph.com>

Открытое акционерное общество «Полиграфкомбинат имени Я. Коласа». ЛП № 02330/0150496 от 11.03.2009. Ул. Корженевского, 20, 220024, Минск.