

Гладкова В. Е.

*доктор экономических наук, доцент,
Российская академия предпринимательства,
кафедра «Финансы, кредит и страхование», профессор
e-mail: gladkovave@mail.ru*

Жариков Р. В.

*доктор экономических наук, профессор,
ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный
технический университет», профессор
e-mail: shriad@mail.ru*

Филатова М. С.

*ФГБОУ ВПО «Московский государственный
гуманитарно-экономический университет», бакалавр
e-mail: mahafil2013@yandex.ru*

Торговые дома. Перспективы применения данных форм хозяйствования в современных рыночных условиях

В статье проанализированы основные особенности организации управления торговыми домами в РФ, а так же применение данных форм хозяйствования в современных рыночных условиях. Рассмотрен опыт зарубежных стран в этом вопросе и законодательная база в РФ для организационно правовой формы «Торговый дом».

Ключевые слова: *торговый дом, организационно-правовая форма, организационная структура, управление.*

Gladkova V. E.

*Doctor of Science (Economics), associate professor,
Russian academy of entrepreneurship,
«Finance, Credit and Insurance» department, professor*

Zharikov V. V.

*Doctor of Science (Economics), professor,
Moscow state humanitarian and economic university,
Management of the Organization department, professor*

Trading house. Prospects of application of these forms of management in modern market conditions

The article analyzes the main features of the organization management of the trading house in Russia. The experience of foreign countries in this matter and the legal framework in the Russian Federation for the organizational legal form of «Trading house».

Keywords: *trading house, organizational and legal form, organizational structure, management.*

Возникновение торговых домов в мировой рыночной системе относят ко второй половине XIX века. Этот период характеризуется стремительным развитием промышленности, научно-технического потенциала, разработкой торговых сетей распределения и связей с помощью новых средств доставки и передачи информации. Еще совсем недавно информация стала ресурсом деятельности предприятия, тем не менее она постепенно превращается в один из основных источников экономического роста [12]. Данные процессы способствовали обострению конкурентной борьбы на мировых рынках товаров.

В сложившихся условиях компании вынуждены были искать новые способы и решения в области торговли для того чтобы заинтересовать и привлечь потребителей. Поэтому продажа товаров стала сопровождаться дополнительными услугами: транспорта-диспетчерскими услугами, доставкой и страхованием предоставляемых грузов, информационным сопровождением товаров, универсальными поставками [1].

Развитие сопутствующих услуг привело к необходимости налаживания сетей распределения, а именно тесному сотрудничеству с производителями товаров. Все выше перечисленное способствовало удовлетворению потребностей неискушенных потребителей, а так же расширению перечня предоставляемых услуг. Все это осуществлялось путем дифференциации товаров, изменением их качественных характеристик с помощью оптимизации производственных процессов и внедрением новых технологий. Таким образом, торговцы стали обладать силой, способной воздействовать на производственную структуру, а так же вкладывать свои денежные средства в производственные процессы и по средствам этого начала создаваться и функционировать такая торгово-посредническая структура как торговые дома [3].

Отечественные торговые дома вели успешную деятельность на рынках текстильной промышленности, продовольствия, пушнины и выделки из нее и других востребованных продовольственных товаров. Счет таких торгово-посреднических структур до 1917 года измерялся в тысячах, а их основателями были известные предприниматели меценаты [4].

Стоит отметить, что торговые дома изначально существовали не только как торговые структуры, но и как исторические культурные центры, развивающие не только крупные города, но и поселения. В состав торговых домов входили небольшие ремесленнические лавки, которые зарекомендовали себя среди покупателей с хорошей стороны и павильоны для продажи продукции которых, распределялись управлением торговых домов.

Сейчас торговый дом — это вид крупной торговой организации деятельность, которой характеризуется активным интегрированием в сферу производства товаров, управлением и кооперированием производственных процессов, а так же участие в кредитно-финансовых операциях.

Торговые дома выполняют ряд важнейших функций таких как:

- концентрация посреднических организаций для того, чтобы активизировать внешнеэкономическую деятельность;
- своевременное реагирование на изменения, происходящие на мировых товарных рынках;
- оперативная организация сбыта произведенных товаров, имеющих конкурентные преимущества;
- объединение фирм разных масштабов для того чтобы совместно финансировать их сбытовую деятельность;
- снижение затрат на обращение товара, а так же экономия на рекламе и мониторинге рынка;
- сопровождение товаров огромным спектром предоставляемых услуг;
- стимулирование производственных процессов и воздействие на производственную структуру, путем вложения торгового капитала в производственную деятельность.

В январе 2016 г. оборот оптовой торговли на 81,5% формировался организациями оптовой торговли, оборот которых составил 2833,9 млрд. рублей, или 90,0% к январю 2015 года.

Исходя из приведённой выше таблицы, следует то, что благоприятными условиями для торговых домов являются переходные циклы экономического развития, позволяющие владельцам торговых домов извлечь максимальную торговую выгоду в виде прибыли и способствующие насыщению рынка и укреплению позиций своей страны на мировых рынках.

Динамика оборота оптовой торговли¹ в % к среднемесячному значению 2013 г.



¹ Оценки данных с исключением сезонного и календарного факторов осуществлены с использованием программы "DEMETRA 2.2". При поступлении новых данных статистических наблюдений динамика может быть уточнена.

Рисунок 1. Динамика оборота оптовой торговли (январь 2016).

Источник: Федеральная служба государственной статистики, URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения 24.03.2016).

На деятельность любой фирмы непосредственное влияние оказывает законодательство. В таких странах как – Великобритания, Германия, Франция, Индия, специально приняты и четко прописаны законы, которые регулируют деятельность торговых домов, отмечая их важность в развитии экономики. Данные законодательные акты регламентируют деятельность торговых домов, так же данной организационно-правовой форме предоставляются определенные привилегии в виде льготного налогообложения [6].

В отечественном законодательстве не существует понятия «торговый дом». Вместе с тем, действующее законодательство РФ не запрещает создание и деятельность торговых домов, касаясь выполнения их целей которые указаны выше. Так как понятие «торговый дом» в юриспруденции отсутствует в его в структуру можно включить не только розничную торговлю, но и производство [7].

В заключении хотелось бы отметить важность торговых домов для развития экономики в целом. Рассмотрев данную форму хозяйствования с исторической точки зрения можно сделать вывод о том, что торговые дома способствуют развитию инфраструктуры, благосостоянию целых регионов и областей, а так процветанию малого и среднего бизнеса. В настоящее время крупные торговые сети не пускают малый бизнес на свои торговые площадки, малые формы хозяйствования вынуждены реализовывать свою продукцию сами, в то время как раньше торговые дома состояли из мелких ремесленнических структур. На се-

годняшний момент от торговых домов осталось только одно название, под которое в российском законодательстве не прописано даже правовой основы, поэтому, исходя и исторического опыта, стоит возвратить и усовершенствовать данную организационно-правовую форму, предварительно написав нормативно-правовую базу под нее. Это даст стимул отечественным компаниям для создания данных форм хозяйствования и как следствие развитие экономического потенциала.

Используемые источники

1. Арустамов Э.А. Основы бизнеса. Учебник изд. торговая корпорация. — М.: Дашков и К, 2012.
2. Боровкова В.А. Управление рисками в торговле. — СПб.: Питер, 2008.
3. Брагин Л.А. Экономика торгового предприятия. Учебник. — М.: ИНФРА — М. 2007.
4. Василевская Л.Ю. Лизинг в Германии и России: опыт сравнительного правового исследования: Монография. — М.: МГУК, 2005.
5. Жукова Т.Н. Коммерческая деятельность учеб. пособие. — Санкт-Петербург: Изд. Вектор, 2006.
6. Национальная торговая ассоциация. [Электронный ресурс], URL: <http://www.nta-rus.ru> (Дата обращения 24.03.2016).
7. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера); [Электронный ресурс], URL: <http://www.rcb.ru> (Дата обращения 24.03.2016).
8. Гладкова В.Е., Платонова Н.А. Бытовое обслуживание: период полураспада // ЭКО. — 1997. — № 3.
9. Гладкова В.Е., Жариков В.В., Перспективы развития социально-ориентированной экономики Тамбовской области // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. — 2014. — № 3. — С. 26—31.
10. Гладкова В.Е. Влияние Центрального банка на распространение «Эффекта заражения» на рынке межбанковского кредитования // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). — 2013. — № 13. — С. 86—91.
11. Гладкова В.Е., К вопросу о конституционных основах налогового законодательства // Интернет-журнал Науковедение. — 2009. — № 1. — С. 10.
12. Репкина О.Б. Информация в системе управления предпринимательскими структурами // Путеводитель предпринимателя. Научно-практическое издание: Сб. науч. трудов. Вып. XXIII / Под научной ред. Л. А. Булочниковой. — М.: Агентство печати «Наука и образование», 2014. — С. 239—251.