

ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ

Утверждено

Министерством образования Республики Беларусь
в качестве учебника
для студентов учреждений высшего образования
по специальностям «Коммерческая деятельность»,
«Бухгалтерский учет, анализ и аудит (по направлениям)»,
«Товароведение и экспертиза товаров»,
«Товароведение и торговое предпринимательство»

Под редакцией Р. П. Валевич, И. М. Микулич

Минск БГЭУ 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
Раздел 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ	7
Тема 1. ТОРГОВЛЯ В СИСТЕМЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	7
1.1. Тенденции и закономерности развития сферы товарного производства, товарного обращения, потребления товаров и услуг	7
1.2. Торговля как форма обмена в сфере воспроиз- водственных процессов	9
1.3. Торговля как вид предпринимательской деятельности и отрасль экономики	17
1.4. Риски коммерческой и торговой деятельности	28
Раздел 2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	30
Тема 2. ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КОМПЛЕКСА	30
2.1. Внешние и внутренние факторы экономической среды	30

2.2. Состав, элементы, взаимосвязи социально-потребительского комплекса	42
2.3. Сущность и механизм функционирования потребительского рынка	52
2.4. Специфика формирования и функционирования рынка потребительских товаров и услуг	58
2.5. Емкость рынка потребительских товаров и услуг, методы ее измерения	70
2.6. Объекты и субъекты рынка потребительских товаров и услуг	84
2.7. Направления трансформации торговых процессов	95
2.8. Механизмы взаимодействия субъектов рынка потребительских товаров и услуг	106
2.9. Экономические интересы субъектов рынка потребительских товаров и услуг	125
2.10. Методы и методика исследования состояния и конъюнктуры рынка потребительских товаров и услуг	134
2.11. Механизм взаимодействия элементов рынка потребительских товаров и услуг	155
2.11.1. Сущность и методы формирования потребительского спроса	155
2.11.2. Товарное предложение и формирование товарных ресурсов	181
2.11.3. Цена как регулятор соотношения спроса и предложения	200

Раздел 3. МЕХАНИЗМ, УСЛОВИЯ, КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

212

Тема 3. ОРГАНИЗАЦИЯ КАК СУБЪЕКТ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ И БИЗНЕС-СТРУКТУРА

212

3.1. Организация как субъект хозяйствования. Сущность и соотношение понятий «организация», «предприятие», «компания», «фирма»	212
3.2. Торговая организация как субъект предпринимательской деятельности и бизнес-структура: определяющие признаки и принципы функционирования	216

3.3. Классификация организаций торговли, их формы, типы и виды	221
3.4. Жизненный цикл торговой организации	229

Тема 4. ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОРГОВЛИ	231
4.1. Ограниченность ресурсов и проблема выбора как экономическая предпосылка формирования хозяйственного механизма	231
4.2. Хозяйственный механизм в системе общественного воспроизводства	234
4.3. Виды, базовые принципы построения и функционирования хозяйственного механизма торговой организации	239
4.4. Структура хозяйственного механизма и его элементы	243

Тема 5. МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА С СУБЪЕКТАМИ ТОРГОВЛИ	248
5.1. Необходимость и сущность взаимодействия торговых организаций с государством	248
5.2. Механизм взаимодействия и его элементы	256
5.3. Основные направления, принципы и методы государственного регулирования торговли	259
5.4. Лицензирование как метод государственного регулирования	270
5.5. Социальная ответственность торгового бизнеса и ее элементы	275

Тема 6. ТОВАРООБОРОТ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ И КЛЮЧЕВОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ РЫНКА	279
6.1. Выручка и товарооборот: характеристика, взаимосвязи и отличия	279
6.2. Виды и формы товарооборота, их взаимосвязь	289
6.3. Методы учета товарооборота и расчета его основных показателей	291
6.4. Показатели, характеризующие объем и динамику развития товарооборота	294

Тема 7. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ РАЗВИТИЯ ТОВАРООБОРОТА	298
7.1. Экономические методы, инструменты и рычаги системы управления товарооборотом	298
7.2. Теоретические и методические аспекты процес- са планирования товарооборота	301
7.3. Тенденции и закономерности развития процес- са продаж товаров и услуг	310
7.4. Факторы, определяющие объем и структуру товарооборота	315
 Тема 8. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПЛАНОВ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОГО И ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТА	 324
8.1. Особенности и исходные предпосылки разработ- ки планов товарооборота	324
8.2. Анализ общего объема и ассортиментной струк- туры розничного товарооборота	340
8.3. Принципы, процессы и алгоритм планирования розничного товарооборота	353
8.4. Экономические доказательства обоснованности плана розничного товарооборота торговой организации	367
8.5. Особенности прогнозирования продаж в онлайн- торговле	386
8.6. Методы прогнозирования товарооборота в роз- ничных торговых сетях	405
8.7. Экономическая сущность оптового товарооборо- та, анализ, прогнозирование и планирование его объема, состава и структуры	424
8.8. Экономическая сущность, структура, факторы развития, анализ и прогнозирование внешне- торгового оборота	434
8.9. Товарное обеспечение, методы его прогнозиро- вания	455
8.9.1. Формы и механизм товарного обеспечения организации торговли	455
8.9.2. Оценка результативности взаимодейст- вия торговых организаций с поставщиками товарных ресурсов	460
8.9.3. Планирование товарного обеспечения розничного и оптового товарооборота	471

8.10. Механизм управления товарными запасами	478
8.10.1. Причины образования, объем, состав и структура товарных запасов	478
8.10.2. Показатели оценки состояния и результа- тивности использования товарных ресур- сов и запасов	486
8.10.3. Анализ — предпосылка определения потребности в товарных запасах	493
8.10.4. Методы определения рационального объема товарных запасов в розничной торговле	498
8.10.5. Особенности анализа и планирования товарных запасов и товарного обеспе- чения в оптовой торговле	502

Раздел 4. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 507

Тема 9. ЭФФЕКТ, РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ — ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ КРИТЕРИИ СОВРЕМЕННОГО ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО МЕХАНИЗМА 507

9.1. Результативность торговой деятельности	507
9.2. Эффект как экономическая категория и резуль- тат деятельности хозяйствующего субъекта	508
9.3. Сущность, уровни оценки, виды эффектив- ности	510
9.4. Методы измерения и оценки эффективности	512

Тема 10. ЗАТРАТЫ И РАСХОДЫ ТОРГОВЛИ 516

10.1. Затраты и расходы торговой организации, определяющие их факторы	516
10.2. Анализ расходов торговой организации	528
10.3. Прогнозирование и планирование расходов торговой организации	533
10.4. Механизм управления расходами торговой организации	542

Тема 11. ДОХОДЫ ТОРГОВЛИ	546
11.1. Функции, значение и виды доходов	546
11.2. Доходы организаций торговли от реализации товаров, влияющие на их величину факторы	551
11.3. Источники образования дохода от реализации. Экономическая сущность и функции торговых надбавок	554
11.4. Анализ доходов торговой организации	560
11.5. Методика планирования и прогнозирования доходов торговой организации	565
11.6. Механизм управления доходами в торговле	569
 Тема 12. ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ТОРГОВЛИ	 570
12.1. Виды и значение прибыли	570
12.2. Порядок формирования, распределения и использования прибыли торговой организации	576
12.3. Рентабельность торговой организации, показатели ее измерения	579
12.4. Анализ прибыли и рентабельности	585
12.5. Планирование прибыли и оценка надежности прогнозных расчетов	589
12.6. Механизм управления прибылью и рентабельностью	594
 Раздел 5. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ	 597

Тема 13. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ В РАЗРЕЗЕ ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИХ	597
13.1. Функции, черты, количественные параметры экономического потенциала	597
13.2. Структурные составляющие потенциала, их взаимосвязь	601
13.3. Инвестиционно-инновационная деятельность торговых организаций как важнейшее условие развития экономического потенциала	603

Тема 14. ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ И ОПЛАТА ТРУДА В ТОРГОВЛЕ	608
14.1. Трудовые ресурсы — важнейший элемент экономического потенциала	608
14.2. Оценка, состав и движение трудовых ресурсов, их учет и анализ	612
14.3. Производительность и эффективность труда, методы измерения и анализа	618
14.4. Механизм и формы стимулирования труда в торговле	628
14.5. Принципы организации, формы и системы оплаты труда торговых работников, состав фонда заработной платы	629
14.6. Анализ эффективности использования средств на оплату труда	640
14.7. Методы разработки плана по труду и заработ- ной плате	643
Тема 15. ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА ТОРГОВЛИ	651
15.1. Состав, структура и назначение основных фондов и основных средств	651
15.2. Показатели состояния и тенденции разви- тия материально-технической базы торговли, методика их анализа	654
15.3. Амортизационная политика торговых органи- заций	663
15.4. Сущность и формы воспроизводства основных фондов	668
Тема 16. ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА ТОРГОВЛИ	676
16.1. Назначение, состав, структура оборотных фондов и фондов обращения	676
16.2. Сущность, структура, источники формирова- ния оборотных средств	677
16.3. Оценка эффективности использования оборот- ных средств	683
16.4. Планирование потребности в оборотных средствах	688

Тема 17. КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ОТРАСЛИ, НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИХ ПОТЕНЦИАЛА	694
17.1. Методика определения эффективности использования ресурсного потенциала торго- вой организации	694
17.2. Методы оценки эффективности использования ресурсного потенциала	698
17.3. Показатели оценки социально-экономической эффективности	702
17.3.1. Обобщающие показатели эффективности ...	703
17.3.2. Обобщающие показатели конкурентоспо- собности	706
17.3.3. Частные показатели социально-эконо- мической эффективности деятельности торговой организации	708
17.4. Факторный анализ экономической эффектив- ности	720
17.5. Основные направления повышения эффектив- ности деятельности торговых организаций	721
Литература	724