

УДК 339.3:330.341.2(477)

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ

Азарян Е.М., Возиянова Н.Ю.

*Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,
Донецк, e-mail: nagasadoo@narod.ru*

Проведен анализ категории «развитие» и произведена классификация развития для внутренней торговли. Определен инструментарий исследования развития внутренней торговли, базирующийся на теоретических основах новой институциональной экономической теории (НИЭТ) и подход к построению системы внутренней торговли страны на основе институциональной архитектоники. Проведен анализ сущности институтов, предложены три классификационных признака институтов и система категориального аппарата, формирующая теоретическую базу построения институтов внутренней торговли; определено место исследовательских теорий в определении категории ограничение; построена система категорий института. Определена социально значимая роль торговли и торгового капитала при выполнении ею системных функций. Обоснована необходимость установления фреймов для развития внутренней торговли; проанализированы уровни организационно-иерархической системы регулирования внутренней торговли Украины; дана характеристика рычагов влияния уровней организационно-иерархической системы внутренней торговли на фрейм «Розничная торговля»; проанализировано формирование института государственного регулирования внутренней торговли Украины и ее организационная модель; определена ответственность за нарушения в торговле. Установлена система взаимоотношений ритейлеров с заинтересованными сторонами и их вклад в их развитие; построена пирамида розничной торговли и проведен анализ ее элементов для развития внутренней торговли.

Ключевые слова: внутренняя торговля, развитие, институт, фрейм, организационный механизм.

INSTITUTIONAL BASES OF THE ORGANIZATIONAL MECHANISM OF DEVELOPMENT OF DOMESTIC TRADE

Azaryan E.M., Voziyanova N.Yu.

*Donetsk national university of economics and trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Donetsk, e-mail: nagasadoo@narod.ru*

The analysis of the category «development» is carried out and classification of development is made for domestic trade. The tools of research of development of domestic trade which is based on theoretical bases of the new institutional economic theory (NIET) and approach to creation of system of domestic trade of the country on the basis of institutional very tectonics are defined. The analysis of essence of institutes is carried out, are offered three classification a sign of institutes and the system of the categorial device forming theoretical base of creation of institutes of domestic trade; the place of research theories in definition of category restriction is defined; the system of categories of institute is constructed. Socially significant role of trade and a trade headband when performing of system functions is defined by it. Need of establishment of frames for development of domestic trade is proved; levels of organizational and hierarchical system of regulation of domestic trade of Ukraine are analysed; the characteristic of a leverage of levels of organizational and hierarchical system of domestic trade on a frame «Retail trade» is given; formation of institute of state regulation of domestic trade of Ukraine and its organizational model is analysed; responsibility for violations in trade is defined. The system of relationship of retailer with interested parties and their contribution to their development is installed; the pyramid of retail trade is constructed and the analysis of its elements for development of domestic trade is carried out.

Keywords: domestic trade, development, institute, frame, organizational mechanism.

Введение

Понимание важности институционального аспекта трансформации экономических систем, в частности реформирование переходных экономик, разделяется все возрастающим количеством исследователей и политиков, в том числе в Украине. Преобразованию этого понимания в конкретные рекомендации относительно изменения хода реформ с целью адаптации Украины к экономическому европейскому пространству препятствует недостаточное развитие теоретических представлений о процессах институциональных изменений, методоло-

гии применения институционального анализа и выстраивании стратегии развития внутренней торговли в стране.

Основой рационального функционирования любой отрасли, в том числе торговли, является ее развитие. Однако самое понятие развития разными авторами используется в разных аспектах, а, следовательно, нуждается в уточнении.

Анализ исследований и публикаций свидетельствует, что вопросам изучения сущности категории «развитие» уделялось внимание зарубежными экономистами, такими как Б. Карлофф [30], Ф. Перу [34],

П. Акофф [29], а также отечественными учеными – А. Гапоненко, А. Панкрухиным [2], В. Соболевым [9]; значительное количество работ посвящено развитию рынка, развитию институциональной теории. Однако недостаточно изученными остаются вопросы применения институциональной теории для развития внутренней торговли, что и обуславливает актуальность темы исследования.

Цель статьи – проведение литературного обзора и формирование институциональных основ организационного механизма развития внутренней торговли страны.

Основная часть

Согласно результатам, проведенных нами, исследований развитие можно сформулировать как совокупность изменений, безотносительную к получаемому результату. Этот тезис базируется на том, что развитие характеризуется ростом тех или иных показателей, выделенных аналитиком в виде критериев измерения и оценивания. Проанализируем определение дефиниции «развитие», сформулированные разными учеными: Б. Карлоффом – как изменение от простого к сложному; Ф. Перу – как комбинации интеллектуальных и социальных изменений, позволяющих стабильно наращивать совокупный продукт; А. Гапоненко и А. Панкрухиным – как движение вперед, эволюция, рост и расширение; В. Соболевым – как качественное изменение. В целом авторы дают общее представление о развитии, но необходимо его уточнение.

Изменение показателей определяется их ростом, снижением или отсутствием изменения. Причем увеличение показателей за выделенными критериями не обязательно свидетельствует о положительных изменениях объекта (то есть они могут характеризовать и негативные черты развития объекта исследования). Это предоставило нам возможность классифицировать развитие и выделить:

- 1) инновационное развитие;
- 2) стагнационное развитие;
- 3) депрессионное развитие.

Итак, развитие, как категория, показывает аналитику вектор изменений. То есть по заданным критериям объект анализа изменяет свои показатели в положительную (инновационное развитие) или негативную (депрессионное развитие) сторону. Однако следует отметить еще одно состояние раз-

вития – застой, когда показатели не меняются критически в одну из противоположных сторон. Такое состояние развитие классифицировано как стагнационное.

Развитие сопровождается институционализацией отношений и их фреймированием в виде воспринимаемой ценности взаимоотношений между их участниками (акторами).

Поиск адекватного для современного периода времени теоретического инструментария для понимания того, что происходит в обществе и экономике в условиях рыночной трансформации, является актуальным вопросом его развития. Критический взгляд на историю рыночной трансформации Украины позволяет согласиться с мнением А. Гриценко, что с теоретической точки зрения не хватало именно институциональных подходов. Сначала в обосновании процесса трансформации преобладали неоклассическая и монетаристская методологии, ориентированные на саморегулирование рынка и рыночные механизмы, как панацею от всех бед, навязанные Западом и Международным валютным фондом и показавшие свою несостоятельность. Эти теории не смогли дать теоретический инструментарий для понимания того, что происходит в обществе и экономике в условиях рыночной трансформации, что объясняется нацеленностью на функционирование сбалансированной экономики, в то время как в Украине такой экономики пока не сформировано. Учет национальных особенностей и институциональных факторов оказался необходимым для выстраивания соответствующих институтов. Стоит вопрос построения институциональной системы вообще и внутренней торговли в частности. Но нужно определиться с подходом, который будет применен: или это будет банальное строительство или художественное произведение – архитектура.

Институциональная архитектура – очень емкое, многозначительное понятие, характеризующее глубинную институциональную структуру [67, с. 21]. В этом понятии сконцентрировано и объективные отношения, которые внутренне присущи определенной системе, и субъекты и их значение в определенной деятельности, а также потребность учета внутренних закономерностей системы при осуществлении производственной деятельности. Это выдвигает определенные методологические требова-

ния к самому построению исследования и исходным категориям.

Следовательно, необходимо уточнить содержание понятия «архитектура». С этой целью обратимся к И. Канту, его работы «Критика чистого разума» [4], завершением которой стало «Трансцендентальное учение о методе», в котором место архитектуры определяется среди формальных условий для построения полной системы чистого разума, таких как дисциплина, канон и история. И. Кант трактует архитектуру как искусство построения системы, представляющее собой единство различных знаний, объединенных в единое целое определенной идеей на научных началах. Таким образом, И. Кант в своем учении о методе возлагает на архитектуру функцию обеспечения систематичности и научности знаний.

Как отмечает А. Мамалуй, системный характер мышления, или мышление с помощью системы, утвердился как адекватный способ существования классической науки [5, с.73]. Это обстоятельство выделено в знаменитую гегелевскую формулу: «Действительной формой, в которой существует истина, может быть лишь ее научная система» [4].

Понятие «институт» используется в общественных науках в разном понимании, на что неоднократно обращалось внимание экономистов [3, 80]. Это обусловлено разными факторами, среди которых сложность самого объекта. Так, трактования термина «институт» значительно различаются, причем четкого определения до сих пор не существует. Под институтами могут понимать конституционную систему страны (Д. Рише); любое легитимное общественное объединение (М. Дуглас); коллективное верование и образ поведения (Е. Дюркгейм); правила игры, где в роли игроков выступают организации и домашние хозяйства (Д. Норт); коллективный контроль за индивидуальным поведением (Дж. Коммонс); известные всем членам общества правила поведения, соблюдение которых обеспечивается личными интересами или внешней властью (Е. Шоттер); санкционированная обществом символическая сеть, составленная из функциональной и воображаемой частей (К. Касториadis); кодификация стратегий достижения эволюционного равновесия (М. Аоки) и т.п. Такая многочисленность взглядов на институты и тем самым дискурсов институционального анализа вызвана сложностью самого объекта.

А. Гриценко утверждает, что сложившееся понимание сущности институтов не может удовлетворять исследователей в полной мере [3, с. 21]. Он отмечает, что под институтами имеется в виду часть социальной и экономической реальности, но с позиции архитектуры, как понятия, соотносящегося с целостностью (то есть отображающего соотношение частей и целого), обязывает *всю социальную реальность анализировать в институциональном аспекте*. Этот подход основывается на том, что в обществе нет ничего, чтобы не представляло собой институт. Даже простые материальные предметы (стол, стул, телефон и т.п.) – это ничто иное, как предметное, материализованное бытие определенных правил деятельности, сформированных привычек, привычек, обычаев, образов действий. Пользуясь этими предметами, люди подчиняются определенным жизненным правилам, овеществленных в них. С этой точки зрения одним дифференцированным институтом является все общество. То есть можно согласиться с мнением А.Гриценко, что институт представляет собой не просто элементы общества, а вообще является определенным аспектом рассмотрения общества в целом. В таком понимании разные определения перестают существовать как альтернативные, а становятся формами выражения исходного отношения и принципа [30, с. 21-22]. Таким образом, исследуются именно правила, нормы и образ действий, но не сами по себе, а то, как они проявляются в организации, то есть на предприятии, используемой им технике и технологиях, ментальных моделях и образах мышления его персонала. Это делает возможным классификацию институтов. Например, в общем разрезе целесообразно выделить три группы:

- технико-технологические;
- социально-экономические;
- идеологические.

В рамках предложенных классификационных признаков можно выделить подгруппы и т.п., что будет способствовать конкретизации институтов, отнесенных к группам. Это дает возможность понять, что например, импорт техники и технологий – это не только ввоз машин и оборудования, но и импорт институтов, образа действий, направления мыслей. Даже открытие очередного «Макдональдса» – это не столько импорт продуктов питания, сколько импорт определенного образа поведения. В переходной

экономике импортные и национальные институты находятся в очень сложном конфликтном взаимодействии [3, с. 22]. Можно привести примеры с другого уровня, когда законодательная база, разработанная по рекомендациями и при участии зарубежных специалистов, определяет одну модель построения определенного рыночного сектора, а практика идет таким путем, который выстраивает другую систему. Так, либерализация торговли была нацелена на содействие ее развитию через работу эффективного собственника, под которым понимали частного собственника, который, как предполагалось, должен был бы честно работать, удовлетворять потребности покупателей и платить налоги, обеспечивая пополнение бюджета страны.

Однако, как отмечал И. Прасолов, министр экономического развития и торговли, на расширенном заседании парламентского комитета по вопросам регуляторной политики и предпринимательства, которое состоялось 22.05.2013 г. [7], треть внутренней торговли Украины еще тогда, в довоенный период, находилась в тени. Министр констатировал, что в 2012 г. расходы населения на приобретение товаров и услуг составили 1 трлн 179 млрд. грн. При этом оборот розничной торговли составил 804 млрд. грн. Иными словами, различие между расходами населения на приобретение товаров и услуг и оборотом розничной торговли составляет 374,8 млрд. грн., что является источником теневого оборота товаров и услуг. То есть в Украине около трети (33-35%) торговли находится в тени. Также следует отметить, что при объеме розничного товарооборота предприятий-юридических лиц 405 млрд. грн. налоги уплачены 30,7 млрд. грн.

В связи с этим возникает проблема изменения институтов. Самая постановка проблемы имеет противоречивый характер. Институт фиксирует то, что стало общим, устойчивым, правилом, а, следовательно, неизменным относительно деятельности, для которой он является правилом. Изменение правила уничтожает существующее правило и вводит другое. Поэтому институциональные изменения имеют квантовый, дискретный характер. При этом разные институты (из трех групп, указанных выше) имеют неодинаковые жизненные циклы, что приводит к возникновению институциональных конфликтов или Qwerty-Эффектов. Обращает на себя внимание об-

ратная зависимость устойчивости и материальности. Обычно более устойчивым считается материальное, вещественное, что тяжело подвергается материальной обработке. Умственное, идеальное, нематериальное считается более податливым, а, следовательно, может достаточно легко меняться. С точки зрения институциональной парадигмы, наоборот, относительно легко изменить определенные институты, например, технику, технологию, управленческие подходы и т.п., но гораздо тяжелее изменить то, что связано с человеком, – образ его мышления, привычки, убеждения.

Одной из основных исследовательских программ институциональной архитектоники является устойчивость и динамичность институтов.

Для разных институциональных составляющих присуще разное время существования. Анализ, основанный на оценке образа жизнедеятельности человека, свидетельствует, что основные институциональные изменения происходят в ритме поколений, которые и являются основной институциональной единицей измерения институционального времени.

Речь идет о поколении в широком понимании: поколение техники и технологий, форм жизнедеятельности, людей, идей и т.п. Одной из задач институциональной архитектоники является установление механизмов институциональных изменений, поиск путей гармонизации во времени и пространстве разных составляющих институциональных систем.

В связи с вышеупомянутым стоит вопрос о соотношении институциональной устойчивости общества с институциональной эластичностью и институциональной динамикой.

Если институциональная структура выстраивается, опираясь на базовые институты, постепенно наращивая и усложняя свою архитектуру и модифицируя саму основу [3, с. 23], то уже речь идет об *институциональной эволюции*, которая возможна только в пределах институциональной эластичности и определяется степенью возможного изменения одного института как следствие изменения другого.

Нарушение границ институциональной эластичности отдельных подсистем приводит к институциональным сломам, а системы в целом – к институциональной катастрофе. Именно эти проблемы составляют

одну из ведущих исследовательских программ институциональной архитектоники.

Другой важной исследовательской программой институциональной архитектоники является *построение институциональных категорий*.

Институционализм отличается тем, что использует преимущественно описательные методы, анализ конкретно-исторических обстоятельств и не выстраивает свою систему категорий. В научном мире институционализм упрекают в отсутствии собственной теории, что вызывает ряд вопросов относительно возможности формирования субординированной теории и построения системы институциональных категорий.

Подходы, сформулированные А. Гриценко, являются заслуживающими внимания [3, с. 23]. Основанием такого утверждения служит предложенный выше подход к трактованию институтов, согласно которому институт, освещая правила и нормы деятельности, разворачивается во всю общественную систему, пронизывая ее и не оставляя ничего вне институциональной формы. Поскольку производное отношение и принцип реально реализуются и разворачиваются в разной общественной и экономической системе, постольку теоретически это может быть воспроизведено методом восхождения от абстрактного к конкретному, что и является методом построения научной системы категорий.

Собственно К. Маркса можно считать институционалистом, ведь его «Капитал», как известно, построенный методом восхождения от абстрактного к конкретному и представляет собой научную систему категорий капитализма. Правда, это система экономических отношений, а не собственно институциональных категорий, но в них институциональная система представлена в свернутом и скрытом виде [3, с. 23].

Задача построения институциональных категорий является достаточно сложной. На ее решение потребуются не одно десятилетие. Но в исследованиях А. Гриценко и других украинских ученых уже есть определенные достижения в данной проблематике.

Основания, которые являются оправданными для развертывания предложенного институционального подхода, нужно искать в *деятельности человека*.

Деятельность всегда осуществляется в определенных условиях, определенными орудиями труда, определенными методами,

то есть она всегда опосредствованная характером действий, который имеет границы или ограничение. Поэтому той категорией, с которой начинаются институты, нужно считать *ограничения*, которые по своей сути направляют деятельность в определенном русле и являются для нее законом.

Следует отметить, что ограничение, как категория, есть исходной и в маргинализме, основанном на анализе предельных экономических величин, таких как потребности, затраты, доходы и т.п. Однако в маргинализме граница выступает *внешним* ограничением для движения материальных благ, находящейся вне блага. Поэтому в маргинализме эти границы выражаются внешним образом – прилагательными: предельные потребности, предельные затраты, предельные доходы, предельная производительность и т.п., то есть граница является *внешним* ограничением.

Вместе с тем существуют и *внутренние* ограничения, которые любой продукт труда (товар или услуга) содержит и несет в себе. Такие ограничения являются *затратами времени труда*, воплощенного в продукте. Они определяют возможности экономического движения этого продукта. Например, определенный товар продается в магазине по более низкой цене и ориентирован на малоимущих покупателей не только из-за того, что он здесь нужен, но и потому, что в нем воплощены такие затраты времени, которые именно покупатели с такими доходами имеют возможность приобрести. Более дорогой товар имеет другую траекторию движения и продается в элитном магазине, где покупатели имеют определенные взгляды на статус вещи и готовы ее приобрести по предлагаемой высокой цене. Таким образом, затраты времени труда, воплощенные в продукте, который становится товаром в обмене, является *стоимостью*. Это понятие представляет основу трудовой теории стоимости и выражает *внутренние* ограничения движения материальных благ в рыночной экономике.

Таким образом, ограничение как институциональная исходная категория проявляется во внутренней ограниченности затратами времени труда, то есть в стоимости, которую исследует трудовая теория, и во внешней, количественной ограниченности благ, которая изучается маргинализмом. Институционализм, трудовая теория и маргинализм оказываются тремя теоретически

развернутыми определениями ограничения как исходной категории.

Институционализм оперирует ограничением как категорией, *индифферентной к содержанию ограничения*. Трудовая теория стоимости раскрывает внутреннее содержание ограничения. Маржинализм – внешнее, формальное. Институционализм, исходя из ограничения, двигается за границы внутреннего содержания и таким образом переходит к внешней границе. Иначе говоря, институционализм лежит *между* трудовой теорией стоимости и маржинализмом (рис. 1), что позволяет выстраивать институциональный категориальный ряд.

На рис. 2 отображен категориальный ряд развертывания системы института.

Ограничения характеризуются внешними и внутренними границами. И если они определены, то речь идет уже не об ограничении, а о *разграничении* внутреннего содержания и внешней среды.

Если это непосредственно применить к деятельности человека, то становится очевидным, что внутренней границей деятельности является *целеполагание*, а внешней – *действие*. Ведь деятельность включает два момента: целеполагание и действие, при этом действие является внешним относительно цели.

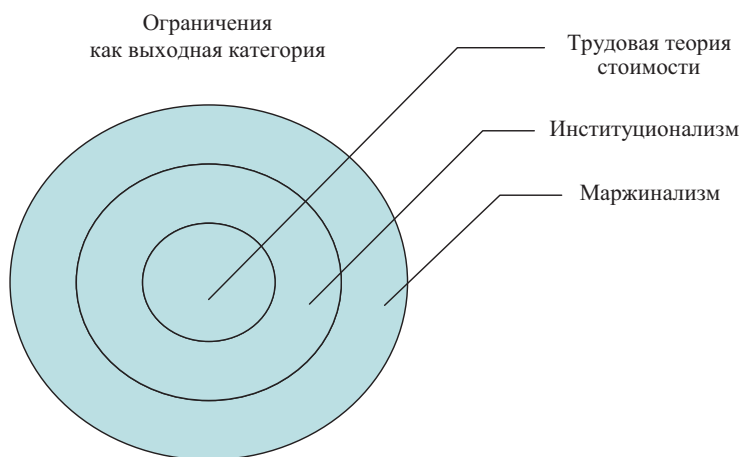


Рис. 1. Место исследовательских теорий в изучении категории ограничения (составлено по источнику [3])

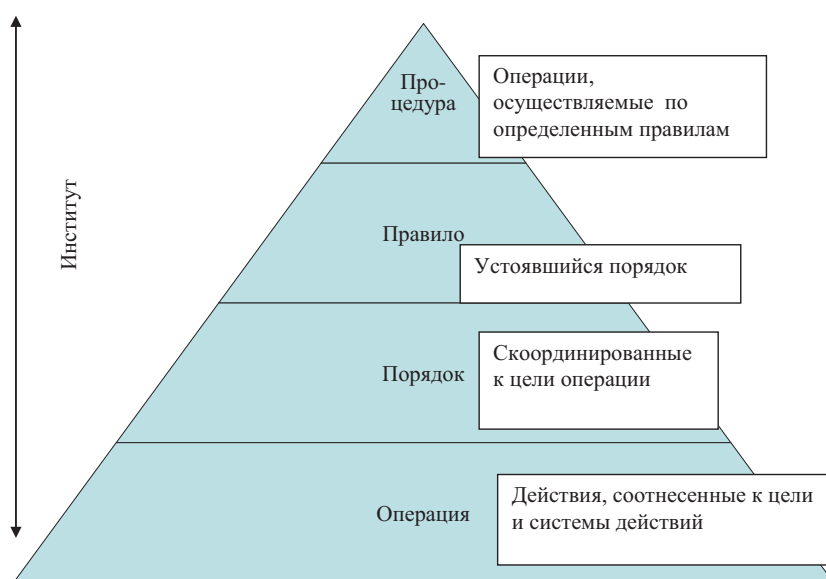


Рис. 2. Система категорий института (составлено по источнику [3])

Целеполагание всегда остается за *человеком*, а действие передается системе (машине и т.п.), которая выполняет это действие по целям, заданным человеком. Целеполагание всегда является сложным инструментом, заслуживающим специального исследования [3, с. 25].

Действие, соотнесенное с целью и включенное в систему действий, – *операция*. Скоординированные согласно цели операции являются *порядком*. Устойчивый порядок является *правилом*. Операции, осуществляемые по определенным правилам, представляют собой *процедуру*.

Таким образом, выстраивается целая система категорий. Если исходной категорией в этой системе является *ограничение*, то основной – *институт*. Ограничение это тоже институт, но еще неразвитый, существующий в зачаточной, исходной форме. *Институт* – это то самое ограничение, но развернутое в систему правил, норм, процедур, законов, организаций, учреждений и т.п. и свернутое потом в одно понятие. Категория «институт» раскрывается через всю систему, но имеет и свое особое место, которое определяется границей обратного перехода от сущности (института) к явлению (институциональным формам).

Прямой переход характеризовался движением от бытия к сущности, где категории ограничения еще не сформировались в собственно институт, а последний находился на стадии становления. Каждая категория существует и как таковая, и как представитель целого, системы, точнее, ее сути. Деньги, например, могут быть просто деньгами, а могут представлять собой капитал, быть его формой. Обычай может быть просто обычаем, а может быть одной из форм института. Продажа товара может быть локальной операцией, а может быть торговлей. С точки зрения методологии здесь проявляется такое же отличие, как между бытием и существованием, где существование – такое же бытие, но опосредствованное сущностью.

Как отмечает А. Гриценко, если разворачивать институциональный ряд категорий, то доходим до их сущности, а потом движемся в обратном направлении. Основной категорией, которая олицетворяет в себе предыдущее движение и формирует основу для дальнейшего исследования – есть *учреждение*, то есть организация или предприятие. На предприятии все имеет *ор-*

ганизационное упрочение на уровне учредительных, распорядительных и других организационных документов, которые формируют определенный порядок, то есть организация самая *регулирует* свою жизнь. Таким образом, категория «организация» закрепляет собственное содержание института и служит основой обретения институциональной формы для всего его дальнейшего движения.

Речь идет об общем категориальном ряде, но каждая система и ее архитектура имеет свое исходное значение [3, с. 26]. В банковской системе, например, таким отношением является *доверие* (собственно кредит и означает доверие), в торговле – обмен, как консенсус, конвенция. Есть много прикладных аспектов реализации таких подходов, в том числе объяснения логики возникновения и соответственно условий вытеснения светотеневой структуры нашей экономики. Особенно нужно подчеркнуть, что истинные причины отечественных экономических особенностей имеют институциональный характер [3, с. 26]. Известный пример – проблема соотношения кредитных ставок коммерческих банков и ставки рефинансирования Национального банка, с одной стороны имеет экономическую основу, а с другой – институциональную, то есть институциональный фактор проявляется как степень доверия к государству и всей системе банковского сектора. Сегодня основные проблемы в стране имеют институциональную основу. В конечном итоге институциональная архитектура определяет характер экономических процессов в нашем обществе [3, с. 26].

Таким образом, это исследовательское направление хотя и имеет глубоко теоретический характер, однако вместе с тем ему присущие много прикладных аспектов. Самым важным в этом направлении есть то, что он определяет путь к новой, более общей экономической теории, которую еще только необходимо создать усилиями всего научного экономического сообщества.

Трансформация фреймов и институциональной структуры в развитии внутренней торговли заслуживает более детального исследования.

Фактически с 1992 г. внутренняя торговля в Украине начала развиваться из нуля. Так, согласно Указу Президента Украины от 31.01.1992 г. № 70 [21] и Закона Украины от 06.03.1992 г. № 2117 [15] была ликвидиро-

вана административная вертикаль государственного управления областью, разрушены бывшие связи и подверглись изменению институциональные устройства ее организации, а государство оставило за собой только регулирующую функцию. В государства нет собственной торговой сети, и теперь она сталкивается с трудностями при реализации государственной политики в сфере внутренней торговли страны, например, при проведении стабилизационных мер. Проблемными вопросами являются изготовления методологических подходов к изучению процессов и явлений, которые характеризуют концептуальные направления и институциональную структуру в развитии внутренней торговли страны.

Анализ последних публикаций и исследований свидетельствует, что в зарубежной экономической литературе в конце прошлого столетия особое внимание постоянно отводится вопросам особенностей функционирования субъектов хозяйствования в условиях «новой экономики» и «экономики знаний», роле человеческого фактора, институциональным теориям. В связи с этим следует отметить работы таких ученых, как М. Портер [35], М. Милинд [32], К. Хеннинг [37], Е. Фуруботн, Р. Рихтер [36], М. Холл [38] и др. В Украине проводятся исследования внутренней торговли преимущественно с позиции развития рынков [1], функционирование предприятий [8] и т.п. В то же время проблемными и недостаточно освещенными являются вопросы стратегических направлений развития, которые базировались бы на институциональной основе и исследовали бы фреймы, и их роль в формировании институциональной структуры в развитии внутренней торговли в стране.

Важной составляющей внутреннего рынка любого государства является сфера внутренней торговли, нацеленная на формирование и эффективную работу системы оборота потребительских товаров, как важного фактора формирования ее экономического роста.

Еще почти сто пятьдесят лет назад, исследуя природу капитала, К. Маркс указывал на разные его виды, принимающие участие в процессе воспроизводства, их разную скорость кругооборота, а также самостоятельность в капиталистическом хозяйстве. Именно наличие торгового капитала позволяет торговле осуществлять системные функции.

К. Маркс отмечал, что функцию преобразования товарного капитала в деньги может обслуживать как самостоятельный торговец, так и промышленный агент. В этом случае если «... функция товарного капитала обслуживается операциями купца, его покупкой и продажей, так что эти операции отливают в форму особого предприятия, отдельного от других функций промышленного капитала и потому сделалось самостоятельным, то это – особая форма общественного разделения труда, вследствие чего некоторая часть функции, которая должна быть выполнена в особой фазе воспроизводства капитала, в этом случае в фазе обращения, является исключительной функцией особого агента обращения, отличного от производителя» [31, с. 255].

Дальше К. Маркс приходил к выводу о том, что «товарный капитал, делаясь товарно-торговым, приобретает вид самостоятельного рода капитала вследствие того, что купец авансирует денежный капитал, который увеличивается в стоимости». Более того, «вследствие разделения труда капитал, занятый исключительно куплей-продажей, ... меньше, чем он имел бы быть в том случае, если бы промышленный капитал должен был сам вести всю торговую часть своего предприятия, ... товар раньше превращается в деньги (имеется в виду у производителя), и товарный капитал осуществляет свою метаморфозу быстрее, чем он мог бы сделать его в руках производителя» [31, с. 258]. Отсюда следует, что торговля выполняет самостоятельную роль в кругообороте капитала и воспроизводстве в том случае, если торговец авансирует промышленному капиталу часть капитала на продвижение товара и тогда проявляются экономические преимущества торговли, создается возможность выполнения ею системных функций и торговец приобретает свою особую социальную и экономическую роль.

Таким образом, внутренняя торговля в целом и розничная в частности должна иметь достаточный капитал, чтобы выполнять свою роль, в другом случае, когда промышленник предоставляет свои товары в кредит торговцу, он превращается в промышленного агента от продаж, а отношения между торговым и промышленным капиталом естественно определяются величиной этих частей, а капитал, который функционирует на этих предприятиях, не торговый, а промышленный. Итак, чтобы внутренняя

торговля выполняла свою сознательную, социально значимую роль в государстве, следует выделить в ее составе чистую торговлю, занимающуюся только куплей-продажей на базе преимущества торгового капитала, независимо от формы собственности, и отраслевую торговлю. Такой концептуальный подход к организационно-экономическому механизму функционирования внутренней торговли создаст возможность развития добросовестной конкуренции, креативности управления, рационального отношения к бизнесу.

«Бизнес – это игра», «бизнес – это война», «бизнес – это искусство», – говорят в предпринимательской среде. Можно согласиться с каждым из этих тезисов и прежде всего с тем, что бизнес – это игра и чем лучше игроки знают правила игры, выполняют их, осваивают стратегию, совершенствуются, тем азартнее, более интересная и успешная будет игра. Г. Холл, американский бизнесмен и психолог, отмечает, что игры – «основа любого бизнеса и всего человеческого бытия» [38, с. 4]. Будучи психологом по специальности, М. Холл заметил, что все многообразие отношений в повседневной жизни вкладывается в рамки игр. Одной из таких разновидностей игр для развития бизнеса, в частности торгового, являются фрейм-игры, базирующиеся на теории уровней сознания, которые легко образуются и трансформируются в умственные структуры, с помощью которых передается содержание окружающим предметам и явлениям. Фрейм – образ мышления, соотношение внешней информации с существующими правилами, принципами, избранными за базу. Чтобы что-то изменить, нужно привнести новое мышление, создать новые фреймы. Еще А. Эйнштейн утверждал, что никакую проблему нельзя решить на том самом уровне, на котором она возникла [11, с. 804].

Фреймы управляют игрой. Они дают точку опоры для рычага, который и дает возможность выполнять все дела быстро. Для этого не нужны годы анализа. Необходимо лишь изменить фрейм. Г. Холл отмечает что, получив образование, он погрузился в игру своего поколения (60-х лет) XX ст., фрейм успеха которым был «Мне интереснее помогать людям, чем достигать успеха в бизнесе», поскольку вследствие своего воспитания не рассматривал бизнес как достойное занятие [10, с. 6]. Со временем пришло понимание, что нельзя помогать окру-

жающим, живя от зарплаты до зарплаты, что необходимо достичь успеха в бизнесе самому и быть материально обеспеченным. Итак, фрейм успеха стал другим – «успех в бизнесе». Это означало, что необходимо использовать свою практику так, чтобы это занятия имело смысл и с финансовой точки зрения. А это уже другая игра, где необходимое положительное и оптимистичное отношение к делу, нацеленное на поиски решений, основанное на уверенности в себе и игровом характере.

В XXI ст. уже недостаточно вырабатывать товар или услугу, нужно уметь еще и продать их потребителю. При поиске решений и путей их достижения также должны быть сформированы новые или использоваться адекватные времени старые фреймы. Например, А. Эйнштейн утверждал, что «никакая цель не является высокой настолько, чтобы оправдывала недостойные средства для ее достижения» [11, с. 804]. В то же время существует пословица «для достижения цели все средства хороши». Который из этих фреймов будет взят за основу, такими и будут правила игры. Разнопозиционность фреймов включает извечную способность ума человека соглашаться или не соглашаться и на основе этого решать, в какие игры играть, а в какие – нет. Особый интерес представляют умственные игры, позволяющие строить концепции, генерировать идеи, не имея особенной нужды в партнере, а только наблюдая на поведенческом уровне.

Как известно, чтобы что-то идентифицировать, необходимо, знать отличительные признаки, в игре это ключевые моменты и стимулы, правила и процедуры. Ключевые моменты позволяют быстро узнавать игру, ее правила, процедуры, стимулы. Представим, что видим стол с шахматной доской и два приставленных к нему стулья. Это первый ключевой момент, который дает представление об игре и приводит к выводу: будут играть в шахматы. Потом видим, что кто-то открыл коробку и достает из нее шашки. Это второй ключевой момент. И сразу меняем точку зрения об игре – игроки не собираются играть в шахматы, игра будет в шашки. Определив название фрейма, используем его содержание – знание о правилах и процедурах игры. А дальше идут стимулы, определяющие качество выполнения правил и процедур игры. Эти стимулы могут быть внутренними, обговоренными правилами игры. Например, если шашка

дошла до последней линии противника, то она становится дамкой с другими процедурами поведения на поле. Могут быть еще внешние стимулы, которые определяются по результатам игры – получение победившим игроком соответствующего разряда, допуска к играм, намеченным в будущем туре соревнований и т.п. Чтобы разработать внешние стимулы игры, нужен более высокий, когнитивный (познавательный) уровень мышления, позволяющий создавать новые ключевые моменты, правила, процедуры, стимулы. Это уже игра об игре. Итак, чтобы в игру играли, ее нужно генерировать, создать институты, то есть все начинается с иерархии. Здесь каждому свое: игроку – играть, рефери – судить, спонсору – награждать. Приведенные примеры экстраполируются и на бизнес. На первичном уровне есть люди, создающие продукт, предоставляющие услуги, работающие с клиентами. На следующем уровне находятся менеджеры, управляющие людьми первого уровня, и их работа имеет отличие от работы сотрудников первого уровня. Можно пойти дальше и выявить менеджеров, управляющих менеджерами, и так далее, вплоть до генерального директора, сотрудников регионального и государственного департаментов, работа которых существенным образом отличается от работы генерального директора, тем более работников первого уровня. Вышеизложенное свидетельствует, что существует четыре базовых

уровня фреймов: фреймы исполнения, контроля, стратегии, генерирования концепций. Рассматривая внутреннюю торговлю как бизнес-иерархию, можно выделить семь уровней (рис. 3), в которых, в свою очередь, существует своя уровневая структура.

Учитывая то, что существуют уровни разной подчиненности, такая же иерархия существует и действует в человеческом сознании. А, следовательно, всегда можно найти дополнительные внутренние силы, получив доступ на высшие, «руководящие» уровни. Для достижения высшей компетенции, эффективности и влияния необходимо научиться пользоваться «руководящими» уровнями сознания. Более высокий уровень управляет низшим – это принцип всех живых систем, имеют организационную иерархию. Тот, кто устанавливает фрейм, тот и контролирует игру.

Это очень важный концепт для выстраивания иерархии мнений в бизнесе. Чтобы создать мнение, которое всегда проявляется во фреймах, необходимо сконцентрировать и сформулировать причины того или другого явления, факторы, которые содействовали ему, следствия, значения, ценность и важность. Создав мнение, появляются классификации, категории, концепции, то есть фреймы цели-сознания. Подпитываясь с энергетического поля, фреймы начинают функционировать системно, что позволяет создать матрицу системы, в том числе и в отношении развития внутренней торговли.



Рис. 3. Уровни организационно-иерархической системы регулирования внутренней торговли Украины (авторская разработка)

Каждому уровню иерархически отвечает свой уровень фрейма и свои рычаги влияния на их изменение (табл. 1).

В Украине становление организационной системы государственного регулирования внутренней торговли осуществляется динамично, однако нестабильно, с довольно частыми реструктуризациями по всей иерархической вертикали, что связано с нестабильностью самой власти и отсутствием общей политики развития государства (табл. 2). Еще в конце XIX – в начале XX века Ф. Энгельс утверждал: «где нет общности интересов, там не может быть единства целей, не говоря уже о единстве действий» [11, с. 797]. За двадцать четыре года самостоятельности в Украине многократно менялась институциональная модель иерархии государственного регулирования внутренней торговли и, естественно, и аппарат ее иерархии.

Постоянные структурные изменения отрицательно отразились на качестве услуг, предоставляемых государством в этой сфере. Отсюда наличие глобальных проблем ее функционирования, начиная с формирования ценовой политики и завершая профессиональным уровнем работников торговли и качеством услуг, предоставляемых ими потребителям. Торговля сегодня не гарантирует конституционных прав граждан Украины в обеспечении жизнедеятельности качественными товарами. Качество товаров чаще всего не согласовано с ценами, а торговля не несет за это никакой ответственности.

Внутренняя торговля, в частности розничная, в данное время практически не имеет торгового капитала и потеряла свою самостоятельность. Курс Кабинета Министров Украины, направленный на первоочередное и всестороннее развитие малого и среднего предпринимательства, привел к преимуществу в торговле предприятий с численностью 1-50 чел., в которых чаще всего отсутствуют специалисты торгового профиля, как в управлении, так и в осуществлении технологического процесса. Решению проблем организационно-экономического развития торговли, бесспорно, будут содействовать:

- решение политических проблем в Украине;
- осознание того, что только рыночных рычагов регулирования недостаточно, нужны и институциональные;
- необходимость создания научных центров исследования функционирования внутренней торговли, создание необходимых фреймов.

В сфере внутренней торговли в Украине ее институциональное регулирование осуществляет заместитель министра экономики, которому подчинен Департамент внутренней торговли и потребительского рынка (далее – Департамент). Основной задачей Департамента является обеспечение единой государственной политики в сфере торговли и разработка, усовершенствование и внедрение соответствующих нормативно-правовых актов.

Таблица 1

Характеристика рычагов влияния уровней организационно-иерархической системы внутренней торговли Украины на фрейм «Розничная торговля»

Уровни	Субъект формирования фрейма	Рычаги влияния на фрейм
I	Предприятие, организация, физические лица (субъекты торговли)	Миссия, устав, распоряжения, инструкции, сметы, планы и т.п.
II	Украинская торговая ассоциация (УТА)	Рекомендации, обращения, консалтинг, симпозиумы, конференции
III	Районная администрация	Распоряжения
IV	Областная, городская государственная администрация	Распоряжения
V	Министерство экономики и развития Украины	Приказы, Нормативы
VI	Кабинет Министров Украины	Постановления, распоряжения
VII	Верховная Рада Украины	Законы
VIII	Президент Украины	Приказы

Таблица 2

Формирование институтов государственного регулирования
внутренней торговли в Украине

Периоды	Структурные подразделения в государственной исполнительной власти	Основания для формирования
1991-1995	Министерство внешнеэкономических связей Украины	Указ Президента Украины от 03.07.1995 г. № 560 [18]. Указ Президента Украины от 11.07.1995 г. № 603 [19].
1995-1999	Министерство внешнеэкономических связей и торговли Украины (МВЭСторг)	
1995-1997	Сформировано самостоятельные управленческие структуры в областных и райгосадминистрациях; а в структуре МВЭСторг создан блок по вопросам внутренней торговли с четверых управлений: • Главное управление по вопросам внутренней торговли; • Управление координации оптовой торговли; • Управление координации работы общественного питания; • Главное управление государственной инспекции из торговли	
1997-1999	После реорганизации министерства функционировало одно Главное управление по вопросам внутренней торговли и общественного питания с численностью 38 лиц	
1999	МВЭСторг ликвидировано. Функции регулирования внутренней торговли перешли к Минэкономике, где был создан Департамент внутренней торговли	Указ Президента Украины от 15.12.1999 г. № 1573 [20].
Периоды	Структурные подразделения в государственной исполнительной власти	Основания для формирования
1999-2003	Департамент внутренней торговли и бытового обслуживания с численностью 35 чел.	
2003-2005	Департамент ликвидирован, создано Управление внутренней торговли и бытовых услуг (с численностью 16 чел.) в составе Департамента региональной политики	Приказ Минэкономки Украины от 12.05.2003 г. № 119 [24].
2005-2007	Управление внутренней торговли и бытовых услуг ликвидировано и создан Отдел внутренней торговли (с численностью 6 чел.) в Департаменте регуляторной политики	Приказ Минэкономки Украины от 03.10.2005 г. № 320 [25].
2007	Исключены из рекомендованного перечня структурных подразделений самостоятельные единицы Управления торговли и бытовым обслуживанием в составе областных (городских) государственных администраций.	Постановление Кабинета Министров Украины от 01.08.2007 г. № 996 [29].
2007-2008	Создан самостоятельный Отдел внутренней торговли с численностью 7 чел.	
04.2008-08.2009	Создан Департамент внутренней торговли и бытового обслуживания с численностью 21 чел.	Приказ Министерства экономики Украины от 02.06.2008 г. № 192 [27].
09.2009-07.2010	Департамент внутренней торговли и бытового обслуживания переименован в Департамент внутренней торговли и потребительского рынка с численностью 21 чел.	
07.2010-06.2011	Департамент внутренней торговли и потребительского рынка ликвидирован	Приказ Министерства экономики Украины № 795 от 05.07.2010 г. [28].
03.06.2011-по сегодня	Создан департамент развития торговли	Приказ Министерства экономического развития и торговли Украины от 30.06.2011 г. № 26 [26].

В то же время на региональном уровне из списка рекомендованных структурных единиц исключены самостоятельные структурные подразделения регулирования внутренней торговли, что не дает возможности Департаменту выполнять свои функции в полной мере. Это отображается как на ассортиментной, так и на ценовой политике, а, следовательно, влияет на обеспечение жизнедеятельности населения (рис. 4).

и сельскохозяйственных товаров народного потребления и их качества; регулирования и контроля цен; реализации товаров народного потребления; защиты прав потребителей.

Прогрессивным подходом к изучению торговли и как отрасли, и как процесса является институционализм, являющийся новым для Украины, но имеющий историю для мировых экономик, о чем свидетель-



Рис. 4. Организационная модель институционального устройства регулирования внутренней торговли Украины (авторская разработка)

Практический опыт и теоретические исследования свидетельствуют, что рациональное институциональное обеспечение функционирования рыночной экономики является прогрессивным шагом развития демократического общества, которое позволяет повысить жизненный уровень граждан, рациональность использования ресурсов, активизировать участие каждого гражданина в достижении своего благосостояния. Для усовершенствования осуществления государственного регулирования и контроля в вопросах внутренней торговли, а также выполнения государством одной из основных ее функций – обеспечения жизнедеятельности населения необходим новый фрейм внутренней торговли, в основе которого сфокусирован в одно целое вопрос: производства промышленных

ствуют присуждение за последние двадцать лет семь Нобелевских премий ведущим ученым мира в этом направлении. Новая институциональная экономическая теория (НИЭТ) – одно из наиболее перспективных и в то же время продуктивных направлений развития экономической науки во второй половине XX – в начале XXI века. За предыдущие несколько десятилетий этой исследовательской программе удалось предъявить серьезные аргументы в пользу своей состоятельности. Прежде всего, состоятельности в решении ряда методологических вопросов, а также вопросов, имеющих прикладное значение не только в сферах государственного и корпоративного управления, решения споров между хозяйственными субъектами, но также и во многих других сферах общественной жизни.

Важным моментом развития взаимоотношений, в том числе в сфере торговли, является обеспечение соблюдения правил. Механизм, обеспечивающий соблюдение правил, связан с механизмом применения санкций, то есть создания определенных расходов для нарушителей, а также для всех других субъектов, принимающих решения с учетом существования ограничений в виде соответствующих институтов.

В данное время институтами, которые обеспечивают соблюдение правил, выступают действующие кодексы законов (Уголовный [12], Хозяйственный [13], Об административных правонарушениях [14]), в которых указаны санкции за нарушения пра-

вил взаимоотношений, то есть проявление оппортунистического поведения. Оппортунистическое поведение характерно и для самих организаций по отношению как к государству, так и к потребителям. Результаты исследования, проведенного О. Покатаевой [6, с. 45-46] в части влияния уголовного законодательства на осуществление предпринимателями торговой деятельности, свидетельствуют, что нарушение институциональных норм права присуще торговле, несмотря на предусмотренную ответственность, поскольку выгоды, получаемые субъектом, превышают расходы, которые он может понести в связи с раскрытием коварства (табл. 3).

Таблица 3

Ответственность за нарушения в торговле согласно действующему законодательству

Статья Кодекса	Сущность нарушения	Размер нарушения	Размер санкции	
			Вид	Сумма, грн
Ст. 225 Уголовного кодекса Украины «Обман покупателя или заказчика» [12]	Умышленное обмеривание, обсчетывание, обсчет или другой обман покупателей и заказчиков в значительных размерах	Убыток в сумме больше 3 не налогооблагаемых налогом минимумов доходов граждан	Штраф 50 не облагаемых налогом минимумов доходов граждан или 200 часов общественных работ или исправительные работы до 2 лет	850
Ст. 226 Уголовного кодекса Украины «Фальсификация средств измерения» [12]	Изготовление или переработка в целях использования или сбыта, а также сбыт фальсифицированных измерительных приборов или инструментов	Не определен, при выявлении	До 100 не облагаемых налогом минимумов доходов граждан или 200 часов общественных работ или исправимые работы до 2 лет или арест до 3 месяцев	1700
Ст. 202 Уголовного кодекса Украины «Нарушение порядка занятия хозяйственной и банковской деятельностью» [12]	Осуществление деятельности без государственной регистрации как СПД или без получения лицензии	Получение дохода в больших размерах, которые в 1000 раз превышают необлагаемый налогом минимум доходов граждан	Штраф от 100 до 250 не облагаемых налогом минимумов доходов граждан или исправимые работы до 2 лет	1700-4250
Ст. 156 Кодекс об административных правонарушениях «Нарушение правил торговли алкогольными и табачными изделиями» [14]	Осуществление деятельности без лицензии или без марок акцизного сбора	Не определен, при выявлении	Штраф от 20 до 100 не облагаемых налогом минимумов доходов граждан с конфискацией предметов торговли	340-1700

Кроме того, неадекватность наносимого размерами санкций ущерба для предприятий, позволяет нарушениям значительное время существовать, а то и множиться.

В торговле возникают многочисленные отношения, связанные с обеспечением деятельности организации (предприятий торговли); осуществлением операциональной деятельности организации (непосредственно торговый процесс); созданием и поддержкой имиджа организации (отношения с другими заинтересованными сторонами) (рис. 5).

Организации становятся все более требовательными к заинтересованным сторо-

нам (табл. 4), поэтому их отношения должны становиться более выгодными.

Самое понятие выгоды для заинтересованной стороны должны определяться с точки зрения взаимоотношений с организацией и оцениваться из позиции призмы эффективности.

Субъекты принимают решение на основе как данных, собранных самостоятельно, так и официальных данных статистики. Однако исследования свидетельствуют, что проблема информации относительно торговли очень острая и связана с отсутствием программы информационного обеспечения в торговле.



Рис. 5. Взаимоотношения ритейлеров с заинтересованными сторонами (авторская разработка)

Таблица 4

Взнос в развитие взаимоотношений заинтересованных сторон

Заинтересованные стороны	Содержание требований современного предприятия к заинтересованным сторонам
Инвесторы	Капитал для развития, принятие большего риска, долгосрочная поддержка
Клиенты	Прибыльность, постоянность, лояльность, защита, обратная связь
Посредники	Запланированные прогнозы, заблаговременная предсказуемость спроса
Персонал	Гибкость, разнообразие привычек, сверхнормативные часы работы, предложения
Поставщики	Больше прямых поставок, меньше посредников, комплексные решения, интеграция
Регулятивные органы	Международное взаимодействие, неофициальные рекомендации, своевременное вмешательство
Сообщества	Наличие квалифицированной рабочей силы, дотации, поддержка, интеграция
Влиятельные группы	Тесное сотрудничество, общие исследования
Альянсы партнеров	Взаимные продажи, сотрудничество в развитии, распределение расходов

Основным официальным источником данных являются статистические сборники. Однако их проблемный вопрос состоит в отсутствии данных или их содержании. Например, отнесение товаров к товарным группам: пельмени принадлежат к макаронным изделиям, чипсы – к картофелю, соусы – к сокам. Кроме того, статистические сборники выпускаются со значительным отставанием во времени, которое усложняет оперативность получения данных и их использование. В статистических сборниках не выделяются типы магазинов и их специализация.

Инструментарий НИЭТ позволяет рассматривать организации как упорядочивающие взаимодействия между людьми структуры.

Исследование внешних институтов, то есть тех правил, в рамках которых или по поводу которых осуществляется взаимодействие с другими организациями, в части внутренней торговли характеризуются значительным разнообразием. Вопрос осуществления государственной торговой политики не сфокусированные в одном законодательном акте. В Украине еще не принят Закон Украины «О внутренней торговле» [17], хотя его очередной проект был представлен еще в 2004 г. Внутренняя торговля в Украине развивается на основе «Концепции развития внутренней торговли Украины», утвержденной постановлением КМУ от 20.12.1997 г. № 1449 [22]. Однако положения Концепции не потеряли актуальности и на сегодняшний день, но и не достали надлежащее институционального развития. Это можно расценивать, с одной стороны, как глубоко продуманный акт, а с другого – вопрос развития внутренней торговли не входят в направления, которые интересуют государство на современном этапе.

Сам порядок осуществления торговой деятельности и правила торгового обслуживания регламентированы Постановлением КМУ от 15.06.2006 г. № 833 [23]. Согласно этому документу торговая деятельность регулируется Хозяйственным и Гражданским кодексами Украины, Законом Украины «О защите прав потребителей» [16] и другими законодательными актами. В п. 7 Порядка [23] отображены торговые объекты и их классификация. Так, магазины классифицированы по трем группам:

1) по товарной специализации – продовольственные, непродовольственные, смешанные;

2) по товарному ассортименту – универсальные, специализированные, узкоспециализированные, комбинированные;

3) по методу продажи товаров – с индивидуальным обслуживанием, самообслуживанием, торговлей по образцам или через торговые автоматы.

В данной классификации не учтен такой метод торговли, как электронная торговля, который быстро развивается, причем четких правил функционирования этого метода продаж до сих пор нет. Это также является направлением дальнейших исследований. Кроме того, даже существующая классификация не нашла отображения в статистических сборниках.

Согласно нашим исследованиям торговля должна быть адресной, что обеспечивает ее жизнеспособность и развитие. Основываясь на этой концепции, торговлю можно представить в виде трехуровневой пирамиды (рис. 6).

На вершине пирамиды расположена торговля эксклюзивными товарами; середина – целевая торговля, направленная на определенный стиль жизни, при которой так или иначе осуществляется личный контакт с покупателями; внизу пирамиды – торговля по принципу «цена/стоимость», где происходит ценовая конкурентная борьба.

В табл. 5 приведены характерные особенности, присущие каждому типу, составляющему пирамиду розничной торговли.

Именно взаимоотношения с клиентами есть тем важным аспектом для каждого блока пирамиды, который позволяет развиваться торговле. Концептуальный подход НИЭТ к оценке взаимоотношений в торговле позволяет оценить их из позиции ограниченной рациональности и оппортунистического поведения актеров, выделить содержание требований и ограничений заинтересованных сторон

Действующая институциональная система санкций и принуждения выполнения правил игры на рынке имеет существенные институциональные пробелы. Как свидетельствуют результаты исследования, в Украине предусмотренная ответственность субъектов за нарушения в сфере торговли, то есть затраты, которых может испытать актер в связи с раскрытием коварности, значительно малые сравнительно с выгодами, которые он получает, возбуждаясь действующие нормативно-правовые акты.



Рис. 6. Пирамида розничной торговли (авторская разработка)

Таблица 5

Характеристика элементов пирамиды розничной торговли

Название	Характеристика	Яркие представители	Представители в Украине
Розничная торговля эксклюзивными товарами	Предлагают высококачественную продукцию, часто ручной работы, иногда для использования только в особых случаях, товары, которые покупателям тяжело найти где-нибудь еще. Такие предприятия – лидеры модных тенденций. Обслуживание покупателей индивидуальное. Цены отображают восприятие, и они обычно наиболее привлекательны	Cartier, Furla, Prada, Tiffany’s, Williams-Sonoma	Модельная одежда от украинских дизайнеров, Гурман-Фуршет
Розничная торговля, направленная на определенный стиль жизни	Тем или иным образом влияют на покупателей. Их жизнеутверждающая позиция формирует образ жизни человека. Обслуживание не индивидуальное, но в небольших магазинах персонал имеет возможность заниматься каждым покупателем лично	Adidas, Banana Republic, REI, Starbucks, The Body Shop, Victoria’s Secret	«Гурмэ», «Мир мебели», «She&He», «Домино»
Розничная торговля по принципу «цена/стоимость»	Магазины большого формата (так называемые Big Box) составляют остальную часть розничной торговли, независимо от товаров. Большинство участников рынка, основанного на принципе «цена/стоимость», – магазины самообслуживания или магазины, в которых количество персонала небольшое сравнительно с объемами продаж. Обороты этих магазинов настолько велики, что позволяют им устанавливать низшие цены	Wal-Mart, Target, The Home Depot, Costco, Best Buy, Circuit City	«Обжора», «Амстор», «Большая кухня», «Сельпо», «Брусника», «Фуршет», «Фокстрот», «Plato» и прочие

Выводы

Розничная торговля должна осуществляться адресно, быть нацеленной на удовлетворение нужд определенных слоев потребителей, выражая их разное благосостояние, ориентиры и ценности в личных взглядах на бытие, социальный статус и общественную оценку человека. Именно это сегодня обеспечит жизнеспособность и дальнейшее развитие торговли. Единицей анализа в институциональной теории выступают транзакционные расходы, которые сопровождаются любыми отношениями, в том числе те, которые формируются в торговле, что и является выигрышной чертой исследовательской программы. Дальнейшие исследования должны лежать в плоскости изучения трансформационных процессов государственного регулирования развития внутренней торговли, изучения институциональной среды и тенденций инновационного ее развития, что даст возможность разработать механизм и систему мониторинга ее институционально-инновационного развития и сформировать модели взаимодействия участников рынка внутренней торговли страны.

Список литературы

1. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку: монографія / за ред. О.О. Шубіна, Я.А. Гончарука. – Донецьк-Л.: ДонНУЕТ, 2007. – 404 с.
2. Гапоненко А.Л. Стратегическое управление: учебник / А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2004. – 427с.
3. Гриценко А.А. Наука й мистецтво інституціонального будівництва. Інституціональні аспекти дослідження передової економіки // Інституціональна архітектура та механізми економічного розвитку: матеріали наукового симпозиуму. – Х.: ХНУ, 2005. – С. 21-31.
4. Кант І. Критика чистого розуму (ІІ. Трансцендентальне вчення про метод. Глава третя. Архітектура чистого розуму) // І.т.Кант. Твір: у 6 т. – М.: Мысль, 1964. – Т. 3. – С. 680-692.
5. Мамалуй А.А. Архитектура и/или сетевые структуры? // Институциональная архитектура та механізми економічного розвитку: матеріали наукового симпозиуму. – Х.: ХНУ, 2005. – С. 72-77.
6. Показатєва О.В. Вплив кримінального закону на здійснення підприємствами торговельної діяльності // Економіка та держава. – 2007. – № 5. – С. 45-47.
7. Прасолов І. Третя торгівля в Україні знаходиться в тени (22.05.2013) / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ЛІГА Бізнес Інформ. <http://podrobnosti.ua/economy/2013/05/22/906288.html>
8. Совершенствование бизнес-процессов в розничном торговом предприятии: монографія / под ред. А.А. Шубина, А.А. Садекова. – Донецьк: ДонГУЕТ, 2006. – 197 с.
9. Соболев В.О. Механізм розвитку роздрібної торгівлі: організаційно-економічні засади: монографія; М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – 345 с.
10. Фролова Л.В. Механизмы логистического управления торговым предприятием: монография. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. Г. Туган-Барановського, 2005. – 322 с.
11. Энциклопедия мудрости. – М.: Буколика, 2007. – 814 с.
12. Уголовный кодекс Украины (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01 января 2007 года). – Х.: Одиссей, 2007. – 264 с.
13. Господарський кодекс України від 16 січня 2003р. № 436 – IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18-22. – Ст. 144.
14. Кодекс України «Про адміністративні правопорушення» від 7 грудня 1984р. № 8073 – X // Відомості Верховної Ради РСР. – 1984. – Додаток доп. 51. – Ст. 1122.
15. Закон України «Про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію)» від 06.03.1992 р. № 2117 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
16. Закон України «Про захист прав споживачів» в редакції Закону від 01.12.2005р. // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 7. – Ст. 84.
17. Проект Закону України «Про внутрішню торгівлю», зареєстрований у парламенті 10 листопада 2011 року за № 9443.
18. Указ Президента України «Про утворення Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України» від 03.07.1995р. № 560 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/560/95>
19. Указ Президента України «Про державне регулювання відносин у сфері торгівлі» від 11.07.1995р. № 603 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/603/95>
20. Указ Президента України «Про зміни у структурі центральних органів виконавчої влади» від 15.12.1999р. № 1573 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/365/2007>
21. Указ Президента України «Про комерціалізацію державної торгівлі й громадського харчування» від 31.01.1992 р. № 70 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
22. Постанова Кабінету Міністрів України «Про Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України» від 20.12.1997р. № 1449 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1449-97-%D0%BF>
23. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів» від 15.06.2006р. № 833 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>
24. Наказ Міністерства економіки України «Про структуру центрального апарату Міністерства економіки України» від 12.07.2005 № 119 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.mdoffice.com.ua/pls/MDOoffice/aMDODoc.html?p_file=88&p_page=259&context=
25. Наказ Міністерства економіки України «Про внесення змін до Наказу Міністерства економіки України від 12.07.2005 № 119 «Про структуру центрального апарату Міністерства економіки України» від 03.05.2005р. № 320 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.mdoffice.com.ua/pls/MDOoffice/aMDODoc.html?p_file=87&p_page=361#undefined
26. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України «Про структуру центрального апарату Міністерства економічного розвитку і торгівлі України» від 30.06.2011 № 26 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1129-11>

27. Наказ Міністерства економіки України «Про внесення змін до структури центрального апарату Міністерства економіки України» від 02.06.2008 № 192 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine.uar.gov.net/data2008/base06/ukr06189.htm>
28. Наказ Міністерства економіки України «Про внесення змін до структури центрального апарату Міністерства економіки України» від 05.07.2008 № 795 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uar.gov.net/akty/postanova-osnovni/akt8tvdd6j.htm>
29. Акофф Рассел Л. Акофф о менеджменте / пер. с англ. Л.А. Волковой. – СПб.: Питер, 2002. – 448 с.
30. Карлофф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
31. Маркс К. Капитал / К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. – М., 1964. – Т. III, Ч. 1. – С. 255.
32. Milind M. Lele. Monopoly Rules. How to Find, Capture and Control the Most Lucrative Markets in Any Business. – New York: Crown Business, 2005. – 219 p.
33. North D.C. Institutions, Institutional Change, and Economic Performance. – Cambridge: Cambridge University Press, 26 oct. 1990. – 152 p.
34. Перру Ф. Экономическое пространство: теория и приложения / пер. с англ. А.П. Горюнова // *Пространственная экономика*. – 2007. – № 2. – С. 41-55.
35. Портер М.Э. Конкуренция: монография / М. Портер. [пер. с англ.]: учеб. пособие. – М.: Вильямс, 2000. – 495 с.
36. Фуруботн Э. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории: монография / Э. Фуруботн, Р. Рихтер; пер. с англ. / под ред. В.С. Кагькало, Н.П. Дроздовой. – СПб.: Издат. дом Санкт-Петербург. гос. ун-та, 2005. – XXXIV + 702с.
37. Хеннинг Клодт. Нова економіка: форми вияву, причини і наслідки: монографія / Х. Клодт [та ін.]. – К.: Таксон, 2006. – 306 с.
38. Холл М. Игры, в которые играет бизнес. Бизнес, который играет в игры: монография / пер. с англ. С.Э. Борича. – Минск: Попурри, 2007. – 368 с.