

**УЛЬЯНКИНА О.В.**  
**РЫНОК КАК МЕСТО ТОРГОВЛИ**

**Аннотация.** В статье рассматриваются такие понятия, как «рынок» и социологические аспекты изучения розничных рынков. Автор приводит информацию о некоторых учёных, исследовавших рынок как место торговли. Важное место в статье занимает определение этапов развития рынков в России.

**Ключевые слова:** рынок, торговля, торговец, ярмарка.

**ULYANKINA O.V.**  
**MARKET AS A PLACE OF TRADE**

**Abstract:** The paper considers the concept of market as well as some sociological aspects of the retail markets studying. The author gives information about some of the scientists who have studied the market as a place of trade. Definition of market development stages in Russia has an important place in the paper.

**Keywords:** market, trade, trader, fair.

Потребность сосредоточить продажу товаров в одном или нескольких центральных местах, куда к определённое время собирались продавцы и покупатели, еще в древние времена дала толчок образованию базаров.

«...суматоха, толчея, призывные выкрики, острые запахи, привлекающая взгляд выкладка», – подобным образом В.К. Калугин, исследовавший историю рынков, базаров и ярмарок, описывает средневековые рынки, говоря об их схожести с современными. Образ рынка, претерпев некоторые изменения, сохранился на протяжении веков, потому что в своей простоте и непритязательности он был и остаётся незаменимой и самой наглядной формой товарно-денежного обмена [1].

Со временем первичные формы рыночного обмена переходили от прямых продаж производителями продукта – крестьянами и ремесленниками – к использованию цепей посредников – купцов и лавочников. Впоследствии эти рынки стали прообразом того, что сегодня в России называют «открытыми» рынками или базарами. Городские рынки преспокойно дожили до наших дней, почти не потеряв своего внешнего облика [2, с.121-122].

Значение рынков в рамках общественного развития проявилось в разных аспектах. Во-первых, рынок определял уклад жизни местного населения и в целом облик поселения. Во-вторых, рынок выступал местом коммуникации в силу того, что на рынке происходило

общение между разными группами людей, между городским и сельским населением, между богатыми и бедными. Наконец, рынок способствовал развитию промыслов и торговли.

Как считает экономист В.Н.Титов, рынок представляет собой реальное, наблюдаемое и обозначенное границами пространство. В социологическом отношении рынок довольно хорошо структурирован, т.е. в его пространстве существует определённое число социальных статусов, между которыми складываются определённые связи. В.Н.Титов предполагает, что можно говорить даже о рыночной системе, подразумевая под системой упорядоченность отношений между статусами, отрегулированность практик правилами, существование контроля над практиками и взаимодействиями. Структурный и системный аспекты рынка образуют в совокупности социальный порядок рынка. [3, с. 26].

Основными действующими лицами на рынке выступают индивидуальные предприниматели – «хозяева» торговых мест; наемные работники – продавцы; покупатели; управляющая рынком компания – юридическое лицо, которому принадлежит рынок; поставщики товаров; обслуживающий персонал – грузчики, дворники, водители и др.

Различные аспекты рынка привлекали внимание исследователей. Например, социологи М.А. Ильина, В.И. Ильин изучали социальную группу торговцев, выявляя характеристики её членов: половозрастной состав, уровень образования, материальное состояние, мотивация работы на рынке и т.д. Сделанные ими выводы на основе исследования рынка города Сыктывкара можно отнести и к любому другому российскому рынку. Так, исследователи утверждают, что образующиеся вокруг рынка социально-экономические отношения распространяются на территорию всего города в связи с тем, что значительная часть его населения регулярно или эпизодически является покупателями товаров на рынке. Жизнь рынка влияет на социально-экономические отношения внутри региона: на рынок поставляются некоторые виды продуктов из сельской местности, приезжают на работу продавцы из разных мест. Также рынок вплетён в экономическую сферу крупных городов, например, Москвы, так как именно оттуда многие торговцы привозят товар для продажи [4].

Социолог Е.Н. Григорьева определила несколько периодов «трансформации социального института рынка» [5, с.45-47]. Соглашаясь с ней, считаю уместным выделить три этапа в развитии рынков в советское и постсоветское время.

Первый этап охватывает период 1989–1995 гг. Он характеризуется тем, что торговля носила преимущественно стихийный характер, дефицит товаров порождал высокий спрос, торговая деятельность имела скорее нелегальный характер, уровень развития бизнес-сообществ был низким.

Второй период (1996–1999 гг.) связан с распространением различного рода юридических лиц. Развивается процесс территориальной локализации рынков,

увеличиваются торговые площади. Формируются каналы взаимопомощи между торговцами, однако их интеграция не характеризуется системностью.

Третий этап начинается с 2000 года. Данный период отличается постепенным оформлением уличной торговли в более стабильные институциональные формы, а также сокращением общего количества розничных рынков из-за усиливающейся конкуренции с более продвинутыми форматами торговой деятельности.

Если сравнивать начало 90-х годов – период активного развития челночного движения и современные дни, то можно отметить, что розничные рынки претерпели существенные изменения. Федеральный закон от 30 декабря 2006 г. «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» закрепил порядок организации розничных рынков, установил основные требования к содержанию территории и оборудованию рынка, определил порядок предоставления торговых мест и т.п. [6].

Если раньше деятельность рынков носила скорее беспорядочный характер, то в настоящее время работа рынков стала более регламентированной и упорядоченной. Так, с целью координации предпринимательской активности, финансово-экономического и юридического мониторинга работы оптовых и розничных рынков в России в 2008 году была образована Ассоциация оптовых и розничных рынков, которая объединила управляющие рынками компании. В настоящее время членами Ассоциации являются 37 компаний в разных федеральных округах Российской Федерации [7]. Ассоциация участвует в разработке целевых программ, посвящённых развитию рынков, и пропагандирует их преимущества. В некоторых регионах есть общественные организации, отстаивающие интересы местных рынков, например, «Ассоциация рынков Ростовской области», «Краснодарская краевая гильдия рынков», «Союз рынков республики Татарстан» и др.

В настоящее время в России наблюдается активный переход к современным форматам ведения торговли. При этом сокращается число розничных рынков. В 2011 году на территории Российской Федерации функционировало 3,4 тысячи розничных рынков, по сравнению с 2001 годом их число сократилось на 2,4 тысячи [8]. Почти одна тысяча рынков была закрыта или преобразована в ярмарки, торговые центры и павильоны в 2012 году. По состоянию на 1 января 2013 года осталось 2,16 тысячи рынков. Изменилось распределение розничных рынков в сторону увеличения доли сельскохозяйственных кооперативных рынков с 7,9% на 1 января 2012 года до 15% на 1 января 2013 года, сократилась доля универсальных рынков до 67,3%, вещевых – до 8,2%, рынков по продаже продуктов питания – до 3,7% [7]. Данный процесс объясняется тем, что часть рынков была ликвидирована из-за несоответствия требованиям Федерального закона «О розничных рынках и о внесении

изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации», другие рынки трансформированы в иные форматы торговли.

Розничные рынки, будучи когда-то в центре экономической и социальной жизни страны, несмотря на сохраняющуюся долю в обороте розничной торговли, в современном хозяйстве все же занимают маргинальное положение, а их экономический вес постепенно сокращается [2, с. 122].

Несмотря на то, что условия продаж товаров на рынках не всегда отвечают правилам цивилизованной торговли, рынки возмещают недостаток торговых площадей в регионах России. По ряду товарных позиций торговля на рынках играет крайне важную роль в обеспечении населения, в особенности граждан с невысоким уровнем доходов. Также заслуга розничных рынков состоит в том, что они помогают решить проблему безработицы, предоставляя рабочие места.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Калугин В.К. Вселенский базар: Книга о рынках, базарах и ярмарках, их истории и многообразии. – СПб.: Культ Информ Пресс, 1998. – 312 с.
2. Радаев В.В. Что такое рынок: экономико-социологический подход // Общественные науки и современность. 2007. – № 3. – С. 115-127.
3. Титов В.Н. Вещевой рынок как социальный институт // Общественные науки и современность. 1999. – № 6. – С. 20-35.
4. Ильина М.А., Ильин В.И. Российский базар: Социальная организация и маркетинг. – Сыктывкар: Изд-во Сыктывкарского университета, 2001. – 196 с.
5. Социальные аспекты институционализации вещевого рынка : диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.04 / Григорьева Евгения Николаевна. – Саратов, 2007. – 150 с.
6. О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации: Федер. закон от 30.12.2006 № 271-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. – № 31. – ст. 3434.
7. Официальный сайт «Ассоциации оптовых и розничных рынков» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aorr.ru/>.
8. Российский статистический ежегодник. 2012: Стат.сб./Росстат. - М., 2012. – 786 с.