

Абдуллаева З.И.-старший преподаватель СамИЭС

Рузиева Н.Б.-ассистент СамИЭС

Сущность и значение торговли в условиях формирования рыночной экономики

Аннотация: В данной статье раскрыта социально-экономической сущности внутренней торговли и её место в экономической системе Узбекистана.

В условиях реализации стратегической цели по ускорению развития сферы услуг и сервиса, как главного фактора роста благосостояния населения, особое значение приобретает необходимость реформирования и модернизации внутренней торговли Узбекистана.

Самаркандская область, благодаря своей развитой промышленности и сельским хозяйством, благодаря богатым природным ресурсам, огромному туристическому потенциалу занимает важное место в экономической, социальной и культурной жизни нашей страны.

В 2016 году было создано 19 совместных предприятий. Общая численность совместных предприятий достигла 263.

Внешний товарооборот области составил 1 миллиард 195 миллионов долларов объём экспорта относительно 2015 года вырос почти в 1,5 раза

В 2016 году валовой региональный продукт вырос на 8,7%.¹

Самаркандцы, из древня известные как умелые мастера и предприимчивые люди, достигают также весомых результатов в сфере малого бизнеса и частного предпринимательства. Заслуживает внимания то, что в области доля данного сектора в валовом региональном продукте составляет более 78 процентов и свыше 84 процентов занятого населения трудится в этой сфере.

Выступая организационно и структурно выделенной формой сферы предоставления материальных услуг, торговля – является важной отраслью национальной экономики. Она является одним из основных индикаторов экономического и социального развития страны, оказывая непосредственное влияние, как на производство, так и на потребление. От уровня и характера развития внутренней торговли зависит насколько грамотно и своевременно удовлетворяется платежеспособный спрос населения.

Глубокие политические и социально-экономические преобразования и реформирование отношений собственности порождают ряд проблем, связанных с формированием нового механизма функционирования

¹ Президент нашей страны Шавкат Мирзиёев прибыл в Самаркандскую область / Самаркандский Вестник, 15 апреля 2017 года, № 30

внутренней торговли. Актуальными становятся вопросы анализа состояния и определения путей совершенствования внутренней торговли Узбекистана. Необходимость исследования состояния розничного товарооборота внутренней торговли, выявление характерных проблем в переходный период, разработка комплекса мер по совершенствованию данной отрасли национальной экономики, повлияла на выбор темы данной статьи.

Торговля — это одна из крупных отраслей национальной экономики. Она представляет собой главное звено в системе потребительского рынка товаров и услуг, выступая и как составная часть потребительского рынка и как активный его участник, организатор рыночных отношений.

Ее объектом, полем деятельности является товарообмен, купля-продажа товаров, а также обслуживание покупателей в процессе продажи товаров и в отдельных случаях оказание содействия в послепродажной эксплуатации технически сложных товаров. Согласно общепринятым положениям торговлю относят к одной из форм товарного обращения при помощи денег.

Внутренняя торговля представляет собой одну из важных сфер жизнеобеспечения населения. При ее участии произведенные товары получают признание потребителей, осуществляется рыночное согласование товарного предложения и покупательского спроса.

Торговля является источником поступления текущих денежных средств и играет важную роль в финансовой стабильности государства. Налог на добавленную стоимость и акцизы — это элементы цены, которые извлекаются при каждой операции купли-продажи и напрямую поступают в бюджет.

В системе внутренней торговли происходят положительные (их мало) и отрицательные изменения, обозначаются новые тенденции в ее развитии под влиянием изменений в национальной экономике в целом, внутри торговой отрасли и на международном рынке.

Многие изменения, происходящие в узбекской экономике, непосредственно связаны с внутренней торговлей. Именно в торговой сфере началось возрождение предпринимательства, формирование свободной хозяйственной инициативы, разгосударствление через коммерциализацию (широкое использование коммерческих начал в экономике и подчинение деятельности предприятий извлечению прибыли), их приватизация. Как это характерно для большинства стран с рыночной экономикой, частный сектор во внутренней торговле Узбекистана занял главенствующее место. На смену бюрократическому распределению товаров пришла открытость рынка, торговые предприятия в своей деятельности стали ориентироваться на рыночный механизм, конкуренцию.

По мере развития рыночных отношений в стране ожидалось появление эффективных собственников и создание условий для преодоления многих негативных тенденций в деятельности торговых предприятий. Многие из этих ожиданий не оправдались.

Для торговой отрасли в настоящее время характерно, что:

- многие приватизированные предприятия продолжают работать по-старому. Руководители и специалисты не имели навыков хозяйствования в условиях рыночной экономики, а обучение их этим методам носило эпизодический, несистемный характер;

- уровень ответственности руководителей предприятий перед его учредителями (участниками) за последствия принимаемых решений и результаты финансово-хозяйственной деятельности низок;

- уровень профессионализма работников торговли не соответствует предъявляемым требованиям, не всегда проявляются инициатива и предприимчивость, не уделяется должного внимания работе с покупателями;

- под влиянием свободы торговли и ее коммерциализации, развития предпринимательства в эту сферу деятельности пришло много людей, которые не имеют четкого представления о торговом деле, представляют его слишком простым, не в реальном измерении;

- с развитием рыночных отношений внутренняя торговля не сумела сохранить на должном уровне свое оптовое звено. Значительная децентрализация оптовой торговли привела к появлению множества торговых агентов, различного рода посредников, которые стремятся извлечь прибыль за счет увеличения цен (то, что называют «накрутка»);

- разрушение оптового звена привело к сокращению или полному свертыванию производства, выпускающего сезонную продукцию. Эти предприятия находятся в тяжелом состоянии из-за неритмичности спроса: ликвидация оптового звена явилась одной из основных причин нарушения системы межотраслевых хозяйственных связей. В лице оптовой торговли воспроизводственный процесс лишился важного инструмента воздействия на отечественных товаропроизводителей.

В деле развития внутренней торговли товарами народного потребления на среднесрочный период становятся основными следующие цели:

- определить роль внутренней торговли на нынешнем этапе развития реформ, особенно в деле содействия восстановлению позиций реформ, особенно в деле содействия восстановлению позиций отечественных товаропроизводителей на потребительском рынке, создания надежного партнерства между предприятиями торговли, промышленности и сельского хозяйства;

- усовершенствовать организационную и технологическую структуру внутренней торговли, провести реформу торговых предприятий на основе перехода их на общепринятые в рыночной экономике принципы функционирования;

- определить пути взаимодействия внутренней и внешней торговли в интересах укрепления экономики страны и развития внутреннего потребительского рынка;

- обосновать концептуальные основы формирования рыночной инфраструктуры внутренней торговли, включая оптовую торговлю, розничную торговлю и общественное питание;

- создать отраслевую информационную систему внутренней торговли и службу мониторинга торговых предприятий;
- ввести эффективную систему государственного регулирования торговли, контроля и защиты прав потребителей.

Основными хозяйствующими субъектами внутренней торговли являются предприятия (организации).

Торговое предприятие представляет собой самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, осуществляющий закупку, перемещение, хранение и реализацию потребительских товаров, а также другие виды вспомогательной хозяйственной деятельности, не запрещенные законами и предусмотренные его уставом.

Основной функцией торгового предприятия является продажа товаров народного потребления, которая характеризуется сменой товарной формы стоимости в денежную.

Для осуществления основной функции торговое предприятие выполняет множество сопутствующих, дополнительных (по отношению к основной) функций, таких как изучение спроса покупателей, заключение договоров на поставку товаров, организация продвижения товаров от производителей в места потребления, обеспечение хранения товаров, формирование торгового ассортимента, оказание дополнительных услуг в процессе продажи и послепродажной эксплуатации и т. д.

Торговые предприятия, как это следует из экономической литературы и практики, главной целью своей деятельности обоснованно считают получение прибыли. Однако, исходя из конкретных условий на каждом данном этапе целями развития торговых предприятий могут быть сохранение и увеличение доли на рынке, завоевание более заметного места в регионе или отрасли, минимизация издержек и т. п. Для достижения главной и всех других целей торговые предприятия должны ориентироваться на спрос покупателей, более полное удовлетворение их нужд тем самым способствовать обеспечению благополучия людей и общественному прогрессу.

В заключении можно сделать вывод о необходимости применения маркетинга в хозяйственной деятельности любого торгового предприятия. Рынок – это торговля, а хорошая торговля – это успешный маркетинг. Так же модернизировать организационную структуру внутренней торговли страны, включив в неё систему оптовой торговли, маркетинговые и консалтинговые службы, образованные на коммерческих условиях.

Необходимо создать условия для организации двух форм оптовых предприятий: во-первых, крупных оптовых предприятий общереспубликанского значения; во-вторых, частных, самостоятельных оптовых структур регионального уровня. Проблемы повышения эффективности организации розничной торговли на фирме должна рассматриваться комплексно. Большой эффект функционированию придаст совершенствование организационной структуры управления, включая упорядочение вопросов, касающихся поставщиков продукции и

ценообразования. В связи с этим, предлагаем, особо пересмотреть деятельность отделов сбыта, снабжения и маркетинга, функция которых должна быть, прежде всего, направлена на выбор делового партнёра-поставщика, организацию торгового ассортимента, изучения конъюнктуры рынка и предпочтений потребителя.

Большое внимание следует уделить рациональности, полноте и устойчивости ассортимента товаров, что определит стабильность розничной торговли. Следует не забывать, что рост товарооборота зависит от состава и обновляемости ассортимента, качества товаров и умеренности ценовой политики торгового предприятия.

| | |
|--|---|
| <p style="text-align: center;">Abdullaeva Z. I.</p> <p style="text-align: center;">Ruziyeva N.B.</p> <p>«The essence and significance of trade in the conditions of forming a market-based of forming a market- based economy»</p> <p>Annotation: This article discusses the socio- economic nature of demistic trade and its place in the economic system of Uzbekistan</p> <p>Key words: economy, trade, export, modernization, politic</p> | <p style="text-align: center;">Abdullaeva Z. I.</p> <p style="text-align: center;">Ruziyeva N.B.</p> <p><i>«Бозор иктисодиётини шакллантириш шароитида савдонинг моҳияти ва аҳамияти»</i></p> <p>Annotasiya: Ушбу маколада ички савдонинг ижтимоий ктисодий характери ва Ўзбекистоннинг иктисодий тизимидаги урни.</p> <p>Kalit so'zlar: Иктисодиёт, савдо, тизим, моденизатсия, товар</p> |
|--|---|

РЕЦЕНЗИЯ

на статью «Сущность и значение торговли в условиях формирования рыночной экономики» старшего преподавателя СамИЭС Абдуллаевой З.И ,ассистента СамИЭС- Рузиева Н. Б

Торговля — это одна из крупных отраслей национальной экономики. Она представляет собой главное звено в системе потребительского рынка товаров и услуг, выступая и как составная часть потребительского рынка и как активный его участник, организатор рыночных отношений.

Ее объектом, полем деятельности является товарообмен, купля-продажа товаров, а также обслуживание покупателей в процессе продажи товаров и в отдельных случаях оказание содействия в послепродажной эксплуатации технически сложных товаров. Согласно общепринятым положениям торговлю относят к одной из форм товарного обращения при помощи денег.

Актуальность данной темы заключается в том, что внутренняя торговля представляет собой одну из важных сфер жизнеобеспечения населения. При ее участии произведенные товары получают признание потребителей, осуществляется рыночное согласование товарного предложения и покупательского спроса.

Рецензирование работы показало, что при написании статьи старший преподаватель СамИЭС -Абдуллаевой З.И и ассистент СамИЭС- Рузиев Н.Б. уделили внимание как теоретическим, так и практическим аспектам выбранной темы.

Подготовленная статья Абдуллаевой З.И , Рузиев Н.Б. выполнена с необходимым старанием, отвечает предъявленным требованиям и рекомендуется к печати.

К.э.н., старший преподаватель

кафедры «Экономика»

Файзиев Э.С.