

РОЛЬ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В условиях рыночной экономики экономическая роль домашних хозяйств возрастает в социально-экономическом развитии республики. Домашние хозяйства – это самый массовый экономический субъект, от которого во многом зависит развитие многих отраслей. Именно домохозяйства занимают особое стратегическое положение, поскольку в пределах своих денежных доходов свободно покупают товары и услуги, наиболее подходящие для удовлетворения своих потребностей. Домашние хозяйства непосредственно или косвенно владеют экономическими ресурсами и, в конечном счете, являются основными поставщиками этих ресурсов, и одновременно выступают основной расходуемой (потребительской) группой в экономике. В эпоху социально ориентированного рыночного хозяйства системная парадигма выглядит в такой последовательности: домохозяйство – предприятие – государство. Сектор «домашние хозяйства» играет важнейшую роль в обеспечении этого кругооборота.

Свобода потребительского выбора обуславливает поведение всех субъектов рыночных отношений, служит основой для конкуренции, придает направление и упорядоченность функционированию экономики и государственной политики в целом.

Исследование розничной торговли в современных условиях хозяйствования приобретает особую актуальность и значимость, поскольку в настоящее время их положение характеризуется динамичностью, усложнением механизма формирования и развития, появлением новых факторов, оказывающих существенное и противоречивое воздействие. Розничная торговля входит в число ведущих отраслей экономики Республики Таджикистан. Соответственно, нужно продолжить тенденцию создания и эксплуатации крупных объектов торговли нового формата и интенсивное развитие торговых сетей.

Экономическое поведение домохозяйств задается рамками объективных экономических условий в стране, менталитетом и традициями, сложившимися в предыдущие годы, принадлежностью каждого индивида к определенным социальным слоям. Последние исследования показали, что производители товаров и работники торговли, принимая логистические решения в сфере производства и распределения, должны ориентироваться на движение потоков в сфере потребления. Анализ мирового и отечественного опыта свидетельствует, что для домашних хозяйств, как конечных потребителей, присуще сфера логистики, прежде всего закупочная, транспортная, информационная и другие. Темпы роста благосостояния домохозяйств обеспечат продолжение интенсивного роста торговых площадей и их качественное управление.

Развитие этих подходов открывает возможности улучшения обслуживания потребителей. Помимо обеспечения их нужной продукцией, в последнее время потребители стали требовать оказания им дополнительных услуг по доставке товаров в сокращенные сроки, по улучшению взаимодействия с транспортными организациями, по выполнению складских операций, осуществлению технической помощи по установке и наладке сложных приборов, находящих все более широкое применение в быту, удовлетворению других запросов, выполнимых в условиях торгового обслуживания.

Участники каналов, создающие цепи поставок, осознают влияние покупателей и рассматривают их в качестве своих активов. За прошедшее десятилетие произошел явный сдвиг внимания производителя в сторону покупателя. Многие позитивные изменения инициированы покупателем. Так, например, выявлена тенденция снижения в будущем запасов в домашних хозяйствах. Улучшение обеспечения населения собственными транспортными средствами существенно изменяет характер и условия посещения магазинов. Внедрение компьютерных средств передачи и обработки информации расширяет возможности поиска товаров, не выходя из дома, и многие другие.

Для эффективного управления розничным товарооборотом меняется концепция поставок потребительских товаров. Если раньше производители отгружали розничным организациям товары в состоянии готовности для склада, то сегодня от товаров требуется готовность для торгового зала. Ожидается, что следующим шагом в наступившем столетии станет переход к производству товаров, готовых для потребителя, когда связи между производителем и потребителем станут еще более тесными и непосредственными, чем при использовании традиционных каналов сбыта.

В связи с этим все большее значение приобретают стратегические союзы, партнерство, потребительские кооперативы и другие организации, в которых потребители могут вкладывать финансовые средства, избирать руководящий персонал, управлять операциями и участвовать в прибылях. В настоящее время в связи с увеличением физической массы и расширением ассортимента реализуемых товаров, повышением их сложности, информированностью потребителей, ростом благосостояния населения все большую актуальность приобретает реверсивная логистика, в рамках которой выявляются причины по возникновению возвратных товаропотоков вследствие продажи некачественных товаров, а также недостатков в логистической цепи товародвижения от производителя к потребителю и по другим причинам. Необходимо отметить, что одна из основных задач в этой сфере – управление затратами по доведению материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя, предполагает не только учет издержек производства и обращения, но и управление издержками потребления. Представление о домохозяйстве как субъекте исключительно личного потребления, оторванном от единого воспроизводственного процесса, по существу искажает его роль в воспроизводственном цикле

национальной экономики.

Основополагающим условием достижения продовольственной безопасности является рост доходов и сокращение масштабов бедности населения, который определяет экономическую доступность продовольствия. Особую значимость в современных условиях приобретает доступность качественной, экологически безопасной продукции. Современные тенденции экономического развития ограничивают возможности выбора экологически безопасной, а также традиционной продукции.

Что касается влияния динамики денежных доходов домохозяйств на розничный товарооборот, то с их ростом на одного жителя реализация продовольственных товаров в абсолютном выражении увеличивается, а в относительном снижается время как по непродовольственным товарам с ростом доходов наблюдается тенденция к увеличению их реализации как в абсолютном, так и в относительном выражении. Это особенно касается товаров культурно-бытового назначения.

При кризисном состоянии экономики и отсутствия устойчивой положительной динамики денежных доходов домохозяйств наблюдается тенденция к увеличению в розничном товарообороте торговой сети удельного веса продовольственных товаров и соответствующего снижения доли непродовольственных товаров.

А рост денежных доходов населения приводит к устойчивому росту объема продаж, улучшению структуры товарооборота: увеличению удельного веса в объеме, продаж мясных, рыбных, овощных продуктов, так же непродовольственных товаров.

Социальные факторы оказывают непосредственное влияние на объем розничной продажи товаров и в свою очередь зависят от политической ситуации в стране и её экономического развития. Снижение жизненного уровня населения, рост безработицы, понижение доходов домохозяйства приводят к сокращению размера продаж и ухудшению их структуры.

Взаимосвязь между текущими затратами торговых организаций, промышленных предприятий, а также издержками потребления домашних хозяйств должна учитываться при оценке эффективности механизма управления. В то же время, издержки потребления в новых рыночных условиях требуют более углубленной, учитывающей не только временные и денежные затраты, но и ущерб неимущественного характера.

Таким образом, на развитие розничного товарооборота оказывают влияние как внешние, так и внутренние факторы. Среди основных внешних факторов можно выделить следующие: состояние экономики в целом, уровень развития конкуренции, динамика денежных доходов и расходов населения, и т.д.

Внутренним фактором розничный товарооборот республики является важнейшим источником формирования валового внутреннего продукта страны. Динамические процессы, происходящие в этой сфере, создают позитивные возможности для дальнейшего развития потребительского рынка и обеспечения социального благополучия населения.

В целом миссия органов власти и управления в сфере розничной торговли состоит в обеспечении гармоничных отношений в системе «домашние хозяйства - хозяйствующие субъекты - государство» путем создания институциональных и организационно – экономических условий для эффективной деятельности и удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах.

Литература:

1. Брагин Л.А. “Экономика торгового предприятия”. Торговое дело: Учебник-М: Инфра – М; 2004
2. Зуева О.Н. Логистическое функционирование домашних хозяйств / О.Н.Зуева.-Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. эк. ун-та,2007
3. Кадыров Д.Б. Доходы населения фактор роста благосостояния, Воронеж, 2004.
4. Зокирова Ш.М., Негматова Ш.Г. Экономика торговых предприятий. Научно-методический комплекс, ТГУПБП. Ходжент-2015. С.245