МЕТОДЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

V. Ismayilov,

Doctoral candidate of Azerbaijani State Economic University

METHODS OF ENSURING DEVELOPMENT OF THE CONSUMER MARKET

В статье изучается обеспечение развития национального потребительского рынка. Анализ развития динамики потребительского рынка в Азербайджанской Республике является одним из главных аспектов. Автор проводит анализ проблем, препятствующих развитию потребительского рынка и проблем, которые могут возникнуть в связи с этим в будущем.

Представленная статья описывает пути развития потребительского рынка. Здесь была отмечена важность эффективного использования существующих возможностей в стране. В то же время было отмечено, что использование опыта развитых стран также целесообразно. В статье анализируются проблемы развития потребительского рынка, возникающие в условиях кризиса нефтяного сектора страны, а также выдвигаются предложения и рекомендации по их решению.

В статье раскрывается сущность потребительского рынка, который отражает в себе совокупность товаров и услуг, активно участвует в комплексном обеспечении социально-экономического развития экономики как сложной системы, включающей тесную взаимосвязь и комбинацию элементов услуг и товаров. В условиях рыночной экономики эффективные модели управления потребительским рынком привели к его достаточно быстрому развитию в стране. В связи с этим автор, раскрывает позитивные направления и результаты развития потребительского рынка, которые произошли в экономике Азербайджана после обретения независимости.

В статье рассматриваются также основные направления регулирования деятельности потребительского рынка, условия зарождения национального потребительского рынка в период приобретения независимости, а также современные позитивные тенденции в экономике страны в целом. Наряду с тем, что исследование социально-экономической значимости обеспечения развития потребительского рынка страны является актуальным вопросом, также, на наш взгляд, необходимо изучение проблем, которые могут возникнуть в процессе регулирования потребительского рынка. В связи с этим, необходимо повысить интерес к изучению вопросов потребительского рынка (конкретных потребителей продукции, торговых агентов и потребителей), а также направлениям развития потребительского рынка.

У статті вивчається забезпечення розвитку національного споживчого ринку. Аналіз розвитку динаміки споживчого ринку в Азербайджанській Республіці є одним з головних аспектів. Автор проводить аналіз проблем, що перешкоджають розвитку споживчого ринку та проблем, які можуть виникнути в зв'язку з цим у майбутньому.

Представлена стаття описує шляхи розвитку споживчого ринку. Також наголошується на важливості ефективного використання існуючих можливостей в країні. Водночас було відзначено, що використання досвіду розвинених країн також доцільно. У статті аналізуються проблеми розвитку споживчого ринку, що виникають в умовах кризи нафтового сектора країни, а також висувуються пропозиції і рекомендації щодо їх вирішення.

У статті розкривається сутність споживчого ринку, який відображає в собі сукупність товарів і послуг, активно бере участь у комплексному забезпеченні соціально-економічного розвитку економіки як складної системи, що включає тісний взаємозв'язок і комбінацію елементів послуг і товарів. В умовах ринкової економіки ефективні моделі управління споживчим ринком призвели до його досить швидкого розвитку в країні. У зв'язку з цим автор, розкриває позитивні напрями та результати розвитку споживчого ринку, які відбулися в економіці Азербайджану після здобуття незалежності.

У статті розглядаються також основні напрями регулювання діяльності споживчого ринку, умови зародження національного споживчого ринку в період набуття незалежності, а також сучасні позитивні тенденції в економіці країни в цілому. Поряд з тим, що дослідження соціально-економічної значущості забезпечення розвитку споживчого ринку країни є актуальним питанням, також, на наш погляд, необхідно вивчити проблеми, які можуть виникнути в процесі регулювання споживчого ринку. У зв'язку з цим, необхідно підвищити зацікавленість до вивчення питань споживчого ринку (конкретних споживачів продукції, торгових агентів і споживачів), а також до напрямів розвитку споживчого ринку.

In article ensuring development of the national consumer market is studied. The analysis of development of dynamics of the consumer market in the Azerbaijan Republic is one of the main aspects. At the same time, the author carries out the analysis of the problems interfering development of the consumer market and problems which can arise in this regard in the future.

The submitted article describes ways of development of the consumer market. Here importance of effective use of the existing opportunities in the country was noted. At the same time, it was noted that use of experience of the developed

countries is also expedient. In article problems of development of the consumer market, arising in the conditions of crisis of the oil sector of the country are analyzed and also proposals and recommendations about their decision are made.

In this article the essence of the consumer market which reflects in itself(himself) set of goods and services reveals, actively participates in complex ensuring social and economic development of economy as the complex system including close interrelation and a combination of elements of services and goods. In the conditions of market economy effective models of management of the consumer market led to its rather fast development in the country. In this regard the author, the proizshedshikh in economy of Azerbaijan after independence finding opens the positive directions and results of development of the consumer market.

In article also main directions of regulation of activity of the consumer market, a condition of origin of the national consumer market in период independence acquisitions and also current positive trends in national economy in general are considered. That the research of the social and economic importance of ensuring development of the consumer market of the country is topical issue, also, in our opinion studying of problems which can arise in the course of regulation of the consumer market is necessary. In this regard, it is necessary to increase interest in studying of questions of the consumer market (specific consumers of products, sales agents and consumers) and also the directions of development of the consumer market.

Ключевые слова: потребительский рынок, товарный рынок, производственные площади, потребительские товары, мировая экономика, товаропроизводители, промышленность, сельское хозяйство, импортно-экспортный процесс.

Ключові слова: споживчий ринок, товарний ринок, виробничі площі, споживчі товари, світова економіка, товаровиробники, промисловість, сільське господарство, импортно-експортний процес.

Key words: consumer market, service market, commodity market, production areas, consumer goods, world economy, commodity producers, industry, agriculture, import-export process.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Одним из основных направлений экономических реформ, осуществляемых в Азербайджанской Республике, является обеспечение динамичного развития потребительского рынка, в том числе и в условиях спада нефтяного сектора страны. С целью ускорения развития потребительского рынка, приведения структуры спроса на данном рынке в соответствие с современными требованиями необходимо обеспечить соответствующую стабильность в развитии потребительского рынка.

Отдельные аспекты государственной политики по регулированию развития потребительского рынка, такие, как регулирование таможенных тарифов, регулирование средней и минимальной заработной платы в экономике, рост доходов населения в предпринимательском секторе и т.д. являются специальным предметом исследования многих экспертов в сфере регулирования потребительского рынка. Обеспечение высокой динамичности развития потребительского рынка имеет жизненно важное значение не только для ускоренного экономического роста страны, но и в целом роста экономической активности во всех отраслях экономики. Кроме того, эффективная политика государства по обеспечению ускоренного развития потребительского рынка страны позволит ускорить и темпы экономического роста и в нефтяных отраслях страны, что носит стратегическое значение для развития национальной экономики Азербайджана в целом.

АНАЛИЗ ПОСЛЕДНИХ ИССЛЕДОВАНИЙ И ПУБЛИКАЦИЙ

В работах Н.Н. Терещенко "Экономическая диагностика состояния и развития потребительского рынка", Чусова А.Е. "Потребительский рынок России: диагностика отраслевых и региональных проблем", а также Т. В. Усковой, О.И. Поповой, Т.В. Воронцовой "Потребительский рынок города: состояние и перспективы" были широко анализированы и получены эффективные результаты по регулированию потребительского рынка.

ЦЕЛЬ СТАТЬИ

Анализ в современных условиях возможных подходов и методов в регулировании потребительского рынка Азербайджана и подготовка рекомендаций для дальнейшего совершенствования этого процесса с учетом актуальных задач национальной экономики.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

На современном этапе вопросы развития потребительского рынка являются актуальной проблемой рыночной экономической системы. Потребительский рынок являет-

ся ведущим игроком в социально-экономическом развитии общества и представляет собой сильную конкурентную арену. После обретения независимости и в результате осуществления экономических реформ в Азербайджанской Республике, в первую очередь, был разработан план неотложных действий по интенсивному развитию потребительского рынка. В соответствии с международными стандартами, наша республика осуществляет регулирование своей экономики. Контроль над потребительским рынком было поручено осуществлять Министерству Экономики Азербайджанской Республики (Государственная Служба по Антимонопольной Политике и Защите Прав Потребителей при Министерстве Экономики Азербайджанской Республики). Определение принципов системного подхода к формированию развития потребительского рынка в республике, выявление специфических аспектов рынков продовольственных и непродовольственных товаров, исследование проблем диверсификации и конкурентной среды на потребительском рынке, а также прогнозирование рынка потребительских товаров считаются важными факторами экономического развития страны. В связи с этим, решения, принимаемые на государственном уровне, имеют важное значение для развития потребительского рынка.

Потребительский рынок, который отражает в себе совокупность товаров и услуг, активно участвует в комплексном обеспечении социально-экономического развития как сложной системы экономики, включающей тесную взаимосвязь и комбинацию элементов услуг и товаров.

Экономическая эффективность производства, которая является важнейшим рыночным механизмом, выполняет функции регулирования в экономике, обуславливает увеличение объема товарооборота по товарам ежедневного пользования и тем самым способствует развитию потребительского рынка. В связи с этим, потребительский рынок выступает неотъемлемой частью расширенного воспроизводства во всех сферах экономики, в том числе в сельском хозяйстве и обрабатывающей промышленности, и регулирует экономические отношения в этих сферах [2, с. 77].

С этой точки зрения, одним из важнейших вопросов выступает изучение многих проблем развития рынка потребительских товаров, а именно:

— необходимо выявление критерия потребления самого потребителя;

— важно определить, каким товарам и ассортименту потребитель отдает предпочтение в современных условиях;

— необходимо уточнить, какие социально-психологические и экономические факторы влияют на выбор товаров.

Возникает необходимость сбора вышеуказанных показателей в едином центре, а это требует наличия информационной базы, разрабатываемой на основе определенной методики.

За период с 2014 по 2018 годы, в результате проводимой целенаправленной политики по развитию экономики, снизился уровень бедности в стране, создана надежная система социальной защиты населения, значительно улучшился его материальный достаток, выросли доходы и покупательная способность. Этот процесс, проходящий в нашей стране, привел к оживлению потребительского рынка, увеличению спроса людей на различные товары и качественному изменению спроса на услуги. В условиях рыночной экономики потребительский рынок имеет неоспоримое значение для экономического развития. С этой точки зрения, развитие потребительского рынка в нашей стране является одной из важнейших проблем.

Одним из основных направлений деятельности потребительского рынка является его активная роль в реализации валового внутреннего продукта и координация между производством и потреблением. Еще одна услуга потребительского рынка — доставка товаров потребителям. Еще одной функцией управления потребительским рынком является регулирование спроса, и в целом, регулирование экономической системы. Одна из самых важных функций потребительского рынка связана с реализацией определенной части ВВП на этом рынке, формированием связей между производителями и потребителями.

Необходимо учесть, что рынок характеризует глубокие противоречия между населением и производителями конечной продукции. Именно на потребительском рынке сталкиваются интересы обеих сторон. Потребительский рынок, где накапливаются как негативные, так и позитивные процессы экономики, по назначению выполняет многие функции по решению насущных проблем населения.

Социально-экономическое развитие потребительского рынка в Азербайджане совпало с трудным периодом в жизни страны. Изменения, которые произошли с конца прошлого века, привели к краху социалистической системы. Изменения в этом направлении оказали влияние на потребительский рынок, а также на все сферы общественно-политической и социально-экономической жизни общества. Мы уже наблюдали это в первые годы нашей независимости, во время экономических реформ 1990-х гг.

Так, в 1991 году, во время распада Советского Союза, в Азербайджанской Республике наблюдался резкий спад производства, который характеризовался нестабильными экономическими условиями, высокими темпами инфляции и снижением спроса. Остановка действующих на территории республики заводов и фабрик, закрытие многих сфер деятельности, невыплата заработной платы, деформация семейного бюджета населения привели не только к сокращению объема потребления непродовольственных товаров, но и продуктов питания. Этот процесс привел к снижению уровня покупательской способности населения, что негативно сказалось на развитии потребительского рынка.

Трансформационные изменения привели к разрыву экономических связей, либерализации гарантированного государственного заказа, резкому спаду в производственном секторе. Неудовлетворение потребительского спроса на рынке привело к быстрому росту потребительских цен на фоне товарного дефицита.

В целях устранения существующих проблем, на ранних этапах перехода к рыночной экономике Азербайджанская Республика сосредоточилась на развитии рыночной инфраструктуры, в частности на развитии потребительского и производственного рынка, и осуществила большое количество реформ на государственном уровне. Например, принятие Концепции развития "Азербайджан 2020: Взгляд в будущее" можно рассматривать как прогрессивный шаг по ускорению развития Азербайджанской Республики на этом пути [6].

Реальные показатели социально-экономического развития Азербайджанской Республики, показывают, что, оставив позади все трудности, экономика Азербайджана сохранила высокие темпы роста. В 2017 году валовой внутренний продукт страны вырос на 0,1 процента по сравнению с прошлым годом и составил 70135,1 млн манатов. В ненефтяном секторе экономики было произведено 62,8 процента ВВП, в нефтегазовом секторе — 37,2 процента.

В то же время, производство продукции в ненефтяной промышленности увеличилось на 3,7 процента по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а добавленная стоимость в этой области выросла на 3,8 процента.

На долю промышленности приходится 40,1 процента ВВП, на долю торговли и сферу ремонта транспортных средств — 10,4 процента ВВП, на долю строительства — 9,5 процента ВВП, на долю транспортного и складского хозяйства — 6,8 процента, на долю сельского хозяйства, лесного хозяйства и рыболовства — 5,6 процента, на размещение туристов и общественное питание — 2,3 процента ВВП, на долю сферы информации и связи — 1,6 процента, на долю других сфер — 16,4 процента ВВП. Чистые налоги на импорт товаров составили 7,3 процента от ВВП. В 2017 году ВВП на душу населения составил 7205,0 манат [1].

Эти цифры показывают, что в 2017 году доходы государственного бюджета значительно выросли. Наиболее важные показатели, такие как производство промышленности и сельскохозяйственной продукции, реальные и номинальные доходы населения, оборот розничной торговли, импорт и экспорт товаров, всегда характеризуют растущую динамику.

Наряду с тем, что исследование социально-экономической значимости обеспечения развития потребительского рынка страны является актуальным вопросом, также, на наш взгляд, необходимо изучение проблем, которые могут возникнуть в процессе регулирования потребительского рынка. В связи с этим, необходимо повысить интерес к изучению вопросов потребительского рынка (конкретных потребителей продукции, торговых агентов и потребителей), а также направлениям развития потребительского рынка.

Эти факторы оказывают непосредственное влияние на способы социально-экономического регулирования потребительского рынка. В современную эпоху постоянно растущий спрос дает основание говорить, что дальнейшее углубление развития потребительского рынка зависит от ряда объективных факторов.

Следует отметить, что потребительский рынок формируется и развивается в соответствии с функциями, которые они выполняют. В связи с этим, основными функциями потребительского рынка в любой экономической системе являются: возмещение общественного спроса, проявляющегося в форме платежеспособного спроса населения, замена стоимостной формы товаров, а также, обеспечение непрерывного воспроизводственного процесса при помощи взаимодействия рынков средств производства, производственных товаров, рабочей силы, капитала, формирование и изменение цен на потребительские товары и услуги, обеспечение макро- и микроструктурного баланса на потребительском рынке товаров и услуг и т.д. Все это мы отразили на рисунке 1.

Потребительский рынок составляет основу социально-экономического развития и выполняет функции обмена и распределения. Он выступает как важная фаза широкого воспроизводства, формируя классификационные признаки рынка потребления (см. рис. 1). Так, рынок потребительских товаров включает в себя региональные особенности потребителей, товаров, количественные и оценочные показатели сбалансированности процессов уровня их пропорциональности. Кроме того, как правило, потребительский рынок отражает в себе экономические, социальные, демографические, организационные и правовые аспекты. Кроме того, экономические аспекты потребительского рынка больше зависят от экономической политики государства и объединяют в себе факторы, оказывающие влияние на уровень производства и предложения.

Необходимо отметить, что потребительский рынок в Азербайджанской Республике можно классифицировать по нижеследующим признакам:

1. Население, число семей, количество членов семей, возрастная и половая структура, профессиональные признаки, национальная принадлежность, по характеру покупателей, принадлежности к социально-экономическим группам.
 2. По типу продовольствия, хозяйственных товаров, одежды, мебели, товаров и продукции долговременного пользования.
 3. По территории внутреннего и внешнего потребительских рынков.
 4. По уровням пропорционального развития сбалансированных и несбалансированных потребительских рынков.
- Рынок потребительских товаров и услуг в Азербайджане определяет: рынок сбыта, рынок заготовок, финансовый рынок, отраслевые структуры рынков, включая рыночных посредников, внутренний рынок (потребительские товары, услуги, внешние рынки, потребительские товары), оптовые

Рис. 1. Классификационные признаки развития потребительского рынка

Источник: схема составлена автором.

рынки (потребительские товары, розничные торговые базы, потребительские товары, пищевая продукция), продуктовый рынок (пшеница, мясо, рыба, овощи, фрукты, пищевая продукция и др.), рынок готовой продукции (машины-оборудование, здания и сооружения, одежда, обувь), рынок сырья (нефть и газ), а также структуру рыночных связей.

Для развития потребительского рынка в нашей республике необходимо выявление особенностей внешнего и внутреннего анализа конкурентной среды потребительского и вспомогательного рынков, совершенствование организационного механизма управления и урегулирования потребительского рынка, обеспечение комплексного развития рынков общественного питания и обслуживания, установление на уровне современных требований совершенствования управления рынком потребительских товаров.

С точки зрения современных требований, выступая как стадия воспроизводства, потребительский рынок выполняет функции обмена и распределения, и подразделяется в соответствии с классификационными признаками по характеру потребителей, региональным особенностям, типу товаров, уровню пропорциональности.

Именно в соответствии с этой классификацией, можно представить социально-экономические цели обеспечения непрерывности процесса развития потребительского рынка в следующей последовательности:

- выявление характера потребителей на основе определения численности населения, его демографических особенностей, соотношения денежных доходов и расходов;
- определение типов товаров путем выявления потребностей на продовольствие и товары первой необходимости;
- выявление региональных особенностей внутренних и внешних потребительских рынков (здесь, к внешним рынкам относятся рынки, действующие за пределами границ страны, а к внутренним рынкам — локальные и национальные рынки);
- во многих случаях требуется определение уровня пропорциональности в соответствии с характером сбалансированности и несбалансированности.

Обобщая вышесказанное, можно показать следующие социально-экономические методы обеспечения развития потребительского рынка в Азербайджане:

- устранение различий в региональном развитии (обеспечение экономического баланса между регионами, улучшение социально-экономического уровня развития, устранение различий в уровнях производства товаров и услуг);
- улучшение социально-экономической, демографической и экологической ситуации во многих местах, повышение уровня социально-экономического развития регионов и минимизация разрыва между ними (улучшение качества муниципальных услуг и социальной инфраструктуры в регионах, повышение занятости населения и сокращение бедности);
- реализация важных мер по государственным программам в плане социально-экономического развития (принимая за основу Государственную Программу социально-экономического развития регионов Азербайджанской Республики на 2014—2018 годы) [8];
- восстановление производственной деятельности предприятий в стране и создание новых производственных предприятий, повышение эффективности использования местных ресурсов, обеспечение создания и развития необходимой инфраструктуры для развития регионов;

— совершенствование работы различных сервисных центров с целью помочь фермерам и другим работникам сельского хозяйства в регионах (упрощение заготовки, хранения, выхода на рынок произведенной продукции, обеспечение предоставления товаров и услуг в электронном виде);

— создание условий для привлечения инвесторов в регионы (предоставление льготных кредитов, низкий уровень процентной ставки предоставляемых кредитов).

Обобщая вышесказанное, можно сделать такой вывод, что социально-экономическое значение обеспечения развития потребительского рынка проходит несколько этапов. Первый из них начинается с обмена на товары ежедневного спроса. Второй этап формирования и развития потребительского рынка завершается формированием товарно-денежных отношений

в экономике. Третий этап формирования потребительского рынка завершается расширением либерально-ориентированной экономики. Четвертый этап развития потребительского рынка завершается увеличением производства сильной конкурентоспособной продукции с целью снижения влияния мировой экономической системы, и наконец, пятый этап развития потребительского рынка завершается расширением государственных регуляторных механизмов.

Конкурентная среда стимулирует развитие потребительского рынка, влияет на посредническую деятельность, контроль, ценообразование, выполняет информационную функцию и реализацию мер социальной защиты. В условиях рыночной экономики потребительский рынок имеет собственную конкурентную среду. В условиях конкурентной среды потребительский рынок ведет борьбу за более выгодные производственные и торговые условия.

Необходимо учесть, что "конкуренция" является экономическим термином и начала использоваться в середине прошлого века. Несмотря на то, что в сфере экономики ведутся многочисленные исследования, касающиеся экономической конкуренции, наиболее приемлемой считается теория конкуренции американского экономиста Майкла Портера — "Теория факторов производства" [4, с. 148].

Конкуренция выражает содержание рыночных отношений и выполняет на рынке функции регулирования, мотивации, распределения и контроля. Основная причина существования конкуренции — ограниченность экономических ресурсов и бесконечность спроса на рынке. Согласно Теории конкурентных преимуществ Портера, конкуренция присуща природе рынка и выступает как один из главных факторов, развивающих и ускоряющих рыночную экономику.

В отличие от Кругмана [5], американский экономист Майкл Портер [4] сделал попытку найти связь между теорией факторов производства и теорией внешнеторговой деятельности фирмы на качественно новой основе. В конце 1980-х годов он провел крупномасштабное исследование по 10 странам, касающееся более 50% экспорта около 100 сфер промышленности и подготовил оригинальную теорию о конкурентных преимуществах страны. Главное место в его концепции занимает идея о взаимосвязи четырех основных параметров, формирующих конкурентную макросреду, в которой действуют компании страны. М. Портер считает, что основными параметрами, определяющими развитие современной международной торговли, являются: условия факторов, условия потребностей, вспомогательные и обслуживающие сферы, стратегия фирмы и конкуренция [4, с. 148].

Теория М. Портера наиболее полно отражает основные параметры, которые определяют конкурентные преимущества конкретной страны в современную эпоху. Правительство играет важную роль в формировании конкурентных преимуществ страны. Правительство оказывает непосредственное влияние на факторы спроса и производства посредством своей денежно-кредитной, налоговой и таможенной политики. Осуществляя антимонопольное регулирование, правительство оказывает влияние на поддержание оптимальной конкурентной среды в ведущих сферах и секторах национальной экономики, и поддерживает развитие смежных и ориентированных на услуги областей, которые взаимодействуют с ключевыми сферами экспорта [4, с. 149].

Начиная с 2000-х годов, с развитием предпринимательства, начали развиваться отечественные производства и перерабатывающие хозяйства, что само по себе обеспечило положительное развитие внешнеторгового товарооборота. Так, если ранее товары экспортировались из страны в виде сырья, без создания добавленной стоимости, то в резуль-

тате запуска новых технологических линий производства, с помощью местной рабочей силы создавалась добавленная стоимость, что способствовало росту ВВП [1].

Чтобы защитить потребительский рынок в Азербайджанской Республике от негативных внешних воздействий, более целесообразно расширять внутреннее производство, выпускать конкурентоспособную продукцию, востребованную на внутреннем и внешнем рынках, избегать искусственного роста цен на рынках и принимать конкретные меры в этом направлении.

Развитие и проблемы сектора маркетинга в формировании потребительского рынка в Азербайджанской Республике проявили себя в новой форме, и заняли свое место в ряду важнейших проблем, которые необходимо экстренно решить. На наш взгляд, для развития потребительского рынка страны, необходимо активно использовать различные маркетинговые технологии [3, с. 374].

Учитывая, что защита внутреннего и внешнего рынков является частью социальных интересов государства, можно добиться развития потребительского рынка путем восстановления также и системы социальной защиты населения. В условиях рыночной экономики важно внести соответствующие изменения в экономическое поведение производственных субъектов, и привести рыночный механизм в соответствие с национальными традициями и установленными этическими нормами.

В отличие от плановой экономики, рыночная экономика характеризуется высоким уровнем прав собственности на средства производства. Это прямо указывает на то, что обеспечение развития потребительского рынка в каждой экономической системе в первую очередь зависит от характера производственных отношений. Чтобы обеспечить развитие потребительского рынка, необходимо изменить структуру расходов населения по отдельным товарам и услугам, а также ликвидировать баланс между структурой и объемом спроса и предложения.

Можно прийти к такому выводу, что отсутствие механизмов воздействия на снабжение населения товарами и услугами, несовершенство механизмов организационно-экономического взаимодействия между товаропроизводителями, сельским хозяйством, торговлей, низкая конкурентоспособность на внешних рынках товаров, производимых в стране, отсутствие рационального соотношения между экспортом и импортом потребительских товаров должны всегда быть в центре внимания как факторы, способствующие созданию серьезных проблем потребительскому рынку в будущем [7, с. 261].

Согласно данным Госкомстата Азербайджанской республики, из основных видов пищевой продукции, прошедшей промышленную переработку, объем производства свежего хлеба, в составе которого нет сиропа, яиц, сыра или фруктового джема, был снижен на 1,4%, сахарно-мучных кондитерских изделий — на 8%, объем производства фруктовых и овощных соков — на 38%, сливочного масла — на 27,7%, кефира, сливок, йогурта и другой продукции — на 8,43%, сладких минеральных и газированных вод — на 33,33%, сладких минеральных и газированных вод — на 20%.

Мы считаем, что на сегодняшний день необходимо учесть следующие факторы, влияющие на развитие потребительского рынка:

- низкое качество продукции;
- несоответствие доходов населения и потребности в них;
- слабая политика приватизации;
- расходование средств, выделенных на малый бизнес в стране, на другие цели;
- учет фактора необходимости в производимой продукции;
- несоответствие международным стандартам продуктов, которые будут выводиться на мировые рынки;
- зависимость организации производства для удовлетворения спроса на внутреннем рынке от иностранных кредитов и инвестиций;
- наличие барьеров на пути международных финансовых институтов в процессе восстановления потребительского рынка в стране.

Каждый из этих факторов влияет на потребительский рынок и отрицательно влияет на его развитие.

Для решения существующих и возникающих проблем развития потребительского рынка важно учитывать следующие процессы:

- проведение исследований продовольственных и непродовольственных рынков товаропроизводителей на уровне современных стандартов;
- диверсификация рыночной экономики и оздоровление конкурентной среды;
- подготовка организационного механизма управления потребительским рынком в соответствии с современными требованиями;
- развитие систем управления движением товаров и организацией оптовых товарных рынков;
- необходимо создание совершенного рыночного механизма управления, электронного коммуникативного центра, охватывающего оптовый рынок продаж, рынок общественного питания и услуг, рынок товаров и услуг.

Обобщая вышеуказанное, мы можем сказать, что с учетом мировой практики, все эти выводы могут порочить в подготовке организационного механизма управления потребительским рынком на государственном уровне и способствовать достижению высокого уровня развития данного рынка в национальной экономике.

Литература:

1. Официальный сайт Государственного Статистического Комитета Азербайджанской Республики (режим доступа: <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=3736>)
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М.: Соцэкгиз, 1962. — 684 с.
3. Аллавердиева М.А. Международный маркетинг. учебник. — Баку, Экономический Университет, 2010. — 444 с.
4. Хасбулатов Р.И. Международные экономические отношения: учебник для бакалавров / Р.И. Хасбулатов. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 808 с.
5. Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, and Marc J. Melitz. "International Economics" Theory Policy, Ninth edition, Copyright © 2012 p. 736.
6. Распоряжение Президента Азербайджанской республики об утверждении Концепции развития "Азербайджан 2020: взгляд в будущее" от 29 декабря 2012 года. Режим доступа: <https://president.az/articles/7022>
7. Исрафилов Г.А. Направления совершенствования потребительской кооперации в условиях глобализации: монография. — Баку: Элм, 2009. — 464 с.
8. Распоряжение Президента Азербайджанской Республики об утверждении Государственной Программы социально-экономического развития регионов Азербайджана в 2014—2018 г.г. Режим доступа: <https://president.az/articles/11089>

References:

1. Official site of the State Statistical Committee of Republic of Azerbaijan (2019), available at: <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=3736> (Accessed 10 may 2019).
2. Smit, A. (1962), Issledovanie o prirode i prichinah bogatstva narodov. [An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations] Socjekiz, Moscow, Russian Federation.
3. Allahverdieva, M.A. (2010), Mezhdunarodnyj marketing, uchebnik, [International marketing. Textbook], Ekonomicheskij Universitet, Baku, Republic of Azerbaijan.
4. Hasbulatov, R.I. (2014), Mezhdunarodnye ekonomicheskie otnoshenija: uchebnik dlja bakalavrov [International economic relations. Textbok for bachelor], Izdatelstvo Jurajt, Moscow, Russian Federation.
5. Krugman, P. R. Obstfeld, M. and Melitz, M. J. (2012), "International Economics" Theory Policy, Ninth edition, N.Y. USA.
6. President of the Azerbaijan Republic (2012), Order "About the approval of the Concept of development "Azerbaijan 2020: a prospection", available at: <https://president.az/articles/7022> (Accessed 10 may 2019).
7. Israfilov, G.A. (2009), Napravlenija sovershenstvovanija potrebitel'skoj kooperacii v uslovijah globalizacii. Monografija, [The directions of improvement of consumer cooperation in the conditions of globalization. Monograph], Elm, Baku, Republic of Azerbaijan.
8. President of the Azerbaijan Republic (2014), Order "The order of the President of the Azerbaijan Republic about the approval of the State Program of social and economic development of regions of Azerbaijan in 2014—2018", available at: <https://president.az/articles/11089> (Accessed 10 may 2019).

Стаття надійшла до редакції 13.05.2019 р.