

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

В статье обозначено, что потребление товаров и услуг в сельской местности значительно отстаёт от аналогичного показателя в городах. К объективным причинам недостаточной эффективности торгового обслуживания можно отнести распределённость спроса, связанная с особенностями расселения сельских жителей, большая доля приусадебных участков и дехканских хозяйств в удовлетворении спроса на потребительские товары, особенности формирования товарно-денежных отношений среди населения. В условиях Узбекистана размещение сельских населённых пунктов формируется исходя из сложившихся традиций, максимального приближения к земельным участкам, сохранения близких отношений между членами семьи, что объясняет характерность в размерах и структуре населения в каждом конкретном населённом пункте. Важной особенностью потребительского спроса в сельской местности является тяготение населения к городам, как культурным центрам.

Ключевые слова: потребительские товары, земельные участки, члены семьи, торговое обслуживание, сельская местность, населённый пункт.

Постановка проблемы. Поступательное развитие экономики Республики Узбекистан способствует повышению жизненного уровня населения и уровня потребления товаров и услуг. Так, в 2013 году розничный товарооборот увеличился по сравнению с предыдущим годом на 14,8 % и составил 47010,8 млрд. сум. [1] Развитие сферы услуг в сельской местности является одним из важнейших направлений решения стратегической задачи сближения уровня жизни городского и сельского населения.

Анализ последних исследований и публикаций. Достигнутый уровень и качество предоставляемых услуг, особенно в сельской местности, еще не соответствуют уровню экономически развитых стран, реальным потребностям населения республики, имеющимся ресурсам и возможностям [2].

Особое значение приобретает повышение уровня торгового обслуживания сельского населения, обеспечение свободного доступа к потребительским товарам и повышение качества торговых услуг. К 2016 году предусмотрено увеличение объема предоставляемых сельскому населению услуг в 1,8 раза, в том числе услуг торговли и общественного питания – в 2 раза. Для этого предусмотрено создание в сельской местности 4,1 тыс. предприятий розничной торговли и 1,1 тыс. предприятий общественного питания.

Цель статьи – обоснование основных форм торгового обслуживания населения в сельской местности.

Изложение основного материала исследования. Потребление товаров и услуг в сельской местности значительно отстаёт от аналогичного показателя в городах. К объективным причинам недостаточной эффективности торгового обслуживания можно отнести распределённость спроса, связанная с особенностями расселения сельских жителей, большая доля приусадебных участков и дехканских хозяйств в удовлетворении спроса на потребительские товары, особенности формирования товарно-денежных отношений среди населения. В условиях Узбекистана размещение сельских населённых пунктов формируется исходя из сложившихся традиций, максимального приближения к земельным участкам, сохранения близких отношений между членами семьи, что объясняет характерность в размерах и структуре населения в каждом конкретном населённом пункте. Важной особенностью потребительского спроса в сельской местности является тяготение населения к городам, как культурным центрам. Не нужно забывать, что приобретение потребительских товаров имеет значительно большее социальное-психологическое значение, чем механическое приобретение необходимого товара. Поэтому, сельское население предпочитает регулярно посещать город для прогулки по магазинам.





В связи с этим, в систему торгового обслуживания сельского населения включаются различные элементы, которые в условиях города не играют такой решающей роли. Многообразие форм и методов организации торгового обслуживания сельского населения можно условно объединить в три основные группы: деятельность стационарной розничной торговой сети, деятельность дехканских (вещевых) рынков, предпринимательская деятельность отдельных граждан, имеющая неорганизованный характер.

В настоящей статье мы акцентировали внимание на анализе деятельности дехканских (вещевых) рынков как главного конкурента стационарных розничных торговых предприятий на рынке торговых услуг.

Стационарная розничная торговая сеть сельской местности представляет со-

бой совокупность розничных торговых предприятий расположенных в специализированных зданиях и помещениях непосредственно в населённом пункте и предназначенных для выполнения основных функций розничной торговли.

Чтобы определить основные проблемы торгового обслуживания населения необходимо сопоставить деятельность розничных торговых предприятий и дехканских (вещевых) рынков. В экономической науке разработаны специальные методы анализа, одним из которых является SWOT-анализ, суть которого заключается в выделении сильных и слабых сторон анализируемых объектов. Проведённые исследования позволили нам оценить розничные торговые предприятия по указанной методике и получить следующие результаты (рис. 1.)

<p style="text-align: center;"><u>Сильные стороны</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Непосредственная близость к покупателям. 2. Благоприятный режим работы. 3. Постоянное наличие товарного ассортимента. 4. Гарантия качества товаров. 5. Предоставление торговых услуг. 6. Профессионально-квалификационный состав персонала. 	<p style="text-align: center;"><u>Слабые стороны</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокие издержки по сравнению с другими субъектами торговли 2. Более высокие товарные запасы 3. Относительно низкий объем спроса
<p style="text-align: center;"><u>Возможности</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение торговых услуг 2. Снижение издержек через управление ими. 3. Кооперация с производителями 4. Расширение влияния через сеть филиалов 	<p style="text-align: center;"><u>Угрозы</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение деятельности дехканских рынков 2. Повышение качества обслуживания со стороны основных конкурентов

Рис.1. SWOT-анализ стационарных розничных торговых предприятий
 Источник: разработано автором

К сильным сторонам стационарных розничных торговых предприятий можно отнести:

1. Непосредственная близость к покупателям. Розничная торговая сеть охватывает все населенные пункты без исключения, то есть небольшие расстояния до торговых предприятий делают их доступными в любой момент времени. Кроме того, существуют небольшие торговые точки расположенные непосредственно в жилых домах.

2. Благоприятный режим работы. В сельской местности характер деятельности и условия проживания населения приводит к тому, что они работают в продлённый рабочий день. Дехканские (вещевые) рынки функционируют по определённым дням недели, так как требует скопления большого количества продавцов и покупателей.

3. Постоянное наличие товарного ассортимента. Розничные торговые предприятия в целях нормального функционирования постоянно поддерживают ассорти-



ментных минимумов в зависимости от местонахождения, размеров и зоны обслуживания. Ассортимент может несколько меняться, однако наличие определённых групп социально-значимых товаров гарантируется.

4. Гарантия качества товаров. Розничные торговые предприятия обеспечиваются товарами из официальных источников товароснабжения, оптовых предприятий, дилеров и т.д. и они несут ответственность за поставку и реализацию некачественных товаров (т.е. у них имеется лицензии и сертификаты качества поставляемых товаров). На дехканских и вещевых рынках товары поступают из различных источников, и ответственность производителей и дилеров не распространяется на качество этих товаров.

5. Предоставление торговых услуг. В розничных торговых предприятиях в соответствии с возложенными на них функциями оказываются все предусмотренные правилами торговли торговые услуги (подбор товара, сортировка, фасовка, упаковка и т. д.). Кроме того, покупатель может заказать необходимый товар с доставкой через определённое время.

6. Профессионально-квалификационный состав персонала. Розничные торговые предприятия имеют стабильный персонал, который проходит необходимую подготовку в профессиональных колледжах, региональных центрах повышения квалификации и т. д. Кроме того, постоянная, профессиональная деятельность способствует формированию необходимых навыков в сфере услуг. На дехканских и вещевых рынках постоянная смена ассортимента и видов деятельности не способствуют формированию соответствующих навыков. Важным условием качества торгового обслуживания является систематический государственный и общественный контроль, что включает в себя практическую помощь в формировании товарных ресурсов.

К слабым сторонам стационарных розничных торговых предприятий можно отнести более высокие издержки, по сравнению с индивидуальными предпринимателями и внемагазинными формами тор-

говли, большие объёмы товарных запасов для поддержания необходимого ассортимента, относительно низкий объём спроса в связи с привязанностью к конкретному населённому пункту.

Развитие и широкое распространение дехканских (вещевых) и специализированных рынков в сельской местности объясняется несколькими причинами.

1. Дехканские (вещевые) рынки являются источником дополнительных доходов для населения, так как там можно реализовать продукцию собственного производства, а так же товары, привезенные небольшими партиями для реализации. В настоящее время дехканские рынки являются основной формой развития предпринимательской деятельности для различных слоёв сельского населения.

2. Рынки продолжают играть социальные роли в жизни сельского населения, так как являются центром обмена информации, проведение досуга и общественных мероприятий в данном регионе. Регулярное посещение дехканских рынков является традиционным занятием для большинства жителей

3. Относительно низкие цены на товары и услуги. Концентрация большого количества продавцов и покупателей на небольшом пространстве позволяет снизить издержки на реализацию, как со стороны продавцов, так и со стороны покупателей.

Для объективной оценки потенциала дехканских рынков необходимо применить точно такой же подход к анализу их сильных и слабых сторон (рис. 2).

К сильным сторонам дехканских (вещевых) рынков можно отнести:

1. Доступные цены - на рынках разные подходы к ценообразованию, возможна реализация собственных продуктов. Продавцы при реализации продукции сами устанавливают цены исходя из текущей конъюнктуры.

2. Большой поток покупателей – для рынков сельской местности установлены определенные дни работы. В эти дни все покупатели направляются на рынок, чтобы осуществить все виды покупок как продовольственные, так и непродовольственные.

<u>Сильные стороны</u>	<u>Слабые стороны</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Доступные цены. 2. Большой поток покупателей. 3. Широкий ассортимент. 4. Относительно низкие издержки. 5. Жёсткий график. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкое качество обслуживания 2. Низкая ответственность продавцов 3. Отсутствие стимулов развития 4. Дублирование торговли. 5. Жёсткий график.
<u>Возможности</u>	<u>Угрозы</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Обустройство торговых точек 2. Расширение предоставляемых услуг 3. Набор квалифицированных кадров 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ориентация клиентов на другие форму торговли 2. Потери, связанные с изменением предпочтений потребителей

Рис.2. SWOT-анализ дехканских (вещевых) рынков

Источник: разработано автором

Во многих случаях покупатели посещают рынок целыми семьями, что объясняется разнообразием спроса.

3. Широкий ассортимент – наличие большого количества покупателей стимулирует продавцов расширить предложение товаров.

4. Относительно низкие издержки – продавцы дехканских (вещевых) рынков несут расходы только на аренду торгового места, расходы на транспорт и налоги минимальны, в связи с этим издержки приходятся на единицу товара ниже, чем в розничных торговых предприятиях.

5. Жёсткий график – одним из принципов деятельности продавца на рынке является определение места, времени и объёмов потенциального спроса. Дехканские рынки соответствуют этим принципам, в связи с чем объявление о графике работы можно отнести к сильным сторонам деятельности. В определённые дни и часы на сравнительно короткий срок социальная инфраструктура территории (транспорт, общественное питание, организация свободного времени, бытовой сервис) может быть ориентирована на рынок. Для розничных торговых предприятий такая концентрация ресурсов невозможна.

Дехканские рынки также имеют достаточно слабых сторон, что мешает им доминировать на рынке потребительских товаров. К ним можно отнести низкое качество обслуживания, низкая ответственность продавцов, отсутствие стимулов профессионального развития, дуб-

лирование торговли в различных торговых точках рынка, жёсткий график функционирования. Кроме того, дехканские (вещевые) рынки не обеспечивают необходимого качества торгового обслуживания, так как в них отсутствует система защиты прав потребителей.

Учитывая роль дехканских рынков в повышении эффективности торгового обслуживания сельского населения органами государственного управления осуществляются мероприятия по повышению качества обслуживания и защите прав потребителей. Важным нормативно-правовым документом, регулирующим деятельность дехканских рынков является распоряжение Президента Республики Узбекистан от 30 октября 2009 года «О мерах по дальнейшему совершенствованию деятельности дехканских рынков и торговых центров». Во исполнение данного распоряжения на местах осуществляется оптимизация системы управления дехканскими рынками, благоустройство торговых площадей, оснащение торговых точек необходимым торговым оборудованием. Например, в Самаркандской области в результате оптимизации деятельности дехканских, скотных, вещевых и специализированных рынков и их филиалов значительно изменилась структура размещения рынков (табл. 1).



Сведения о рынках, функционирующих в Самаркандской области

№	Наименование районов области	Количество рынков, шт.		Количество торговых точек	
		на 1.01. 2010 г.	на 1.01. 2014 г.	на 1.01. 2010 г.	на 1.01. 2014 г.
1.	г. Самарканд	8	15	388	1301
2.	г. Каттакурган	3	4	75	243
3.	Ақдарьинский район	2	2	61	0
4.	Булунгурский район	3	2	73	145
5.	Джамбайский район	2	1	21	40
6.	Иштиханский район	4	3	86	454
7.	Каттакурганский район	4	4	26	120
8.	Кушрабатский район	6	4	1	50
9.	Нарпайский район	3	2	89	304
10.	Пайарыкский район	6	4	156	159
11.	Пастдаргомский район	5	5	121	293
12.	Пахтачинский район	3	2	16	0
13.	Самаркандский район	2	2	31	24
14.	Нурабадский район	4	3	0	0
15.	Тайлякский район	2	2	88	37
16.	Ургутский район	6	5	595	1333
	Всего по области	63	60	1827	4503

Источник: разработано автором

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Уменьшение общего числа рынков связано с ликвидацией мелких нерентабельных рынков, которые не в состоянии обеспечить необходимый уровень качества и соблюдение правил розничной торговли. Осуществлено обустройство территории рынков, что привело к увеличению торговых точек на их территории более чем в 2,5 раза. Большое внимание уделено оснащению торговых точек контрольно-кассовым оборудованием, современной торговой мебелью, внедрению различных торговых услуг. Вместе с тем, важной научно-методической проблемой остаётся дальнейшее совершенствование культуры торговли и определение роли дехканских рынков в повышении эффективности торгового обслуживания сельского населения.

Литература

1. Узбекистан в цифрах. Статистический сборник. – Т.: Госкомстат, 2014 г.

2. О программе развития сферы услуг в Республике Узбекистан на 2012-2016 годы. Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-1754 от 10 мая 2012 г.

3. Распоряжение Президента Республики Узбекистан от 30 октября 2009 года «О мерах по дальнейшему совершенствованию деятельности дехканских рынков и торговых центров».

References

1. Uzbekistan in figures. Statistical collection. – T.: Goskomstat, 2014.

2. About the development of services in the Republic of Uzbekistan for 2012-2016 On-dy. Decree of the President of Republika-ki Uzbekistan № PP-1754 on May 10, 2012.

3. Order of the President of the Republic of Uzbekistan, dated October 30, 2009 "On measures for further perfection-vaniyu activities dehqan markets and shopping centers."





Усмонова Д. І.

Основні форми торгового обслуговування населення в сільській місцевості

У статті зазначено, що споживання товарів і послуг в сільській місцевості значно відстає від аналогічного показника у містах. До об'єктивних причин недостатньої ефективності торговельного обслуговування можна віднести розподіленість попиту, пов'язана з особливостями розселення сільських жителів, велика частка присадибних ділянок та дехканських господарств у задоволенні попиту на споживчі товари, особливості формування товарно-грошових відносин серед населення. В умовах Узбекистану розміщення сільських населених пунктів формується виходячи зі сформованих традицій, максимального наближення до земельних ділянок, збереження близьких відносин між членами сім'ї, що пояснює характерність в розмірах і структурі населення в кожному конкретному населеному пункті. Важливою особливістю споживчого попиту в сільській місцевості є тяжіння населення до міст, як культурним центром.

Ключові слова: споживчі товари, земельні ділянки, члени сім'ї, торговельне обслуговування, сільська місцевість, населений пункт.

Usmonova D.

Basic forms trading service in rural areas

The article indicated that the consumption of goods and services in rural areas is significantly lower than the same period in urban areas. For objective reasons, the lack of effectiveness of trade services include distributed demand associated with the peculiarities of the resettlement of villagers, a large share of household plots and farmer facilities meet the demand for consumer goods, especially the formation of commodity-money relations among the population. In conditions of Uzbekistan accommodation rural settlements formed the basis of tradition, as close as possible to land, conservation of close relations between family members, which explains the specificity in the size and structure of the population in each required location. An important feature of consumer demand in rural areas is the attraction of the population to the cities as cultural centers.

Keywords: consumer goods, land, family members, service commercial, rural, villages.

Рецензент: Павлов К. В. – доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи Іжевського інституту управління, завідувач кафедри «Економіка» Камського інституту гуманітарних та інженерних технологій, м. Іжевськ, Російська Федерація.

Reviewer: Pavlov K. – Professor, Ph.D. of Economics, vice-rector of sciences Izhevsk of institute of management, head of Economy Department Kamsky institute of humanitarian and engineering technologies, Izhevsk, Russian Federation.

e-mail: kvp_ruk@mail.ru

*Стаття подана
03.10.2014 г.*