

УДК 338.45

ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ИЗДЕЛИЙ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

МАМЕДОВА ХАДИДЖА ФИЗУЛИ

Азербайджанский Технологический Университет

The market of consumer goods and services is a complex socio-economic system and forms the basis for the formation and development of the commodity market as a whole. It is in the consumer market that the interests of consumers, commodity producers and trade are combined.

Рынок потребительских товаров и услуг является сложной социально-экономической системой и составляет основу формирования и развития товарного рынка в целом. Именно на потребительском рынке сочетаются интересы потребителей, товаропроизводителей и торговли.

Анализ результатов социально-экономического развития республики за последние годы свидетельствуют о высоких темпах развития экономики Азербайджана, включая рост таких важнейших показателей как валовый внутренний продукт и государственный бюджет, продукции промышленного и сельскохозяйственного производства, реальные доходы населения, розничный товарооборот, экспорт и импорт товаров [1, с.65].

Тем не менее, мировой финансовый кризис последних лет весьма отрицательно скорректировал социально-экономические показатели многих стран, не исключая и Азербайджанскую Республику. Это непосредственно повлияло на многие товарные рынки, в том числе и на рынок потребительских товаров, в результате чего нарушилась сбалансированность спроса и предложения, получился серьезный разрыв между товаропроизводителями и торговлей, была подорвана система рационального соотношения экспортных и импортных потребительских товаров, обострилась как внешняя и внутренняя конкуренция.

Целью работы является комплексное исследование потребительского рынка (товаропроизводителей, торговли и потребителей), а также разработка и уточнение методологии формирования потребительского рынка в переходной период. Для достижения поставленной цели в работе поставлены следующие основные задачи:

- разработать и обосновать методологические основные формирования рынка потребительских товаров в условиях переходной экономики;
- определить комплексные методы и методические приемы исследования потребительского рынка;

- выявить особенности внешнего и внутреннего анализа конкурентной среды потребительского рынка и субрынков (включая рынок продовольственных и непродовольственных товаров);
- разработать организационный механизм управления и регулирования потребительским рынком;
- провести комплексные исследования оптового и розничного рынка, а также рынка питания и услуг;
- определить пути совершенствования рыночного управления потребительскими товарами.

Проведенное научное исследование позволяет сформировать основные теоретико-методологические и практические результаты работы.

Основные вывод и предложения сделаны на основе анализа отечественной и мировой практики, а также конкретных практических расчетов в области рынка потребительских товаров и услуг.

Литература

1. Аташов Б.Х. Продовольственный комплекс Азербайджана. Баку. Азернешр, 1995. – 224 с.