

ТАДЖИКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КОММЕРЦИИ

УДК 338.242:332.1(575.3)

На правах рукописи

ЗУБАЙДОВ САИДАХМАД

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В
УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ: теория, физико-
экономическое моделирование, практика**

Специальность 08.00.05-Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами - сфера услуг

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени доктора экономических наук

Душанбе – 2022

Работа выполнена в Таджикском государственном университете коммерции
Научный консультант: доктор экономических наук, профессор Факеров Х.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ	16
1.1. Концептуальные основы функционирования и развития потребительского рынка и его инфраструктуры	16
1.2. Потребительский рынок в системе инновационной экономики	25
1.3. Методические основы оценки конкурентоспособности потребительского рынка в условиях инновационной экономики	38
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН	59
2.1. Социально-экономическая среда формирования и развития потребительского рынка	59
2.2. Тенденции развития потребительского рынка Республики Таджикистан	67
2.3. Роль малого предпринимательства в повышении ресурсного потенциала потребительского рынка	83
ГЛАВА 3. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФИЗИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА	91
3.1. Методология исследования физико-экономического моделирования параметров потребительского рынка	91
3.2. Совершенствование структуры субъектов предприятий потребительского рынка на основе использования физических аналогий и адиабатического расширения	99
3.3. Моделирование движения товаров и устойчивости системы управления субъектами потребительского рынка	114
ГЛАВА 4. ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМООБРАЗУЮЩИХ ПРОЦЕССОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА	135
4.1. Влияние интеграционных процессов на формирование и развитие потребительского рынка	142
4.2. Место и роль розничной и оптовой торговли в формировании и развитии потребительского рынка	153
4.3. Совершенствование товароснабжения на потребительского рынка	166

ГЛАВА 5. ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН И ЕЕ РЕГИОНОВ	173
5.1. Организационно-экономические особенности развития потребительского рынка	173
5.2. Прогноз параметров потребительского рынка	181
5.3. Основные направления инновационного развития потребительского рынка в Республике Таджикистан	190
ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ	200
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	207
ПРИЛОЖЕНИЯ	243

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы диссертационной работы. В современных условиях углубления рыночных преобразований требуют решения проблем оценки, функционирования и инновационного развития потребительского рынка и его основных секторов с учетом возрастающего объема предоставляемых услуг в экономике и населению.

Анализ состояния и развития потребительского рынка показывает, что в мировом масштабе значительно возрастает роль и значение рынка товаров и услуг. При этом этот рынок решает удовлетворение внутреннего спроса в товарах и услугах и его наполнения, учитывая потребности населения в товарах и услугах первичного потребления при различных ограничениях и регулирования и является основной целью реализации социально-экономической политики республики.

Повышения уровня жизни населения значительно возрастает под влиянием роли рынков, решая вопросы концентрации их материально-технической базы, усиления роли общественных институтов и применяемых механизмов. Углубленный анализ развития рыночных преобразований, функционирования и развития потребительского рынка показывает, что в условиях Таджикистана приоритетом в системе экономической и социальной политики становится именно потребительский рынок, где потребительские расходы составляют около 75,00 % в общем объеме расходов домохозяйства.

Анализ показывает, что в начальный период суверенитета, Таджикистан пережил экономический кризис, который отрицательно повлиял на состояние потребительского рынка, снижение платежеспособного спроса населения, уровень жизни населения, потери связей с другими государствами, что стало угрозой экономической безопасности страны.

В условиях Таджикистана, потребительский рынок имеет устойчивое развитие под влиянием рынка зарубежных стран и СНГ, углубления

интеграционных и глобализационных процессов, способствующие удовлетворению жизненно важных потребностей населения страны и ее территориальных образований в товарах и услугах в условиях инновационной и цифровой экономики.

Опыт показывает, что решение проблем становления потребительского рынка, как главный фактор обеспечения устойчивого экономического роста, повышение уровня жизни населения и социально-экономического развития страны и ее территорий, требует проведения трансформации организационно-экономических аспектов его функционирования и развития на основе использования различных инструментов, а также формирования устойчивых тенденций в условиях инновационной экономики. При этом значительно возрастает значения «Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года»¹ на основе реализации обоснованных сценарий социально-экономического развития, а также возрастания значения потребительского рынка в удовлетворении спроса людей в товарах и услугах, совершенствования его инфраструктуры, так как она не соответствует требованиям инновационной экономики и активному государственному воздействию, что требует проведения специального исследования исходя из теоретико-методологической позиции, разработки основных показателей рынка с учетом развития финансово-налоговой, банковско-таможенной, социальной и интеграционной политики, применения инструментов экономико-математического и физического моделирования, разработки и реализации национальных программ в области государственного регулирования рыночной системы.

В современных условиях потребительскому рынку присущи специфические особенности, связанные с системой воспроизводственных процессов, решении социальных проблем общества. Обоснование приоритетов

¹Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года. – Душанбе: «Шарки озод», 2017. – 103с.

по развитию потребительского рынка показывает, что отсутствуют комплексное научное изучение закономерностей функционирования, регулирования и его развития требует разработки и реализации подходов для решения на основе применения методов и инструментов физической экономики в условиях Таджикистана и его территории.

Особое место при исследовании проблем развития потребительского рынка в условиях инновационной экономики уделяется его моделированию с помощью физических моделей при исследовании организации, управления субъектов, совершенствования рыночных процессов, предоставления услуг, улучшение трудовой деятельности и развития социально-экономических отношений.

Степень разработанности диссертационного исследования. Решения вопросов совершенствования потребительского рынка, его специфические особенности, функциональное назначение в современных условиях достаточно подробно изучены в работах зарубежных, российских, таджикских ученых: Бернвальда А.Р., Брагина Л.А., Воронова А.Н., Вологина Н.А., Гатауллина Р.Р., Габидинова С.С., Гурьянова Г.И., Данько Т.П., Дунаевой Э.П., Зайналова П.С., Ивановой В.И., Иневатовой О.А., Ильенковой Н.Д., Идрисова Р.Г., Капелюк З.А., Новоселова А.С., Новоселова Ю.А., Орлова А.В., Фридмана А.М., Чаплина А.Н., Чернавский Д.С., Чусова А.Е., Шаланова Н.В., Шнипера Р.И. и др.

Исследованию вопросов физико-экономического моделирования потребительского рынка посвящены работы российских, отечественных и зарубежных ученых таких как: Раджабов Р.К., Факеров Х.Н., Рольф Шауэрхаммер, Дж. Тенненбаума, Б.С. Разумихина, О.П. Царева, П.Г. Кузнецова, Е.Н. Ведут, Ю.Н. Забродский, Р.Г. Идрисов, А.И. Малахова, В. Шаркова, Л.Ларуш, В.Иркутянина, Г. Селье, Ф. Мощный, С.А. Подолинский, Л.И. Розоноэра, Н. Руденко, В. Шевчука, В.В. Шипицына и др.

Решению специфических проблем потребительского рынка, определении спроса и его конъюнктуры посвящены научные труды ученых нашей республики: Аминова И.А. Бойматова А., Джамшедова М., Комилова С.Дж., Нурмахмадова М.Н., Раджабова Р.К., Рахимова Р.К., Сангинова Н.С., Толибова К.К., Факерова Х.Н., Хабибова С., Шарипова М.М. и других.

Однако в условиях развития экономической прикладной теории, исследование различных аспектов потребительского рынка требует особого подхода с учетом осуществления рыночных преобразований. Кроме того, современный потребительский рынок выполняет социальные функции, имеет социальную направленность, удовлетворяет первичные потребности людей, а также их социально-культурного спроса.

Комплексный анализ закономерностей функционирования и развития потребительского рынка призван восполнить существующие пробелы в нем, чтобы способствовать их решению на основе всестороннего изучения теории, методологии организационно-экономических аспектов совершенствования потребительского рынка, используя физико-экономические модели и инструменты в условиях инновационной экономики.

Цель и задачи диссертационного исследования состоят в теоретическом обосновании и разработке методологических аспектов совершенствования развития потребительского рынка на основе физико-экономического моделирования, обоснования и разработки приоритетных направлений его развития в условиях инновационной экономики Таджикистана.

Для достижения цели диссертации поставлены и решены следующие задачи:

1. изучить концептуальные основы функционирования и развития потребительского рынка и его инфраструктуры, а также определить место и роль в системе инновационной экономики страны;

2. исследовать методические основы оценки конкурентоспособности потребительского рынка в условиях инновационной экономики;

3. изучить социально-экономическую среду формирования и развития потребительского рынка, оценить и установить тенденции становления и развития потребительского рынка;

4. выявить роль малого предпринимательства в совершенствовании и развитии потребительского рынка;

5. уточнить методологию исследования экономико-физического моделирования параметров потребительского рынка, совершенствовать экономическую структуру предприятий на основе аналогии физических и экономических процессов, а также осуществить моделирование движения товаров и устойчивости системы управления субъектов потребительского рынка;

6. определить влияние интеграционных процессов на формирование и развитие потребительского рынка, а также выявить место и роль розничной и оптовой торговли в его формировании и развитии;

7. исследовать и обосновать направления совершенствования товароснабжения потребительского рынка;

8. выявить организационно-экономические аспекты развития потребительского рынка и выполнить прогноз параметров потребительского рынка;

9. обосновать и разработать основные приоритетные направления инновационного развития потребительского рынка в Республике Таджикистан.

Объектом диссертационного исследования является потребительский рынок Республики Таджикистан.

Предметом диссертационной работы является комплекс теоретико-методологических, организационно-экономических и социальных положений, действующие в процессе совершенствования функционирования и развития

потребительского рынка на основе использования физико-экономических моделей в условиях инновационной экономики.

Диссертационное исследование выполнена в соответствии со следующими пунктами Паспорта номенклатуры специальностей научных работников (экономические науки) ВАК при Минобрнауки России: «1.6.109. Совершенствование организации, управления в сфере услуг в условиях рынка; 1.6.115. Социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения в отраслях сферы услуг; 1.6.117. Современные тенденции развития организационно-экономических форм хозяйствования в сфере услуг; 1.6.123. Обеспечение конкурентоспособности предприятий сферы услуг».

Теоретическая и методологическая основа диссертации. В диссертационной работе использованы методы индукция и дедукция, анализ и синтез, а также системный подход. На основе использования теории инновационного развития, цифровой экономики и интеграционных процессов, выявлены закономерности трансформации социально-экономических отношений. В основе работе лежит диалектический подход к использованию экономической теории, теории динамического неравенства, модели равновесия цен, сравнительно-аналитический анализ, экономико-статистические и физико-математические методы, позволяющие обеспечить глубину результатов и обоснованность выводов и рекомендаций. Для сбора и обработки исходной информации использованы экономико-статистические методы, «Microsoft Excel» и программа Sigma Plot и др.

Информационной базой диссертации являются статистические данные Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан, материалы министерств, ведомств и предприятий республики, Программы развития ООН, ВБ, научно-исследовательских учреждений республики и государств СНГ, результаты проведенных автором исследования.

При выполнении диссертации использованы нормативно-правовые акты, Указы Президента, Постановления Правительства Республики Таджикистан, Маджлиси Намояндагон Маджлиси Милли страны по решению социально-экономических проблем, материалы международных научно-практических конференций и семинаров по изучаемым проблемам.

Научная новизна диссертационной работы сформирована по результатам анализа и оценки существующих подходов к изучению потребительского рынка в условиях инновационной экономики, предложенной научно-обоснованная концепция, включающая следующие основные элементы:

1. Уточнены теоретико-методические аспекты формирования и развития потребительского рынка и определены научно-методические аспекты совершенствования в системе инновационной экономики с учетом всестороннего рассмотрения концептуальных основ функционирования и развития, а также развития его инфраструктуры в условиях углубления рыночных отношений;

2. На основе исследования методических основ оценена конкурентоспособность потребительского рынка в условиях формирования инновационной экономики, оценки конкурентных отношений и их виды, влияющие факторы в зависимости от уровня и имеющихся барьеров. Осуществлена классификация потребительского рынка, используя параметры объема, товарно-групповой структуры и темпов роста розничного товарооборота, источники поступления товаров и личное потребление, структурные изменения в розничную продажу продовольственных товаров, осуществления госконтроля и регулирования, предоставления субсидий, установление налоговых льгот, и ценообразование и др.;

3. Исследована социально-экономическая среда формирования и развития потребительского рынка с учетом установления тенденции становления и его развития в условиях ограниченности ресурсов и оптимизации деятельности

субъектов рыночной системы на основе применения эволюционной теории экономического развития, изучения динамики основных макроэкономических показателей, учета особенностей национальной экономики при разработке и реализации социально-экономической перспективной модели развития республики и ее территории.

4. Дана оценка современного состояния функционирования и развития потребительского рынка, выделены этапы развития экономики, установлены тенденции развития потребительского рынка, изменения валового внутреннего продукта, его структуры, розничного товарооборота, выявлены узкие места и факторы, влияющие на функционирование и развитие этого рынка в республике, а также темпы экономического роста, влияние государства на показатели потребительского рынка и его инфраструктуры в условиях инновационной и цифровой экономики.

5. На основе всестороннего изучения развития потребительского рынка и эффективного использования его ресурсного потенциала, выявлено влияние роли и значения малого предпринимательства в условиях изменяющейся среды. Установлено, что малое предпринимательство играет важное место в создании новых рабочих мест, рационального использования природных ресурсов, развития народного творчества, обычаев и традиций, обеспечения экономического роста в условиях Республики Таджикистан, ее областей, городов и районов, особенно сельской местности.

6. Развита методология исследования и осуществлено физико-экономическое моделирование параметров потребительского рынка, усовершенствована экономическая структура предприятий, используя аналогии физических и экономических систем. Проведено моделирование движения товаров на основе аналогии физических и экономических процессов в условиях потребительского рынка, изучены теплофизические законы и проведена

кибернетическая интерпретация устойчивости системы управления экономическим объектом на этом рынке.

7. Выявлено влияние интеграционных процессов на формирование и развитие потребительского рынка, а также оценено место и роль розничной и оптовой торговли в формировании и развитии внутреннего потребительского рынка и разработаны экономико-математические модели прогноза товарооборота в республике на основе изучения национальных особенностей, обычаев и традиций народа, основные принципы функционирования и классификация признаков национального потребительского рынка.

8. На основе изучения существующей системы товароснабжения обоснованы и разработаны направления ее совершенствования на потребительском рынке с учетом развития перевозочных технологий, маршрутизации перевозок, эффективного применения подвижного состава автомобильного транспорта и рационального размещения автотранспортных предприятий.

9. Обоснованы и разработаны приоритетные направления инновационного развития потребительского рынка, используя результаты прогноза основных показателей, учета организационно-технических и административно-управленческих особенностей его развития в Таджикистане на период реализации НСР- 2030 и перехода к цифровой экономике, предусматривающие совершенствование организации управления спроса потребителей; повышение качество обслуживания потребителей и конкурентоспособности субъектов потребительского рынка и цифровизации, а также повышение уровня жизни населения и улучшения качество торгового и сервисного обслуживания.

Практическая значимость диссертационного исследования заключается в использовании полученных рекомендаций при разработке концепции совершенствования регулирования и развития потребительского рынка в условиях инновационной экономики Таджикистана. Основные

теоретико-методологические положения и подходы, рекомендации, содержащиеся в диссертации, могут быть использованы при разработке перспективной стратегии социально-экономического развития республики, выбора эффективных форм и методов организации управления потребительского рынка и его инфраструктуры в регионах страны.

Выводы и рекомендации автора использовались в учебном процессе Таджикского государственного университета коммерции и других образовательных учреждениях высшего профессионального образования Республики Таджикистан.

Апробация и внедрение результатов диссертационной работы. Основные положения диссертации докладывались и одобрены на научных семинарах, международных и республиканских научно-практических конференциях, проводимых в Республике Таджикистан и зарубежных странах.

Отдельные результаты диссертации использованы при реализации Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года в отделе моделирования Центра инновационного развития науки и новых технологий НАН Таджикистана, Министерстве экономического развития и торговли Республики Таджикистан.

Научно-методические положения диссертационной работы используются в учебном процессе Таджикского государственного университета коммерции при чтении курсов «Экономика сферы услуг», «Маркетинг», «Менеджмент», «Предпринимательство», «Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности», «Экономико-математическое моделирование сложных систем» и др.

Публикации по теме диссертации. Основные положения диссертации опубликованы в 41 работах, общим объёмом 69,10 п.л. (авторских 59,50 п.л.), из которых 16 статей в изданиях, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации и 4 монографиях.

Структура и основное содержание диссертации определяются предметом, целью и задачами, а также логикой исследования. Диссертация состоит из введения, пять глав, содержащих 17 параграфов, выводы и предложения, список использованной литературы, включающий 379 источника и приложения. Основное содержание изложено на 257 страницах, сопровождается 33 таблицами, 37 рисунками, 6 приложениями.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО - МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

1.1. Концептуальные основы функционирования и развития потребительского рынка и его инфраструктуры

Развитие рыночных отношений требуют ускорение социально-экономического роста национальной экономики, развития результативности работы предприятий различных видов собственности, внедрения инноваций, нововведений и новых инструментов ведения производственно-хозяйственной деятельности предприятий, что в конечном итоге приведет к обеспечению роста и повышению уровня и качества жизни населения. Существенные изменения в таких процессах улучшают производственно-хозяйственные, а также финансовые отношения между субъектами рынка на основе учета фактора транспорта.

Следует также отметить, что в структуре народного хозяйства использование рыночных инструментов приведет к ускоренному появлению и функционированию разных производственных и инфраструктурных отраслей в национальной экономике.

Наряду с этим, влияние изменения затрат между отраслями, в том числе с участием потребительского рынка (ПР) также дает возможность появления новых видов производственно-хозяйственной деятельности, ускоренному развитию производства, а также общественному разделению труда. Это направление требует проведения качественно новых исследований.

Для этого необходимо, прежде всего, уделять внимание изучению уже ранее проведенных исследований в сфере ПР.

Важно заметить, что для исследования концептуальных основ формирования и развития ПР, а также инфраструктуры ПР в условиях

рыночных отношений необходимо прежде всего исследовать следующие определения, такие как ПР, инфраструктура ПР, система потребительского рынка, услуги ПР, а также поведение потребителей услуг потребительского рынка.

Исследуя структуру спроса и предложения, можно сделать вывод о том, что в системе рынков, ПР выступает как системообразующий фактор.

Разные ученые дают различные определения ПР как экономическую категории. Ученый А.С. Новоселова считает, что «ПР это организация сферы обращения, обеспечивающая на основе развитых товарно-денежных отношений удовлетворение потребностей населения при минимальных издержках обращения»², а на уровне страны «включает собой пространственное поле реализации товарно-денежных отношений»³.

Ряд ученых считают, что ПР это сфера товарного обмена, которая удовлетворяет потребности населения путем обмена денежного дохода на необходимые товары, в процессе чего происходят экономические отношения касающиеся производства и потребления материальных благ⁴.

В.И. Беляев считает, что ПР «система экономических отношений между продавцами и покупателями товаров, складывающихся в процессе их купли - продажи, с помощью которых осуществляется обращение общественного продукта»⁵.

²Новоселов А.С. Рыночная инфраструктура региона: Проблемы формирования и развития /А.С.Новоселов. – Новосибирск: ЭКОР, 1996.-287с.

³Новоселов А.С. Теория региональных рынков: под ред. А.Р. Бернвальда. – Ростов-на-Дону: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002.-448с.

⁴Нурмахмадов М.Н., Каюмов Н.К., Комилов С.Дж. Стратегия движения к рыночной экономике. Вып. 1. – Душанбе: Международный фонд экономических и социальных реформ. Таджикское отделение, 1995.-144с.

⁵Беляев В.И. Потребительский рынок субъекта России (механизмы формирования, регулирования и развития). – Сыктывкар: КРАГСиУ, 2005. - 67с..

Некоторые зарубежные ученые «потребительский рынок рассматривают как совокупность существующих и потенциальных потребителей товаров»⁶ и данное определение имеет ограниченный характер.

Данное определение поддерживает Т.В. Ускова и считает, что ПР – «это механизм, сводящий вместе покупателей и продавцов отдельных товаров и услуг»⁷.

Анализируя вышеперечисленные определения ПР, которые предлагали разные зарубежные и отечественные ученые можно прийти к выводу, что большинство из них сущность и понятие ПР сводят только к процессу купли-продажи. Здесь практически не рассматривается система воспроизводства, то есть производство, распределение и система их отношений.

Мы считаем, что потребительский рынок нельзя отнести только к сфере товарного обращения или как звена связывающего производителей товаров и их потребителей, так как данный подход не дает возможность полностью раскрыть его сущность и значение. При этом следует выделить понятие «рынок» и «рыночная экономика».

Рынок является таким институтом, который соединяет производителей товаров (услуг, работ) и покупателей (клиентов), но при этом не считается только элементом инфраструктуры национальной экономики. Как и другие виды рынка, ПР имеет свои свойства и структуру, а также отношения между производителями и потребителями товаров (услуг, работ), а также инфраструктура (как связующее звено), которое доведет товары до клиентов.

Мы *потребительский рынок* рассматриваем как систему организационно-экономических и социально-производственных отношений, охватывающий производство, распределение, обмен, потребление товаров (услуг, работ) в условиях конкретного рынка.

⁶ Потребительский рынок города: состояние и перспективы: монография / кол. авт. под рук. Т.В. Усковой. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2012. – 111 с.

⁷ Потребительский рынок города: состояние и перспективы: монография / кол. авт. под рук. Т.В. Усковой. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2012. – 111 с.

При этом «Продовольственный рынок следует рассматривать как сложную, многовекторную подсистему воспроизводственных и распорядительных отношений»⁸.

При воспроизводственном подходе к определению ПР выявляется его характер системности и целостности, а также данный подход позволяет научно – обоснованно определить его компоненты.

В то же время, следует отметить, что если рассуждать исторически, то можно прийти к выводу, что именно личные и общественные потребности привели к появлению общественного разделения труда. В современном мире данный факт не отрицается, но и не упоминается.

Важным при этом считается проведение маркетинговых исследований. В основном в Америке рассматривают 3 эволюционных этапа развития:

- производство (1850-1920 гг.), когда производители совершенствовались производство для повышения объемов выпуска, в целях удовлетворения спроса потребителей и получения максимальной прибыли;

- этап продаж (1920-1950гг.), когда рынки были насыщены, а спрос на товары упал, производители направили свою деятельность на увеличение продаж;

- этап маркетинга (с 1950-х годов), когда основной целью производителей стало удовлетворение потребностей людей и общества.

Вместе с тем, следует отметить, что в сфере проведения маркетинговых исследований потребительского поведения в рамках такой стратегии возрастает значимость интеграции производителей с субъектами инфраструктурного комплекса ПР.

Кроме этого, в современных условиях есть необходимость в организации исследования потребностей клиентов в предприятиях производителей товаров, являющиеся субъектами потребительского рынка.

⁸ Факеров Х.Н. Потребительский рынок: проблемы регулирования. Монография / Х.Н. Факеров. – Душанбе: Ирфон, 2012. -103с.

Инфраструктура занимает доминирующее положение в системе обеспечения прямых связей между производителями и покупателями, играющую важную роль в обеспечении их конкурентоспособности. Мы считаем, что в условиях перехода к рыночным отношениям микро-инфраструктура ПР превратилась в весьма мощный конкурент институализированного в масштабах вне фирм (хотя и органически взаимосвязанного с микро-инфраструктурой) инфраструктурного комплекса потребительского рынка.

Считаем, что объекты микро-инфраструктуры, превратились в основные объекты при исследовании рынков и на всех уровнях иерархии управления и по всем видам рынков, товаров и услуг.

Для решения данной задачи, прежде всего, необходимо провести исследования в условиях развития рынка потребтоваров и услуг.

В системе стратегической деятельности предприятия для исследования поведения покупателей важное значение имеет организационные факторы, такие как организация рабочих мест менеджеров и маркетологов, которые на основе полученной информации (путем проведения опросов потребителей и других методов сбора информации) занимаются изучением поведения потребителей.

Для проведения анализа количественных и качественных показателей, определяющих потребление услуг, важное место занимает количественная оценка доступности населения к товарам и услугам. Доступность населения достигается различными нижеприведенными способами:

- обеспечение ценовой доступности потребителей через повышение покупательской способности различных слоев населения;
- устранение форм ограничения на доступ к товарам и услугам;
- дифференциация товара в сознание покупателя (позиционирование);

- нормированное обеспечение населения товарами первой необходимости.

Мы считаем, что в условиях рыночного хозяйствования данную проблему можно решить, прежде всего, путем насыщения рынка товарами и закрепления повышения уровня дохода различных слоев населения.

В научной литературе рассматривается перечень факторов, характеризующих основные цели потребителей, государственного регулирования, процесс «производство-потребление», конкуренты, издержки и ценообразование оценивая как зависимость издержек спроса от конкуренции, преодолеваемая за счет учета психофизиологических факторов и т.д.»⁹

Обычно учитывая важность стратегии и тактики производителей и посредников, выделяют разные способы формирования цены.

Исходя из вышеизложенного мы считаем, что главная функция цен и системы формирования цен заключается в обеспечении конкурентоспособности фирм производителей и посредников-продавцов на ПР и участие этих субъектов на сегментах потребительского рынка. Используя результаты проведенных исследований, можно сделать следующие основные выводы:

1. Исследование экономического потенциала ПР территории следует проводить, оценивая производственный и потребительский потенциал в условиях территорий, отраслей и сфер экономики.

2. Внедрение инновации на потребительском рынке считается перспективным и связано со спросом. Поэтому Правительство рекомендует внедрение инноваций на данном рынке.

⁹Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование/И.В.Липец. – М.: Изд-во БЕК, 2001. -307с; Ревинский И.А., Романова Л.С. Поведение фирмы на рынке услуг. Туризм и путешествия. – Новосибирск: Сиб.унив. изд-во, 2001. -304с.; Томас Т. Нэгл, Рид К. Холден. Стратегия и тактика ценообразования. – СПб.: Питер, 2001.-543с.; Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: под общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М., 2001. -560с.

3. Нахождение новых рыночных ниш для инновационных продуктов и услуг открывают возможности увеличения экспорта и развития импортозамещения.

4. Важную роль в инновационном обновлении социокультурной сферы играет государство. Поэтому крупные ресурсы должны выделяться государством на инновационное развитие здравоохранения, образования, культуры и социального обеспечения.

Поэтому важным считаем реализацию «Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года» и выделяем стратегические инновационные приоритеты в развитии потребительского рынка страны.

Важно выделить инновационные проблемы ПР (рис.1).



Рисунок 1- Инновационные проблемы потребительского рынка

Мы выделяем возможности построения комплексов с целью изучения потребительского рынка Таджикистана и формирования его структуры и подсистем.

Важной проблемой при использовании ресурсов является формирование и развитие потребительского рынка (рис. 2).

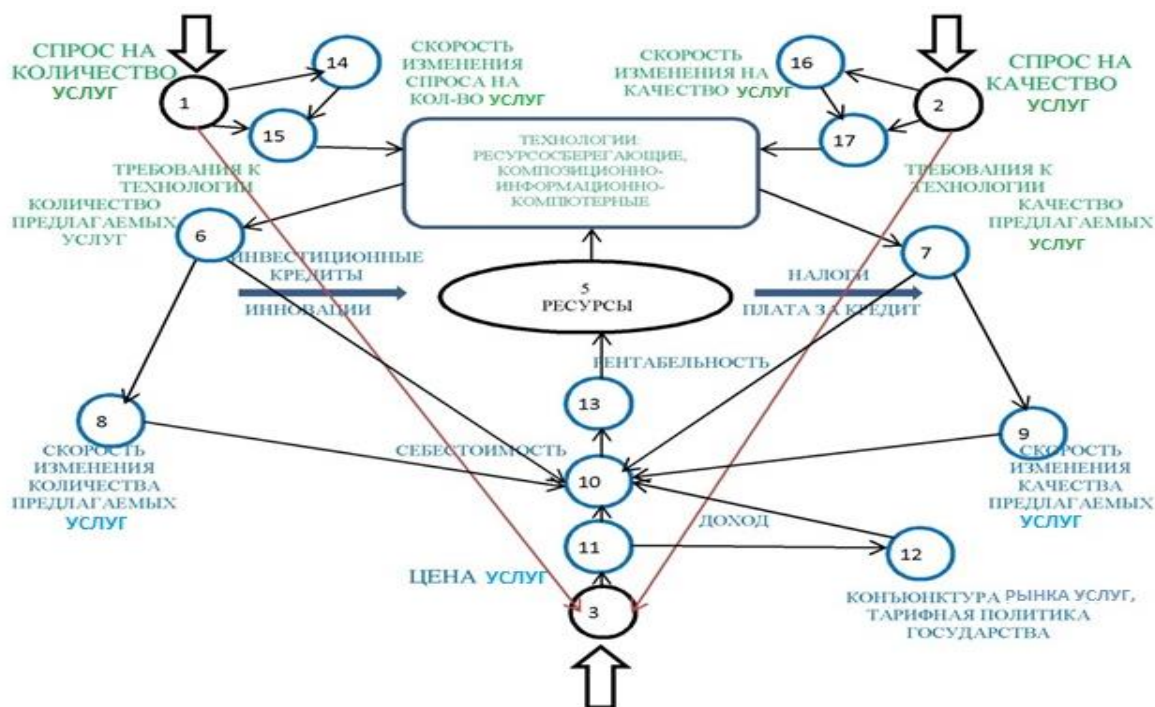


Рисунок 2 - Обобщенная схема построения потребительского рынка

Рассматривая структурную схему построения потребительского рынка, можно прийти к выводу, что существующие проблемы потребительского рынка между собой взаимосвязаны и их совместное исследование считается первоочередным при исследовании проблем ПР.

Фундаментальные проблемы, которые выше были рассмотрены, в целом характеризуют сложность системных задач, стоящих перед потребительским рынком как составной части национальной экономики.

В целом потребительский рынок освобождает экономику из дефицита и создает новые условия для становления и развития, удовлетворяя растущие потребности в товарах и услугах, оптимизируя максимизацию прибыли и эффективное использование финансовых, трудовых и информационных ресурсов в условиях конкретных территорий.

Таким образом, решая инновационные проблемы, может быть осуществлено движение к формированию, функционированию и развитию цивилизованного ПР.

С другой стороны, с целью использования системного подхода при исследовании потребительского рынка целесообразно выделить такие уровни.

На первом концептуальном уровне исследуют субъекты ПР в зависимости от их состояния, состава и развития, а также их специфики.

На втором уровне изучают свойства при оценке развития.

На третьем уровне рассматривают внутренний механизм и условия развития ПР, механизм функционирования и совершенствования, а также вопросы ускоренного развития его инфраструктуры.

На четвертом концептуальном уровне изучают субъекты ПР, регулирование процесса развития и управления, а также применение различных моделей для прогнозирования развития ПР в новых условиях.

Учёт этих уровней позволяет схематично представить системный подход к изучению ПР (рис.3).



Рисунок 3- Системный подход к изучению потребительского рынка.

В целом предложенный системный подход даёт возможность рассматривать потребительский рынок как открытую систему, направленную на формирование человеческого потенциала, а также на развитие инновационного потребительского рынка.

1.2. Потребительский рынок в системе инновационной экономики

В новых условиях экономического развития значительно возрастает происходящие изменения в экономической среде отраслях и сферах экономики, в том числе и на потребительском рынке. Прежде всего, данная характеристика зависит от особенностей функционирования отраслей и их хозяйствующих субъектов.

Сейчас в экономике Республики Таджикистан, характеризующейся уменьшением доходов значительной части населения, инфляцией, неразвитостью финансовых институтов и низкой степенью доверия к ним со стороны большинства населения Таджикистана, развитие ПР отличается высокой степенью изменчивости.

На сегодняшнее время производители нуждаются в инвестициях для восстановления выбывающего капитала и освоение инновационных технологий, а у потребителей товаров сосредоточены значительные наличные денежные средства.

За последние годы уровень потребления в Таджикистане год за годом растёт, и на это повлияли различные факторы, такие как: «повышение уровня жизни населения; развитие рынка потребительских товаров; расширение номенклатуры и унификация товаров; усиление выбора производителей потребителей; увеличение роста числа информационных ресурсов и др.».

При этом на основе оценки удовлетворения потребления выявлено, что происходят изменения в структуре и объеме производства товаров и оказываемых услуг с учетом оптимизации используемых ресурсов.

Для установления причин роста потребления важным считается проведение анализа этапов формирования потребительского спроса в реальных условиях, учитывая динамику потребительского спроса объему розничной продажи товаров.

Результаты экспертных оценок показывают, что в структуре потребительского рынка действует множество потребителей с разными уровнями дохода. Это требует изучения существующей структуры и различных субъективных причин: «состояние здоровья, низкий уровень образования, лень, образ жизни, личные качества, индивидуальные возможности», а также в качестве объективных причин следует рассматривать уровень развития народного хозяйства, занятость населения, безработицу и величину заработной платы работников.

Для успешного решения проблемы потребительского рынка в условиях суверенного Таджикистана важное место занимает совершенствование антимонопольного законодательства и развитие корпоративного управления с учетом усиления роли конкурентных механизмов, устранения корпоративных конфликтов и защиты прав собственников. Последнее приведёт к снижению активности рыночных субъектов при расширении совокупного спроса.

Исходя из вышеизложенных существующих проблем на ПР Республики Таджикистан можно сделать следующие выводы:

- в настоящее время для исследования потенциала ПР Республики Таджикистан необходимо выявить и оценить производственный и потребительский потенциал, который характеризует рассматриваемый сегмент рынка;

- эффективность инноваций на уровне экономики рассчитывается на основе оценки масштабов и темпов роста в сегментах рынка и использования инноваций;

- организация дополнительных рыночных ниш для инновационных продуктов на ПР создают возможности для расширения экспорта и роста импортозамещения;

- по данным ВБ инновации на ПР должны ориентировать внутренние товары (особенно товары первой необходимости и сферы услуг) на повышение уровня конкурентоспособности, увеличения объемов их экспорта и доли во внутреннем потреблении.

- как главный институт мотивации воспроизводства трудовых ресурсов, повышения уровня жизни населения, сохранения и обогащения культурного и научного наследия народа, решающую роль в инновационном обновлении отрасли культуры и социальной сферы играет государство. В связи с этим правительство должно реально оценить процесс коммерциализации в этих сферах, а также оценить уровень затрат в семейных бюджетах населения.

Таким образом, важным считаем реализацию инновационных программ и крупных проектов на потребительском рынке с целью обеспечения населения качественными доступными экологически чистыми продуктами; повышение эффективности использования производственного потенциала сельского хозяйства и АПК страны; развитие пищевой, перерабатывающей и легкой промышленности Республики Таджикистан на основе использования инноваций и постоянного мониторинга условий жизни населения страны и ее регионов.

Системный экономический анализ как методологический инструмент исследования нацелен на выяснение причин реальных сложностей организации потребительской организации на пути достижения конкурентоспособности и на выработку вариантов ее поведения в разных проблемных ситуациях, складывающихся на потребительском рынке.

Анализ выполненных исследований свидетельствует о том, что определение «рынок» сложное при изучении процесса распределения товаров и оказываемых услуг. Ряд отечественных и зарубежных ученых под понятием

рынка рассматривают способ взаимоотношений продавцов и покупателей. Подробное рассмотрение данного определения приведено в приложении 1.

На наш взгляд, «рынок – это институт, сводящий вместе продавцов и покупателей, которые в свою очередь являются продавцами и покупателями». При этом важным считается рассмотрение основных элементов рынка: спроса, предложения и цены, а также согласование спроса и предложения.

С точки зрения физики модернизируем определение рынка следующим образом: «Рынок — это система взаимодействия продавцов и покупателей, посредством цены, который является величиной относительно продолжительности жизни».

Многие типы рынков смогут спонтанно возникать раз за разом, когда одна сторона имеет интерес к товарам (услуг, работ) и другая сторона может эти товары (работ, услуг) предоставить. В связи с этим рынки бывают черными или виртуальными, организовывая различные виды аукционы, ярмарки. Также они бывают электронными, оптовыми, розничной торговли, фондовыми и другими. Кроме того, выделяют: «пищевые розничные, розничные, крупные, специальные аукционные, временные потребительские рынки», а также оптовые, рынки промежуточных товаров, рынок труда, специальные аукционные, временные или в целом деловые рынки».

Нефизические рынки: медиа-рынок, интернет-рынки, искусственные рынки.

Несанкционированные и незаконные рынки: серые рынки (параллельные), рынки незаконных товаров. Кроме того, в зависимости от предмета обмена выделяют «рынки факторов производства, товаров и услуг, финансовые рынки, рынок интеллектуальных продуктов и др.». При этом важно выделить характерный признак потребительского рынка – цены, которые формируются после производства товаров. С другой стороны, важно выделить предметы рынка факторов производства - капитал, земля и недвижимость, а также рынок труда и его развитие.

Кроме того, следует выделить субрынки и рыночные сегменты в условиях осуществления торговых процессов. Кроме того, используя классификацию рынков, важным считаем исследование структуры системы потребительского рынка.

Х.Н. Факеров считает, что «...отрасли потребительского комплекса, производящие товары и услуги для потребительских целей (определяющие рыночное предложение); секторы инфраструктуры, обеспечивающие доставку потребительских товаров и услуг конечным пользователям в соответствии, как с законами распределения, так и с законами рынка; потребителей с их потребительским поведением и доходом, которые определяют платежеспособный спрос на потребительском рынке». Структура потребительского рынка представлена на рисунке 4.

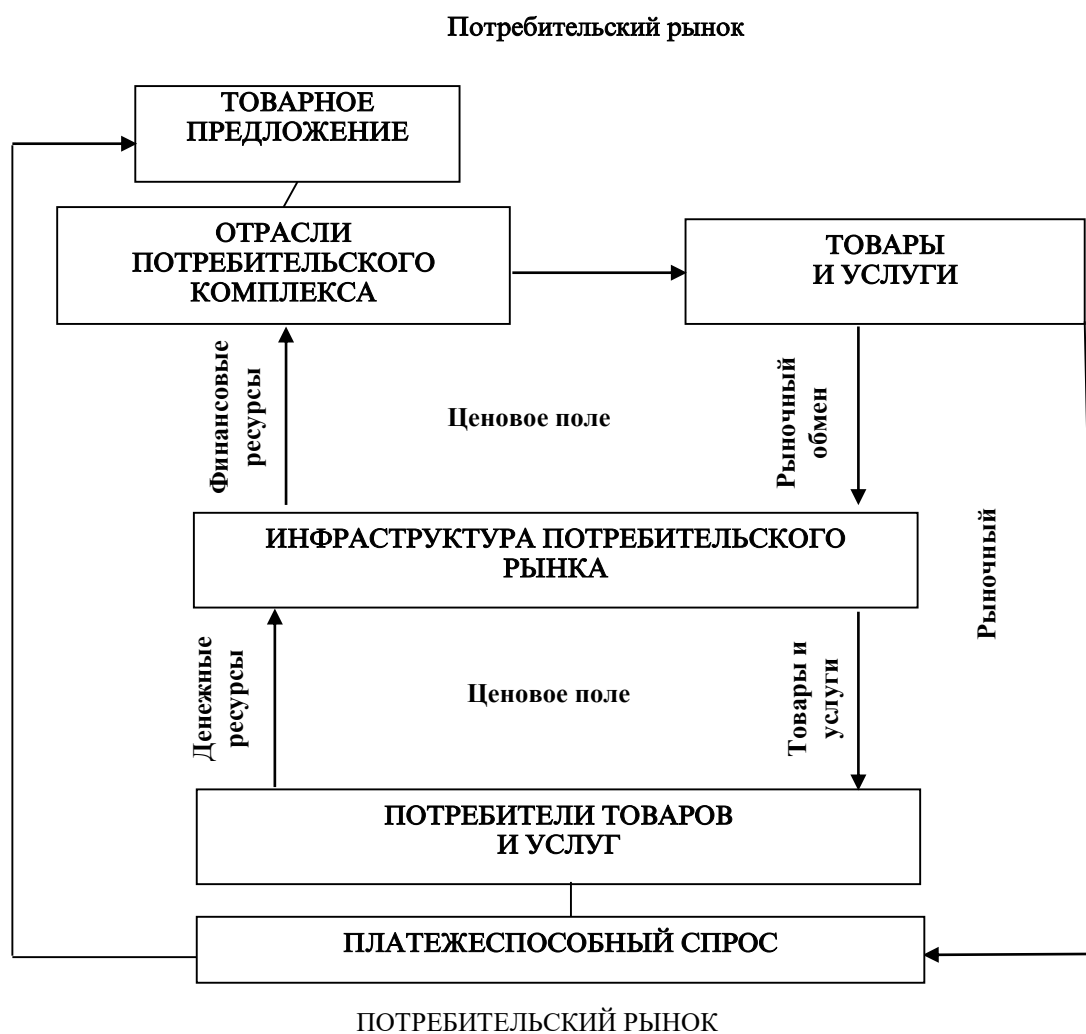


Рисунок 4 - Структурное содержание потребительского рынка

Исходя из этого, связь между этими составляющими происходит под действием «ценового параметра», то есть ценовая политика, которая активно влияет на уровень тарифов на эффективную величину спроса и предложения населения и экономики на товары народного потребления.

В последнее время, по нашему мнению, роль и функции потребительского рынка в развитии экономики на всех уровнях в рамках той или иной территории можно дать только при воспроизводственном и распорядительном подходе.

Потребительский рынок во взаимодействии с другими рынками, обеспечивают потребности населения региона и эффективное функционирование экономики страны.

Следовательно, потребительский рынок – это сложная система, имеющая взаимосвязи со всеми субъектами экономической системы.

Для определения значения потребительского рынка и развития страны, предложена его классификация, которая позволит выработать всестороннее представление о национальном рынке потребительских товаров, основной сложной организованной системе из комплекса подсистем экономики страны (табл.1.1).

Таблица 1.1

Критерии и классификация потребительского рынка

Критерии	Классификации рынков
По использованию товаров	Потребительский рынок (рынок предприятия, отраслевой рынок)
По поведению покупателей	Удобный (активный), специальный рынок, рынок с низкой степенью затруднительного положения рынок с высокой степенью затруднительного положения
По физическим свойствам товара	Рынок скоропортящихся товаров, рынок длительного пользования
По общественному положению	Рынок предметов роскоши, рынок предметов первой необходимости
По демографическому признаку	Рынок по возрасту (полу), размеру семьи, образованию, профессии, религии и т.п.
По географическому признаку	Региональный, национальный, рынок развивающихся и развитых стран и т.п.
По видам сырья	Товарно-сырьевые рынки

Источник: Селезнева Е.Ю. Развитие потребительского рынка как фактор социально-экономической безопасности региона: дисс...к.э.н: 08.00.05/ Екатерина Юрьевна Селезнева.- Киров,2020.-297с.

Особенностью национального потребительского рынка является открытая система, где встречаются угрозы внутреннего и внешнего характера. Также значительную роль играют факторы, влияющие на потребительский рынок (рис. 5).

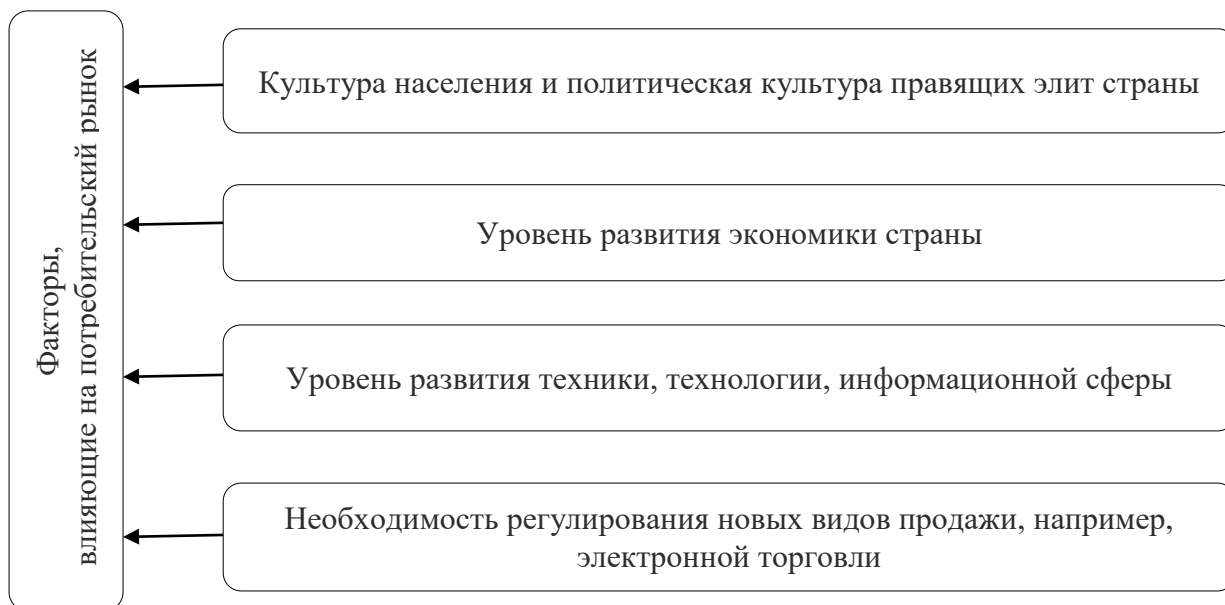


Рисунок 5 – Факторы, влияющие на потребительский рынок

Исходя из этого, считаем, что потребительский рынок страны, также является интегрально-научной категорией, и является важным фактором социально-экономической безопасности.

Однако важно исследовать уровень внутреннего предложения за счет собственной национальной индустрии, потому что из-за не своевременного обеспечения республики необходимыми товарами, может создать большой угрозу. При этом важную роль играет розничная торговля, которая составляет более восьмидесяти пяти процентов всего объема потребительского рынка, удовлетворяющие основные потребности населения.

Кроме того, серьезная угроза заключается в том, что многие товары низкого качества, фальсификация и простроченные товары. Обеспечение безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов, является одним

из важным фактором, влияющего на уровень роста населения и благосостояние общества.

В отечественной и зарубежной научной и учебной литературе основные функции рынка достаточно освещены. Исходя из вышеизложенного аналогично этим функциям можно выделить функции ПР.

Однако «...рынок не функционирует из-за отсутствия соответствующих институциональных механизмов и инфраструктуры»¹⁰ и на основе развития товарно-денежных отношений стал главным механизмом регулирования экономических отношений.

Важно заметить, что в условиях свободного рынка возникает необходимость применения сочетания государственного и рыночного регулирования:

- необходимость государственной поддержки развития потребительского рынка путем инвестирования или финансирования потребительского комплекса, в целях формирования объема предложения на исследуемом рынке;
- низкий размер дохода населения, который не поддерживает платежеспособный спрос на ПР для удовлетворения их потребности в товарах первой необходимости;
- госрегулирование ценового произвола со стороны производителей и посредников, а также финансовых институтов.

Важно заметить, что необходимо исследовать функционирование сегментов потребительского рынка, учитывая демографический принцип, возраст потребителей, пол, состав домохозяйства и другие.

Таким образом, потребительский рынок играет важную роль в структуре национальной экономики, и от уровня его развития зависит обеспечение экономического роста и повышение уровня жизни населения страны и ее регионов.

¹⁰ Факеров Х.Н. Потребительский рынок: проблемы регулирования: монография / Х.Н. Факеров. – Душанбе: «Ирфон», 2012.-103с.

Для развития ПР необходимо госрегулирование всей системы торговой деятельности в Таджикистане, т.е.:

- организовать товарные запасы (в случае чрезвычайной ситуации);
- обеспечить продуктами питания социально-значимые учреждения, то есть детские сады, образовательные учреждения, больницы;
- совершенствовать систему реализации товаров детям, пенсионерам, инвалидам и малообеспеченному населению;
- создать маркетинговые группы для изучения покупательского спроса на товары, которые произведены в стране и ввозимые из дальнего и ближнего зарубежья.

Следовательно, необходимо разработать нижеследующие рекомендации:

- поддержка в деятельности ассоциаций и объединений, которые функционируют на ПР;
- создание объектов инфраструктуры ПР, которые будут обслуживать товародвижение, а также инвестиционный процесс в стране;
- возобновление торговых связей со странами СНГ и дальнего зарубежья;
- совершенствование законодательных основ по применению ввозных таможенных пошлин на товары, которые поступают по договорам между странами.

Исходя из этого, для развития рынка, необходимо создать одну республиканскую коммуникационную программу, куда входят нижеследующие разделы:

- формирование информационного комплекса рынка товаров и услуг района;
- создание информационной базы;
- регулирование системы оптовых ПР.

Легализация товарных и финансовых потоков (налоговые поступления в госбюджет) являются важным фактором, который стимулирует насыщенное развитие нынешних оптовых рынков.

Но, для развития инфраструктуры товарных рынков является ярмарочно-выставочная деятельность, которая будет осуществляться по нижеследующим направлениям:

- плановая организация экспозиций, где будут принимать участие местные товаропроизводители, как крупный инновационный центр в городах, районах;
- разработка отраслевых и межотраслевых экспозиций, а также организация школ лучших практиков и конференций
- организация и проведение действующих выставок «Сделано в Таджикистане»;
- организация и проведение выставочно-ярмарочных мероприятий, где проходит сертификация выставки фирм;
- соблюдение стандарта «выставочная деятельность», «участник выставки-ярмарки»;
- соответствие стандарта «выставочной деятельности», «участника выставки-ярмарки»;
- формирование и развитие инновационных выставочных комплексов;
- совершенствование и разработка комплексов инновационных выставок.

Для определения стратегических инновационных приоритетов в развитии ПР, необходимы принципиальные подходы, где важны нижеследующие программы и крупные проекты в условиях рыночных отношений:

- «гарантия в обеспечении населения качественным, доступным, экологически чистым продовольственным продуктом»;

- формирование нормативно-правовой базы, а также организация и проведение мероприятий для обеспечения устойчивого развития и поддержание конкуренции на потребительском рынке страны и ее регионов;
- внедрение системы менеджмента качества и инновационных технологий на предприятиях пищевой промышленности, АПК и сельского хозяйства, перерабатывающей промышленности в стране и ее территориальных образованиях;
- повышение результативности использования производственного потенциала АПК республики и ее регионов;
- возрождение пищевой, перерабатывающей и легкой промышленности с использованием инновационных технологий производства конкурентоспособных товаров народного потребления в стране;
- дифференциация товара в сознании покупателя;
- проведение мониторинга экологических условий жизни населения страны».

С другой стороны, в соответствии с изменениями в социальных и институциональных системах инновационной экономики Таджикистана и замещения технико-технологических процессов модернизации, требуется не только снижать социальную напряженность, но и способствовать массовому внедрению новой технологии соответствующему ему типу потребления и образа жизни. Для этого необходимо:

- стратегическое планирование НТР, электронное правительство, формирования институтов развития и фонды финансирования инновационных проектов;
- переход к непрерывному инновационному процессу, отнесение расходов на НИОКР на себестоимость продукции, коммерциализация науки и НИИ;

- моделирование с помощью IT-технологии жизненного срока службы продукта;
- поиск альтернативных способов вложения капитала для разогрева потребительского рынка.

В Республике Таджикистан произошел рост экономических показателей за 2000-2020 годы по всем отраслям народного хозяйства. Однако на сегодняшний день состояние потребительского рынка не отвечает требованиям инновационного процесса в стране.

Инновационная политика Республики Таджикистан имеет широкий спектр проблем в:

1. развитии предпринимательства в качестве приоритетной политики в области инновации;
2. продвижении культуры предпринимательства в обществе;
3. совершенствовании механизма финансирования;
4. реализации инновационных проектов и их финансирования;
5. формировании системы массовой поддержки субъектов потребительского рынка на основе микрокредитования;
6. росте производительности труда в разных секторах субъектов ПР.

Вышеперечисленные проблемы инновационной политики Республики Таджикистан определяются рядом взаимообусловленных сдерживающих факторов и ограничений, которые связаны с фактической нехваткой квалификации, знаний, ресурсов, стимулов и возможностей для развития инновационного процесса в стране.

Следовательно, государственная политика в этой области направлена на повышение квалификации кадров, расширение доступа к знаниям, привлечение дополнительных ресурсов, рост эффективности использования имеющихся ресурсов и усиление стимулов и возможностей для инновационного процесса в этом секторе.

В связи с этим, Правительством страны была принята «Программа инновационного развития Республики Таджикистан на период 2011 до 2020гг.» (2011г., 30 апреля, №227).

Показатели инновационной деятельности республики и их динамика за период 2010-2020 гг. приведены в таблице 1.2

Таблице 1.2

Динамика показателей инновационной деятельности Республики Таджикистан за 2010-2020 годы

№ п/п	Наименование показателей	2010 год	2015 год	2020 год
1.	Уровень инновационной активности, %	7,3	7,9	8,1
2.	Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в валовом национальном продукте, %	3,4	4,1	12,5
3.	Затраты на научные исследования и разработки, млн. сомони.	2,3	4,2	6,9
4.	Доля внутренних затрат на исследования и разработки в ВВП, %	0,17	0,18	0,16

Источник: рассчитано автором на основе статического сборника «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021. -702с.

Согласно полученным данным таблицы 1.2 виден минимальный рост основных показателей инновационной деятельности. Однако эти результаты свидетельствуют о недостаточном уровне для перехода в условия инновационной экономики страны.

Мы считаем, что причиной минимального уровня состояния инновационных субъектов потребительского рынка Республики Таджикистан является неразвитость рынка интеллектуальных и инновационных продуктов/работ, а также сфера услуг.

Для формирования инновационной экономики, в сфере ПР существуют барьеры, связанные со спецификой научно-технической продукции (товара), а также с учетом осуществления процесса купли-продажи инновационного продукта/работ/услуг.

Проведенный анализ позволил выявить функционирования потребительского рынка страны на основе выделения рыночных и технологических неопределенностей.

Таким образом, инновационная инфраструктура потребительского рынка, является институт, непосредственно формирующих условия для оптимизации масштабов и эффективной реализации результатов инновационной деятельности и развития ее инфраструктуры. В этих условиях, главным принципом формирования инфраструктуры потребительского рынка считается целенаправленность, наличие совокупности целей, охватывающих научно-технические, организационно-производственные, социально-экономические цели внутри страны.

1.3. Методические основы оценки конкурентоспособности потребительского рынка в условиях инновационной экономики

В диссертации выделено особое место методическим основам оценки конкурентоспособности потребительского рынка в условиях инновационной экономики.

Анализ литературы показывает, что «конкуренция является экономической категорией и её сущность не имеет однозначного толкования» Данное понятие ввел А. Смит и считал, что ее следует рассматривать как «честное соперничество между продавцами за более выгодные условия продажи своих товаров», учитывая цены в условиях учета влияния конкурентных отношений.

Нами установлено, что следует выделить «неоклассический вариант поведенческого толкования конкуренции, предложенный А. Маршаллом,

связанной с борьбой за редкие экономические ресурсы и за деньги потребителя, на которые эти ресурсы можно купить».

Важным считается структурный подход предложенный Дж. Робинсоном, Э. относительно теории 4-х типов рынка: «совершенная и монополистическая конкуренция; олигополия и монополия».

Кроме того, следует выделить функциональный подход для определения конкурентного рынка предложенного Й. Шумпетером на основе оценки способности рынка реагировать на достижения НТП.

Сейчас рассматривается вариант перехода от жесткой конкуренции к сочетанию кооперации и конкуренции, выделяя:

«1. соперничество по вхождению в наиболее эффективные и надежные производственные цепи создания ценностей;

2. борьба за место в существующей системы, так как от этого зависит размер удельного веса получаемой прибыли».

В целом по «ценностно-сетевой концепции, предприятия считаются потенциальными партнерами в создании конечного продукта, чем конкурентами»¹¹.

Согласно Закона РТ от 30.05.2017г. № 1417 «О защите конкуренции», конкуренция – это соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Исходя из этого, можно выделить конкуренцию среди продавцов, среди покупателей и между продавцами и покупателями, учитывая их различные интересы. Также конкуренция является многоуровневым явлением и проявляется в микроэкономике, макроэкономике и мезоэкономике на основе

¹¹Бернвальд А.Р., Ефимовская Л.А. Бедность: понятие, критерии оценки, пути преодоления/А.Р.Бернвальд, Л.А.Ефимовская. – Новосибирск: СУПК, 2003.-36с.

уточнения различных способов достижения конечного результата ¹². Множество типов конкуренции, имеющие различные формы приведено в приложении 2.

Конкурентоспособность потребительского рынка в условиях инновационной экономики зависит от применения инновационных научно-технических решений, темпов обновления и широкого распространения передовых технологий, стимулирования наукоёмких производств. Поэтому необходимо создавать условия для генерации новых научных и технологических знаний, поддерживать фундаментальную и прикладную науку и ориентировать её на потребности экономики. Развитие науки и технологий является основой для модернизации экономики, создания современной конкурентоспособной экономической системы.

Вместе с тем, в научной литературе выделяют «недобросовестную конкуренцию», «свободную или регулируемую конкуренцию».

При этом факторы, которые влияют на степень и характер конкуренции на рынке соответствуют модели М. Портера – «5 конкурентных сил» (рис.6):



Рисунок 6 - Существующая модель конкурентных сил, предложенной М. Портером

¹² Бессонова, Н.Ю. Инфраструктура потребительского рынка региона: проблемы управления резервами / Под ред. С.Н. Семенова. – Саратов: СГСЭУ, 2006. – 252 с.; Биржевое дело: под ред. В.А. Галанова, А.И. Басова. – М.: Финансы и статистика, 2000; Гатауллин Р.Ф. и др. Развитие потребительского рынка крупного города в условиях глобализации экономического пространства/ Р.Ф.Гатауллин, А.У. Байгильдина, А.Г. Каримов// Фундаментальные исследования. – 2015. – № 12-1. – С. 122-127; URL: <http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=39377> (дата обращения: 10.01.2019).

В целом эти модели можно использовать для оценки конкурентных сил на потребительском рынке.

Важно заметить, что формирование конкурентной среды имеет динамический характер и его элементы влияют на деятельность хозяйствующих субъектов, ускоряя или замедляя их развитие, выявляя преимущества отдельных из них. Поэтому «конкурентоспособность», факторы её роста или снижения, методика оценки и конкретные показатели её характеризующие приобретают полный смысл и становятся актуальными в условиях изменяющейся рыночной конкурентной среды.

Исследование экономических процессов или явлений следует начинать с рассмотрения существующего понятийного аппарата. На рисунке 7 представлены объекты, к которым можно применить конкурентоспособность, ибо в зависимости от них меняется его содержание. В связи с этим изучение проблемы конкурентоспособности и выявление её сущности ограничивается уровнем организации потребительской кооперации.

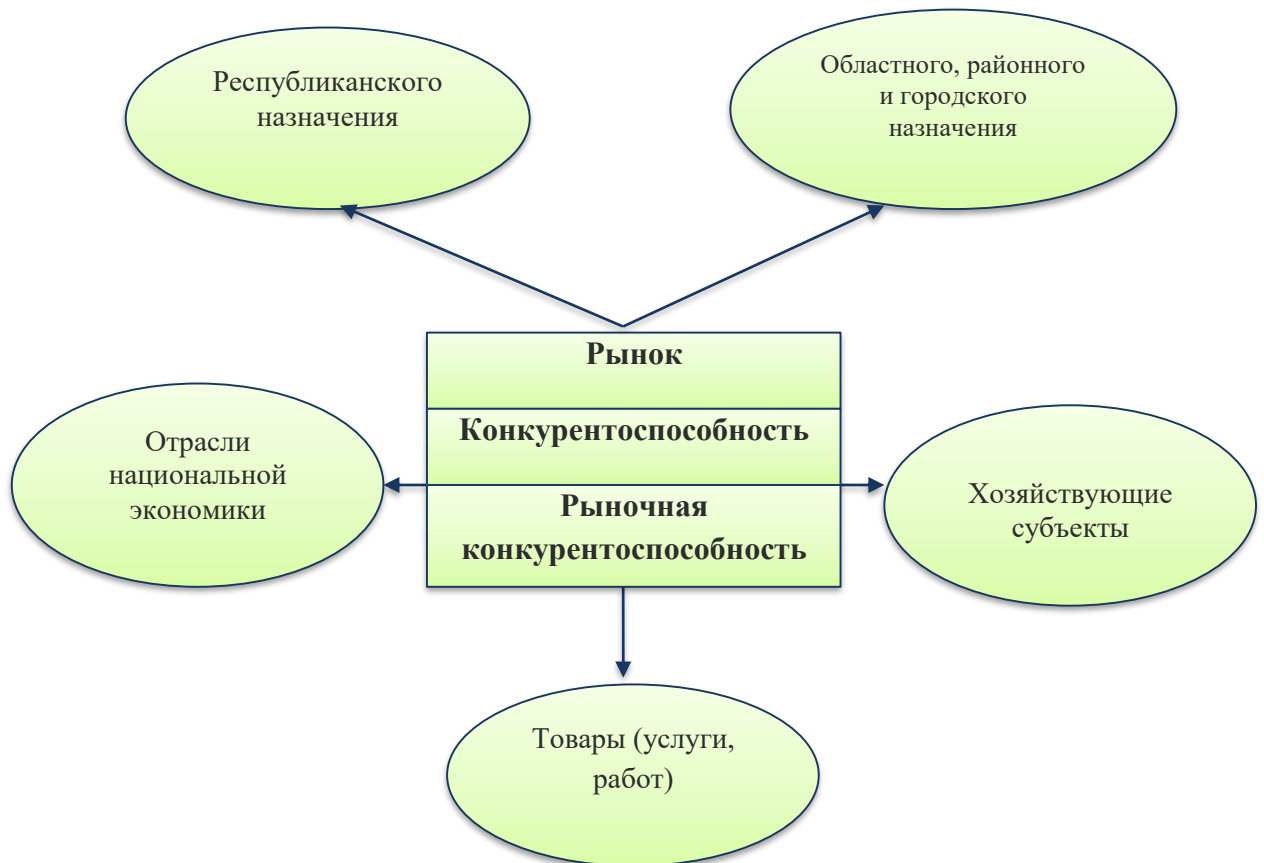


Рисунок 7- Виды и уровни рыночной конкурентоспособности

Необходимо подчеркнуть, что когда исследуют понятие конкурентоспособность, то в основном исходят от конкурентоспособности товара (услуг, работ).

Исходя из этого, соглашаясь с основательным определением конкурентоспособности предлагаемым М. Портером, необходимо уточнить и развить его: применительно к уровню основного звена экономики конкурентоспособность организации (предприятия) – ее способность на одинаковых условиях выступать лучше, чем другие действующие субъекты на ПР, формируя и используя конкурентные отличия, создающие преимущества организации по сравнению с другими конкурентами.

Совершенно по-разному трактуется термин конкурентные отличия как условия создающие преимущества. Эти отличия могут заключаться в высокой компетентности предприятия для привлечения и сохранения потребителей¹³, а также сохранения лидирующих позиций в народном хозяйстве, в поддержании действующих жизненных стандартов»¹⁴.

Конкурентоспособность предприятия, прежде всего, зависит от освоения нового сегмента рынка товаров (услуг) или быстрого реагирования на изменение его конъюнктуры, условия ведения хозяйственной деятельности, требований к качеству товаров (услуг) и др. Для данной стратегии предприятию необходима организационная гибкость, формирование и развитие стратегического потенциала. Стратегический потенциал каждое предприятие формирует самостоятельно.

В рамках теории конкурентоспособности М. Портера особое внимание уделяется изучению факторов, влияющих на конкурентоспособность организации/предприятия. В обобщенном виде совокупность факторов представлена на рисунке 8¹⁵.

¹³ Мескон М., Хедоури Л. Основы менеджмента – М.: Экономика, 1992. – 686 с.

¹⁴ Грэйсон Дж. И. Американский менеджмент на пороге XXI века: пер. с англ./Дж.И.Грэйсон – М.: Экономика, 1991. 312 с.

¹⁵ Портер М. Конкуренция. – М.: ИД «Вильямс», 2000. – 495 с.

Учитывая эти факторы, определяют спрос и снижение спроса на товары на рынке, это приведет к снижению возможности увеличения объемов хозяйственной деятельности предприятия, а также повышения цен на товары (услуги).

Данная ситуация наблюдалась в переходной экономике Таджикистана и других странах на начальном периоде постсоветского развития экономики.

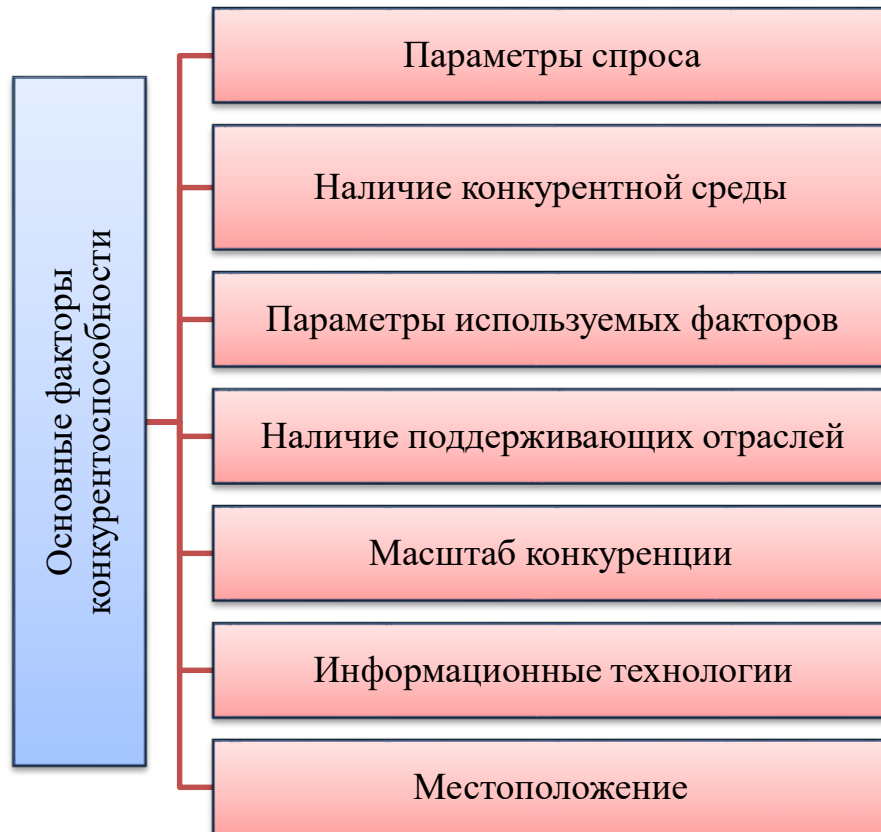


Рисунок 8 - Факторы конкурентоспособности (по М. Портеру)

Конкурентная среда, как фактор, влияющий на конкурентоспособность, ориентируется на поиске механизма повышения эффективности использования ресурсов и производственно-хозяйственной деятельности предприятий и их структурных подразделений. При этом нужно иметь в виду, что устойчивые различия на уровне производительности труда зависят в основном от существующих отличий и от других возможных позиций.

Мы считаем, что конкуренция предполагает появление на потребительском рынке новых хозяйствующих субъектов с совершенным производством и наименьшими затратами или торгово-технологическими

процессами. В структуре национальной экономики Таджикистана ряд отраслей испытывая серьезные трудности и работают убыточно, в то время как некоторые из них функционируют прибыльно, т.е. успешно с точки зрения финансовых результатов. Необходимо заметить, что организация, когда обнаруживает, что она начинает «пробуксовывать» если не имеет необходимого стратегического мышления, то наносит себе непоправимый ущерб. В целом, конкурентная среда стимулирует поиск тех конкурентных отличительных преимуществ, которые определяют позиции предприятия, соответствующие ее стратегическим интересам.

Степень использования экономических ресурсов и конкретных их видов, используемых в хозяйственном процессе, имеет важное значение.

На основе проведенного исследования нами установлено, что конкурентоспособность основана на повышении эффективности использования материальных, трудовых, финансовых и иных видов ресурсов. Предприятия и организации могут стать конкурентоспособными при наличии надежных поставщиков и партнеров. Так, производители сырья и материалов, оборудования осуществляют поставку своих товаров строго по договорным обязательствам.

В современных условиях информационно-коммуникационные технологии считаются факторами, обеспечивающими конкурентоспособность предприятий. Информационные технологии также дают возможность провести более разносторонний анализ использования расширенных данных о складывающейся ситуации на рынке или сегменте, где функционируют конкурирующие предприятия/организации.

Для обеспечения конкурентоспособности предприятий важное место занимает их местоположение или так называемые - кластеры. Выявленные кластеры необходимо рассматривать при рассмотрении теории конкуренции и их влияния, а также место их размещения в условиях глобальной экономики. Превалирование кластеров в структуре экономики страны, а не изолированных предприятий, показывает важность выделения характера конкуренции и роли

размещения хозяйствующих субъектов в территориях и их конкурентных преимуществ.

Поддерживаем точку зрения тех, кто считает концепцию кластеров как новый способ видения экономики. В ней указывается новая роль предприятий, органов государственной и местной власти и других хозяйствующих субъектов.

Также для определения уровня развития конкуренции, степени влияния различных факторов на конкурентоспособность и выбора стратегической позиции, выполняют анализ внутренней и внешней среды по силам. Следовательно, предприятия/организация в процессе построения стратегических позиций, могут влиять на изменение давления этих сил в свою пользу.

Риск входа на рынок потенциальных конкурентов является конкурентной силой, которая создает угрозу прибыльности организации. В случае незначительного риска, организация (производитель) может увеличить цену, и, следовательно, свои доходы. Конкурентная сила определенного фактора во многом зависит от уровня барьеров входа на отраслевой рынок. Выделяют три основных источника этих барьеров:

- приверженность покупателей к торговой марке существующих производителей (желающие, войти на данный рынок предприятия должны перекрыть это значительными капитальными вложениями);
- значительное преимущество существующих организаций на данном рынке по издержкам (новым конкурентам трудно достичь данного преимущества);
- экономия на масштабе (как обычно данное преимущество имеют организации с большими размерами).

В качестве конкурентной силы, выступает острота соперничающих организаций, существующих в данной отрасли. То есть, следует выделить отраслевую конкуренцию, условия спроса, стоимость выхода предприятия из отраслевого рынка.

Мы считаем, что степень консолидации в отрасли влияет на ее структуру и конкуренцию в нем. В этом случае успех данной тактики зависит от возможностей организаций, действующих в отрасли по осуществлению политики дифференциации продукции.

Рост спроса на товары, выпускаемые предприятиями производства, ведет к умеренной конкуренции, хотя существует угроза использования больших возможностей для экспансии. При этом, организации могут увеличить скорость оборота, следовательно, быстрого возврата капиталовложений, и это делает такие организаций более привлекательными. При этом снижение спроса на товары отрасли вызывают большую напряженность конкуренции, и в этом случае, предприятия могут отобрать рынки сбыта товаров только у других предприятий-конкурентов. Отсюда уменьшение спроса составляет главную опасность усиления конкуренции.

При снижении спроса на товары и услуги барьеры выхода становятся серьезной опасностью для организации. Для предприятий барьерами выхода считаются факторы экономического и эмоционального характера, которые удерживают его, даже если их доходы малы. Уменьшение спроса часто приводит к появлению излишних основных фондов. Это ведет к интенсивности ценовой борьбы, так как предприятия пытаются использовать имеющиеся основные фонды, понижают цены. При этом высокая фиксированная стоимость выхода из отрасли сопровождается увольнением рабочих, что негативно может оказать влияние на деятельность организации.

Нужно учитывать также эмоциональное тяготение организации к отрасли и экономической зависимости от неё (примером может служить такая ситуация, когда предприятие не диверсифицировано и оно вынуждено остаться в структуре отрасли).

Необходимо отметить, что на этой стадии неценовая конкуренция между предприятиями играет наибольшую роль и, она необходима для предприятий, которые используют преимущества дифференциации товаров (услуг и выполняемых работ).

Более мощным считается давление со стороны организации-поставщиков в случаях, когда поставляемый им товар имеет мало заменителей и данный товар является важным для потребителей. В случае поставки таких товаров покупателям трудно приходится переключаться с одного вида товара на другой. При этом абсолютно не важны, какими являются снабжающие фирмы.

Угроза появления товаров-заменителей приведет к серьезной угрозе со стороны конкурентов, из-за ограничения роста цены предприятий и ее прибыльности. Наряду с этим, если товар, поставляемый организацией, имеет себе полных заменителей, то возможно повышение цены и получение дополнительной прибыли, и тогда при разработке стратегии рыночной деятельности организаций эти факты должны быть использованы.

Анализ степени влияния конкурентных сил в целом на состояние отрасли и деятельность хозяйствующих субъектов показывает, что чем сильнее эти силы, тем выше интенсивность конкурентной борьбы.

Важно заметить, что сильной стороной указанной концепции является то, что бизнес рассматривается как динамичное движение в будущее, а лидерами могут стать даже небольшие предприятия, в том случае если они будут побеждать в конкуренции не ресурсами, а умением и опытом ведения работы. Проведенный анализ мировой практики хозяйствования свидетельствует, что обладание предприятий большой долей рынка еще не является критерием его успеха. Важным является то, что предприятия должны создавать рынки будущего и занимать ключевые позиции на этих рынках.

Вместе с тем необходимо отметить и слабую сторону этой концепции. В условиях национальной экономики Таджикистана, то здесь количественно преобладают малые и средние предприятия и число лидеров ограничено.

Для определения конкурентоспособности потребительского рынка необходимо использовать приемлемый метод и оценку конкурентоспособности потребительского рынка в условиях Республики Таджикистан.

Оценку конкурентной среды на рынке считаем процессом для комплексного исследования состояния торговой сферы, т.к. она позволяет

оценить состояние объема товарооборота среди конкурентов, изучая тенденции изменения и поведения» конкурентов на изучаемом рынке.

При этом интенсивность конкуренции между субъектами рынка определяется по формуле:

$$U_c = \sqrt{Y * R * I}, \quad (1.1)$$

где: « U_c - интенсивность конкуренции субъектов ПР;

Y - среднее геометрическое агрегированных коэффициентов, отражающих динамику;

R – рентабельность, %;

I – удельный вес конкурентной активности».

При интенсивности конкуренции U_c ближе к 1,00, конкуренция на ПР обостряется. В условиях, когда Y и R не известны, тогда показатель интенсивности конкуренции не рассматривается¹⁶. Расчет динамики ПР, проводится на основе характеристики объема товарооборота субъектов по формуле:

$$T_T = \frac{Y_{i-1}}{\left(\frac{12Y_i}{t}\right)+1}, \quad (1.2)$$

где: T_T - динамика объема реализации продуктов субъектами розничной торговли на рынке;

Y_{i-1} - объем товарооборота розничного торгового субъектов, на рынке в отчетном году, сомони;

Y_i - объем товарооборота розничного товарооборота в базисном году, сомони.

Используя формулу (1.2), даем оценку динамики ПР за 2019 – 2020 годы.

$T_T = 1,12$. «Максимальные диапазоны показателя динамики рынка находятся в пределах 140,0%, а минимальные 70,0% в год. Предположим, что

¹⁶ Фокина О.В. Методология обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур сферы общественного питания на основе маркетинговой компетентности: дисс. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Фокина Ольга Александровна. - СПб, 2015. – 347с.

если $T_T > 1,40$, то потребительский рынок находится в состоянии ускоренного роста, при изменении от 1,40 до 0,70 ПР проходит состояние депрессии и ограничен, если $T_T < 0,70$, то ожидается кризис на товарном сегменте потребительского рынка».

Используя эти результаты рассчитываем интенсивности конкуренции. Тогда:

$$Y = 1,40 - \frac{T_T}{0,70}, \quad (1.3)$$

В условиях, если $T_T > 1,40$, то $=0$; при $0,70 < T_T < 1,40$, а если $T_T = 0,70$, то интенсивность конкуренции равна 0.

При этом, показатель интенсивности конкуренции характеризует ее остроту на рынке, тогда если интенсивность конкуренции равно 1,00 то она максимальна на рынке и $Y=0,42$.

Результаты анализа свидетельствуют о том, что сейчас рынок, находится в состоянии депрессии. Об этом свидетельствует показателю $Y = 0,42$, и показывает о невысоком уровне конкурентных отношений на рынке.

Важным показателем для оценки в условиях потребительского рынка считается рентабельность продаж, определяющий по формуле:

$$R_p = \frac{P_{rt}}{12 W_t}, \quad (1.4)$$

где: « P_{rt} - прибыль, полученная конкурентами в рассматриваемом периоде, в сомони;

W_t - выручка конкурентов от реализации товара на конец анализируемого периода, в сомони;

t - длительность анализируемого периода, месяц».

Тогда $R_p = 0.27$.

«Затем рассчитывается коэффициент интенсивности конкуренции по рентабельности (R). Если имеется неравенство $0 < R_p < 1$, то : $R=1- R_p$; а в случае $R_p < 0$, рентабельность стремится к 1,00. Тогда: $R = 1 - 0,27 = 0,73$ ».

«На следующем этапе определяют интенсивность конкуренции по распределению рыночных долей (I) по формуле:

$$I = 1 - \frac{\sigma_s}{S_d}, \quad (1.5)$$

где: σ_s - дисперсия рыночной доли предприятия розничной торговли;

S_d - средняя рыночная доля предприятий розничной торговли».

Расчет дисперсия рыночной доли предприятия розничной торговли, проводится по формуле:

$$\sigma_s = \sqrt{\frac{\sum_{m=1}^n (S_i - \bar{S})^2}{n}}, \quad (1.6)$$

где: S_i - доля рынка предприятий розничной торговли, %;

\bar{S} - средняя рыночная доля предприятий розничной торговли, %;

n – число предприятий розничной торговли на продовольственном рынке.

Поставляя числовые значения показатели S_i , \bar{S} , и n в формуле (1.6) вычисляем, если дисперсия рыночной доли субъектов потребительского рынка равна 4,89%, тогда:

$$I = 1 - \frac{4,89}{5,52} = 0,114$$

При этом интенсивность конкуренции, чем выше, тем ниже коэффициент вариации рыночных долей на конец изучаемого периода.

$$U_c = \sqrt{0,42 * 0,73 * 0,114} = 0,186$$

Полученный результат свидетельствует о том, что уровень конкуренции на ПР не очень высок.

Особое место при проведении исследований занимает оценка уровня монополизации ПР на основе анализа показателей рыночной концентрации на основе расчета: «коэффициент рыночной концентрации»¹⁷:

Расчет коэффициента рыночной концентрации проводится по формуле:

$$CR = \frac{(V_1 + V_2 + \dots + V_n)}{V_t}, \quad (1.7)$$

где: CR – уровень концентрации потребительского рынка, %;

¹⁷ Фокина О.В. Методология обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур сферы общественного питания на основе маркетинговой компетентности: дисс. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Фокина Ольга Александровна. - СПб, 2015. – 347с.

$V_1+V_2+\dots+V_n$ – объем товарооборота предприятий розничной торговли, сомони;

V_t – общий объем товарооборота предприятий розничной торговли, сомони.

Тогда $CR= 41,02\%$.

Уровень концентрации показывает монополизм розничного торгового предприятия по отношению к потребителям и поставщикам. Поэтому рассчитывается индекс рыночной концентрации Херфиндаля - Хиршмана (НН). Он рассчитывается как сумма квадратов долей, занимаемых на потребительском рынке всеми действующими на нем современными торговыми предприятиями и магазинами:

$$НН = \sum_{i=1}^n Si^2 \quad (1.8)$$

На основе долей всех действующих субъектов и супермаркетов занимаемых на потребительском рынке рассчитан индекс рыночной концентрации Херфиндаля - Хиршмана:

$$НН = 991,13$$

В соответствии с уровнем значений коэффициентов концентрации и индексов Херфиндаля - Хиршмана ПР делится на три составные части: *низкая, средняя, высокая* (табл.3).

Таблица 1. 3

Показатели	Уровень	Концентрация низкая	Концентрация средняя	Концентрация высокая
Индекс концентрации CR-3	Менее	45,00%	45,00%- 70,00%	70,00%- 100,00%
Индекс Херфиндаля - Хиршмана	Менее	1000	1000-2000	2000-10000

Источник: расчеты автора

Используя показатели рыночной концентрации, дается оценка монополизации на рынке продовольственными товарами, изменении размещения на нем предприятий розничной торговли.

В целом, результаты проведенных исследований свидетельствуют о том, что виды субъектов ПР по реализации продовольственных товаров в стране относятся к низко-концентрированному рынку. И это объясняется высокой емкостью рынка и недостаточным числом предприятий розничной торговли, функционирующих на нем.

На современном этапе экономического развития к социальным задачам, относятся удовлетворение платежеспособного спроса населения на потребтовары и услуги, максимизации прибыли при усилении конкуренции между хозяйствующими субъектами и повышение качество торгового обслуживания потребителей с учетом национальных особенностей жителей Таджикистана

Повышению конкурентоспособности возможно при интеграционной стратегии малых предприятий, дающей возможность формировать и развивать их конкурентные преимущества, обеспечивать устойчивое положение на рынке, быть привлекательными для привлечения инвестиций. Ряд предприятий розничной торговли, относятся к малым, и поэтому приоритетным считаем вертикальную и горизонтальную интеграцию, особенно оптовых и розничных торговых предприятий, а также создания ассоциации.

Необходимо отметить, что в перспективе возрастает накал конкурентной борьбы, а в конкурентной среде будут функционировать инновационные компании XXI века. В развитии бизнеса происходит смена стадии линейного эволюционного развития и непрерывных пошаговых изменений стадией революционных потрясений. Суть этой смены, по нашему мнению, состоит в том, что сначала предприятия, в отличие от традиционных предприятий занимают большую долю рынка, а также имеющие активы.

Для усиления преимущества и возможности организации необходимо иметь «цифровую», «электронную», и корпоративную культуры. Например, использование Интернета способствует де бюрократизации управления,

применение дистанционных методов деловой активности сотрудников, оптимизации управления по горизонтали и др. Рационализация отношений между партнерами приведет к эффективности и активизации использования трудового фактора и, в конечном итоге, способствует обеспечению конкурентоспособности организации.

Исходя из вышеизложенного, конкурентоспособность предприятия – это экономическая категория, характеризующая ее способность на одинаковых условиях выступать на рынке, лучше, чем конкурент, формируя и используя конкурентные отличия, которые создают преимущества организации по сравнению с другими конкурирующими хозяйствующими субъектами.

В связи с тем, что сфера обмена на ПР имеет важное место то считаем, что ее состояние является фиксированным и постоянным.

В сфере обмена функционируют экономически независимые хозяйствующие субъекты, в том числе и организации потребительской кооперации (ОПК). Исходя из этого, можно констатировать, что товарный обмен — это обмен независимых экономических хозяйствующих субъектов. Поэтому данную сферу называют «рынок».

Рынок как система обмена товара на деньги и наоборот, выступает как результат материально-духовной деятельности производителей и покупателей имеет сложную структуру рынка продовольственных товаров. Вместе с тем это не означает, что ПР в условиях формирования и функционирования рыночной экономики утрачивает свои специфические черты существования.

Для классификации ПР используется информация об объемах, товарно-групповой структуре и темпах роста розничного товарооборота.

Основным источником поступления товаров в личное потребление населения и их использования является торговля, а главным её показателем – розничный товарооборот (табл. 1.4).

Продовольственные товары	47,8	46,2	45,8	48,1	49	49	49,6	48,4	48,4	48,3	0,5
Непродовольственные товары	52,2	53,8	54,2	51,9	51	51	50,4	51,6	51,6	51,7	-0,5

Источник: рассчитано автором на основе статического сборника «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021. – С. 637.

Структура товарооборота с точки зрения теории и практики современной торговли считается прогрессивной, если в ней увеличивается доля непродовольственных товаров. Согласно данным таблицы за рассматриваемый период розничная продажа продовольственных товаров возросла более чем в 4,3 раза.

Произошли структурные изменения в товарообороте и на рынке продовольственных товаров (табл.1.6).

Таблица 1.6

Динамика темпов роста и структурные изменения в розничной продаже продовольственных товаров в Республике Таджикистан за 2019-2020годы

Наименование	Темпы роста	Удельный вес, % к итогу		отклонение
	2020г. в % к 2019г.	2019 г.	2020 г.	
Продовольственные товары, в том числе	96,7	100,0	100,0	-
Мясо и колбасные изделия	110,6	13,50	15,3	+1,8
Рыба и морепродукты	103,0	0,52	0,52	-
Консервы	99,3	0,53	0,54	+0,01
Жиры и маргарин	101,5	7,40	7,63	+0,23
Молоко, сыр	100,7	1,70	1,62	-0,08
Яйца	105,7	1,16	1,16	-
Сахар, кондитерские изделия	102,2	2,50	2,58	+0,08
Чай	110,7	1,94	1,94	-
Хлеб и хлебобудничные продукты	91,4	1,83	1,83	-
Картофель	84,5	3,14	3,14	-
Овощи и фрукты	97,5	2,87	2,87	-
Алкогольные и безалкогольные напитки	107,3	0,67	0,67	-
Прочие	89,4	6,50	5,35	-1,15

Источник: рассчитано на основе статического сборника «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021. - С. 631.

Модификация в ассортиментной структуре розничной продажи продовольственных товаров связана с повышением удельного веса мяса и рыбопродуктов, консервов, жиров, яиц, сахара и кондитерских изделий, овощей, фруктов и других ценных продуктов. Доля хлеба и хлебопродуктов, включая макаронные изделия, крупы и бобовые снизилась на 3,7 процентных пункта.

Потребительский рынок разделяется на различные сегменты и в теории маркетинга называется «сегментация рынка»¹⁸. В таблице 1.7 приведена классификация продовольственного рынка¹⁹.

Таблица 1.7

Основные виды продовольственных рынков и их классификация

Критерии классификации	Классификация (название) рынков
Вид продовольствия	Товарные рынки вида продовольствия (мяса и мясопродуктов, сахара, молока и молочных продуктов, овощей, безалкогольных напитков и т.д.)
Физические и химические свойства продовольственных товаров	Рынок скоропортящихся продовольственных товаров, рынок продовольственных товаров длительного хранения
Демографический признак	Рынки по возрасту, полу, размерам семьи, по национальному признаку и т.д.
Поведение покупателей	Активный рынок, рынок с особенностями, рынок с высокой степенью затруднительного положения покупателя
Роль в потреблении	Рынок предметов первой необходимости, рынок деликатесов и др.
Территориальный признак	Региональный, национальный рынок и др.

В условиях рыночных преобразований приоритетным считается необходимость государственного регулирования цен на значимые продовольственные товары. Мировой опыт показывает, что цены на продовольственные товары в той или иной степени подвержены прямому или

¹⁸ Маркетинг: под ред. Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 631 с.

¹⁹ Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах/П.С.Завьялов. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 496с.

косвенному воздействию со стороны государства, хотя уровень воздействия, а также механизмы данного процесса в равных странах разные.

Госконтроль и государственное регулирование над ценами определяются государственными органами на основе рассмотрения следующих типов рынка: «совершенная конкуренция, несовершенная конкуренция, монополия и олигополия».

При этом надо выделить «автономность участников обмена, то есть, продавцы и покупатели между собой не связаны» и указывать на то, что «отсутствует дифференциация продовольствия; существует юридическая свобода входа на потребительский рынок и выхода из данного рынка; имеется доступная информация о положении дел, которая доступна всем участникам исследуемого рынка».

Оценивая использование механизма совершенной конкуренции, следует отметить, что ПР удовлетворяет спрос потребителей с наименьшими издержками, и они могут быть изменены под действием государства на основе изменения цены на продовольственные товары.

Несовершенная конкуренция имеет место, когда на рынке действует ограниченное число продавцов или покупателей и их действия влияют на механизм ценообразования, как главного фактора конкурентоспособности.

Кроме того, на рынке продовольственных товаров действует только один продавец, и определяющий цену на товар, получая монопольную ренту.

Анализ показывает, что в бывших республиках СССР РПТ присущи характеристики несовершенной конкуренции или монополии и цены продтоваров не всегда учитывают издержки, а государство сохраняет контроль над формированием цен.

Государственный контроль и регулирование осуществляется государством разными способами. В целом в разных странах мира используется разная политика в области ценообразования.

Таким образом, сравнивая действующий опыт в странах СНГ, считаем, что существует дифференциация действия правительства на

продовольственный рынок. В Российской Федерации, например, правительство, стремится отказаться от прямого определения цен на товары, а в Республиках Таджикистан и Узбекистан в процессе ценообразования правительство часто использует меры экономического и административного характера на отдельные продовольственные товары.

Вопрос оценки конкурентоспособности возможно на основе выбора универсального показателя, а также различных факторов для оценки. Эффективность инновационной деятельности становится основной детерминантной успеха производственной деятельности, а инновационная конкуренция распространилась не только на деятельность товарных рынков, но и на рынки труда и капитала, по результатам анализа и мониторинга.

Теперь переходим к анализу современного состояния и развития потребительского рынка Республики Таджикистан.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

2.1. Социально-экономическая среда формирования и развития потребительского рынка

В настоящее время решение стратегии развития рыночной экономики стран, испытавших административную систему управления обществом, являлась логикой требований глобализации. В странах реализовывающие реформы в целях создания эффективной деятельности качества управления социально-экономическими процессами, необходимо решение задачи, то есть создать инновационную модель развития, для выявления их проблем.

Основная проблема состоит в том, что в современных условиях большинство стран пытаются войти в мировую экономику, то есть, в международный финансово-экономический институт, где должны соответствовать экономическим требованиям МВФ, Всемирного Банка и стандартам ВТО.

В девяностых годах стали разрабатываться собственные стратегии социально-экономического развития на среднесрочный и долгосрочный периоды.

Изучив работы ученых²⁰, было установлено, что осуществление реформ в рамках стратегии социально-экономического развития, является важным. Исходя из этого, необходим учёт для обоснования перспектив ее развития, трансформация системы экономических отношений, то есть биосоциальные отношения (человеческий фактор, национальные традиции).

К середине девяностых годов страны СНГ стихийно и пугливо принимая поэтапно теорию эволюционного развития экономики, подверглись катастрофической ситуации.

²⁰Абалкин Л.И. Российская школа экономической мысли: поиск самоопределения//Л.И.Абалкин // Вопросы экономики.- 2001. - № 5. –С.4-18.; Каюмов Н.К. Стратегические приоритеты углубления экономических преобразований // Экономика Таджикистана: стратегия развития. – 1998. - № 1.-С.45.; Рыночная экономика Казахстана: проблемы становления и развития. В двух томах / Под. ред. М.Б. Кенжегузина. – Алматы, 2001.- 487с.

Реализация экономических реформ, это принцип преемственности, проявляющаяся сформировавшейся структуры экономики. Здесь необходимо соблюдать все имеющиеся требования, которые позволят не только приобрести синергетический эффект, но и минимизировать результативность экономики.

Это также присуще для Таджикистана, так как в тысяча девятьсот девяносто пятом году не было научно-обоснованной программы, учитывающий характер эволюционности развития, используя рекомендации МВФ и ВБ, которые проводились в странах СНГ. Кроме того, следует отметить, что в 1991 году экономические реформы в некоторых отраслях и направлениях, после гражданской войны в тысяча девятьсот девяносто втором году, произошёл негативный переворот, который позволил заниматься экономическими преступлениями.

Для эволюционного развития экономики и реформы правительством Республики Таджикистан в 1992 году для перехода к рыночным отношениям были приняты законы «О предпринимательской деятельности» от 30.06.1992г., №99²¹, «Об иностранных инвестициях» от 10.03.1992г., №554²², а также от 25.06.1993г., №792²³, «О предприятиях». Однако в этот период времени не было возможности их реализовать для роста уровня жизни населения, потому что многие предприятия были приватизированы, увеличилась численность частных субъектов экономики в малом секторе, производимые в республике алюминий и хлопок, а также продукты питания вывозили за пределы страны большими партиями, кроме того создавались коммерческие банки и биржи. Исходя из этого, минимизировалось производство и уровень жизни населения.

Потребительский рынок страны был в катастрофическом состоянии. Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон в своём выступлении отметил, что: «...На рынках страны, создалась большая проблема, по приобретению продуктов питания и предметов первой необходимости. Повысились цены и минимизировались доходы населения, которые привели к многократному снижению потребления основных продуктов питания»²⁴.В

²¹ Закон Республики Таджикистан «О предпринимательской деятельности» от 30.06.1992г., №99

²² Закон Республики Таджикистан «Об иностранных инвестициях» от 10.03.1992г., №554, АМОПТ №8, 1992г.

²³ Закон Республики Таджикистан «О предприятиях» от 25.06.1993г., №792

²⁴ www.prezident.tj (дата обращения 16.02.20)

тысяча девятьсот девяносто пятом году была принята «Программа экономических преобразований Республики Таджикистан на 1995-2000 годы» от 9.11.1995, №673, по введению нацвалюты, для ее реализации приняты законы Республики Таджикистан «О собственности в Республике Таджикистан» от 14.12.1996, №385²⁵, «О сертификации продукции и услуг» от 13.12.1996, №313²⁶, «О защите прав потребителей» от 25.11.2004, №580²⁷, «О приватизации государственных предприятий» от 8.12.2003, №71²⁸, Налоговый кодекс от 01.01.2018, №1511, основополагающие нормативно-правовые документы²⁹. В республике реализованы меры по реформированию системы госуправления, развитию внешнеэкономической и интеграционных отношений.

Проведённый комплексный анализ показал, что уровень развития Программы «Среднесрочная экономическая стратегия Правительства Таджикистана на 1998-2001 годы»³⁰ от 11.12.1998, №486, позволил минимизировать темпы снижения производства, а также увеличить доходы жителей. В республике приняты основные стратегические документы в области ПР: «...Постановление Правительства Республики Таджикистан от 16.03.1999г. №97 «О защите потребительского рынка Республики Таджикистан о проникновении некачественных товаров», Указ Президента Республики Таджикистан от 20. 11. 1998г., №1111 «О некоторых мерах по защите потребительского рынка Республики Таджикистан», Программы среднесрочного развития на 2016-2020 годы и Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года»³¹, где установлены цели, приоритеты, задачи и направления действий для перехода Таджикистана на инновационную модель качественного экономического роста, которая сформирована на индустриально-инновационном развитии. Значительные успехи были достигнуты за 2010-2020 годы (табл. 2.1).

²⁵ Закон Республики Таджикистан «О собственности в Республике Таджикистан» от 14.12.1996, №385.

²⁶ Закон Республики Таджикистан «О сертификации продукции и услуг» от 13.12.1996, №313.

²⁷ Закон Республики Таджикистан «О защите прав потребителей» от 25.11.2004, №580

²⁸ Закон Республики Таджикистан «О приватизации государственных предприятий» от 08.12.2003, №71

²⁹ <https://www.nbt.tj/ru/normative/>электронный ресурс (дата обращения 21.01.21)

³⁰ Программы «Среднесрочная экономическая стратегия Правительства Республики Таджикистан на 1998-2001 гг.»³⁰ от 11.12.1998, №486

³¹ Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030г.-Душанбе: Шарки озоd.-103с.

Таблица 2.1

Тенденция изменения основных макроэкономических показателей Республики Таджикистан за 2010-2020 годы ³²

Показатели	Годы											2020г. к 2010г., в %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Население на конец года (тыс. чел.)	7616,2	7807,2	7987,4	8161,1	8352,0	8551,2	8742,8	8931,2	9126,6	9313,8	9506,3	124,8
ВВП – годовые темпы прироста /сокращения (%)	106,5	134,6	152,2	170,9	189,1	206,4	227,5	250,8	107,6	104,5	104,5	98,1
Динамика изменения уровня ВВП (2010=100%)	112,4	107,4	107,5	107,4	106,7	106,0	106,9	107,1	106,2	107,5	107,8	95,8
Производство потребительских товаров, включая алкогольные напитки (в % к предыдущему году)	102,1	102,1	106,6	100,8	92,9	103,5	105,4	115,6	111,2	110,2	108,4	106,2
Темпы роста промышленного производства (2010=100%)	103,7	105,7	110,8	103,8	105,0	111,3	116,0	121,3	110,6	113,2	110,1	106,2
Темпы роста сельскохозяйственного производства (2010=100%)	122,8	107,9	110,4	107,6	104,5	103,2	105,2	106,8	104,0	107,2	108,8	88,6
Доля безработных (в %)	2,3	2,3	2,4	2,3	2,4	2,3	2,3	2,2	2,2	2,1	2,1	91,3

³²Таджикистан: 30 лет государственной независимости статической сборник. Статистического ежегодника Республики Таджикистан.- Душанбе, 2021.- с.11-21.

Сводный индекс потребительских цен	106,5	112,5	105,8	105,1	106,1	105,8	105,9	107,3	113,6	107,9	108,4	101,3
Среднемесячная заработная плата (сомони,)	354,4	442,13	555,29	694,89	816,27	878,91	962,16	1144,19	1233,8	1335,52	1399,78	3,95 раза
Среднемесячная заработная плата (в долл. США)	80,9	95,9	116,5	145,8	165,4	142,6	122,8	133,8	115,3	140,1	138,0	170,6
Объем экспорт (млн. долл. США)	1154,7	1257,3	1359,7	1161,8	977,3	890,6	898,7	1198,0	1073,3	1174,4	1406,9	121,8
Объем импорт (млн. долл. США)	2556,8	3206,0	3776,4	4150,7	4297,4	3435,6	3031,2	2774,9	3151,0	3349,3	3150,9	123,2
Денежные доходы населения в действующих ценах, млн. сомони	13256,0	16190,9	20161,2	22346,2	24196,5	25569,8	31373,0	34638,4	41083,9	47986,3	65347,0	4,93 раза
Денежные расходы населения в действующих ценах, млн. сомони	13948,5	16393,1	22409,6	27202,1	33570,1	34968,0	36711,7	41431,4	42346,4	4857,2	72547,2	5,20 раза
Платные услуги населению, млн. сомони	5711,2	9462,2	10550,3	11457,3	11572,3	10692,8	10639,3	10884,0	12130,8	12983,6	13205,2	2,3 раза
Объем розничного товарооборота, млн. сомони	7530,1	10545,8	12222,6	14520,5	15493,3	16361,0	17342,6	18435,2	20479,7	24948,3	27024,8	3,59 раза

Источник: рассчитано на основе статического сборника «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021. - 702с.

Анализ таблицы 2.1 показывает, что динамика основных макроэкономических показателей Республики Таджикистан за 2010-2020 годы в основном имеет положительный характер. Произошел рост денежных доходов населения в 3,6 раза, среднемесячная заработная плата - 3,8 раза, импорт - 30%, платные услуги населению - 2,3 раза, объём розничного товарооборота - 3,3 раза, темпы роста промышленного производства - 9%, производство потребительских товаров, включая алкогольные напитки - 8%, а некоторые показатели имеют минимальный рост, такие как темпы роста сельскохозяйственного производства - 87%, ВВП – 98%, а также динамика изменения уровня ВВП - 95%.

При выборе модели важно учитывать выявленные особенности, влияющие на развитие экономики, где необходимо учесть следующее:

- геополитические и геоэкономические особенности;
- имеющиеся ресурсы;
- национальные особенности населения;
- объём спроса и предложение на внутреннем потребительском рынке;

Следовательно, важно учесть две задачи, которые затрагивают вопрос выхода из кризиса, а также одновременное создание социально-ориентированной рыночной экономики, которые осуществляются комплексно.

Для инновационного развития Таджикистана, важно принимать решения по обеспечению экономического развития исходя из собственного потенциала производства потребительских и высокотехнологичных товаров³³.

Однако имеющаяся экономическая ситуация требует экстренного решения для ее стабилизации, где необходимо провести социально-экономическую реформу.

³³ www.prezident.tj (электр. ресурс, дата обращения 19.03.20)

Особую роль играет централизованный госконтроль и госрегулирование, потому что при использовании имеющихся ресурсов возобновляется производственная деятельность.

Для эффективного распределения ресурсов для реального сектора необходимо усилить государственное регулирование институциональных процессов при организации контроля, потому что это негативно влияет на процесс, но при этом стимулирует позитивные модификации.

Следовательно, в Республике Таджикистан для эффективного управления социально-экономического развития целесообразно использовать индикативное планирование, физико-экономическое моделирование, разработку и реализацию национальных целевых программ (НЦП).

Индикативные планы способствуют единству и целенаправленности социально-экономического развития, при использовании рыночных механизмов для роста уровня управляемости экономических процессов и саморегуляции экономики Республики Таджикистан.

В Республике Таджикистан необходимо НЦП, которая будет определять функционирование национальной экономики на собственной базе и насыщение внутреннего рынка ПТ по отраслям и производству.

Важно отметить, что инновационное развитие государства должно поддерживать то, где необходимо создать целевой фонд финансовой поддержки предприятий приоритетных отраслей экономики.

В целом государственные инвестиции необходимо направлять на развитие приоритетных отраслей, разрабатывать и внедрять механизмы стимулирования притока частных и иностранных инвестиций в реальный сектор экономики.

Приватизированные предприятия играют значительную роль в развитии рынка ценных бумаг.

Для финансового оздоровления предприятий, ускоренной приватизации и использования механизма притока инвестиций в экономику страны, необходима передача неконкурентоспособных предприятий в конфиденциальное управление иностранным фирмам на срок десять лет.

Считаем важным, слаженную единую Программу абстрактных воздействий, которая реализует новые идеи экономических реформ, а также изучение периодов экономических реформ и разработки Программы.

Таким образом, необходим анализ нижеследующих показателей:

- монетарная политика;
- структура инвестиций;
- преобразования отношений собственности;
- ценные бумаги и фондовая биржа;
- реформа банковской системы;
- социальные последствия экономических реформ.

Кроме того, необходимо учесть, что вхождение страны в мировую экономику, создаст барьеры по формированию пострыночной экономики.

«...В промышленно-развитых странах были технологические и технико-экономические изменения, переход к современному производству и его интеграции с конечным потреблением, субординированным структурам, то есть к пострыночной экономике»³⁴.

Изучив зарубежный опыт установлено, что внутренний рынок — это основной источник экономического роста и благосостояния нации, который обеспечит занятость населения и увеличит их доход.

В Республике Таджикистан, потребительский рынок занимает важное место, так как стимулирует спрос на товары отечественного производства, а

³⁴ Экономическая система современной России: пути и цели развития: Монография / Под ред. А.А. Пороховского (Электронное издание). – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2015. – 896с.; Экономический подъем в России в 1998–2005 гг.: стратегия действий // Проблемы прогнозирования. – 1998. - № 3.- С.38-46.

также является одними из главных факторов стабильного экономического развития.

В целом, можно отметить, что для перспективы развития экономики Республики Таджикистан необходимо учитывать принцип эволюционности и модификации системы экономических отношений.

2.2. Тенденции развития потребительского рынка Республики Таджикистан

Анализируя процессы формирования и развития рынков в стране, можно выделить этапы совершенствования потребительского рынка Республики Таджикистан. За годы после получения суверенитета она выглядит следующим образом:

- за 1991-1997 годы - случайный характер развития (уличная торговля);
- за 1997 – 2000 гг.- переходный характер;
- за 2000-2005 годы -хаотический характер;
- за 2000. по 2005гг. (неорганизованный рынок);
- с 2005г. началось формирование организованного рынка.

В целом можно представить жизненные циклы потребительского рынка таким образом (рис. 9).

Анализ показывает, что переход к инновационной экономике, требует решения проблем, которые решены при реализации госпрограммы инновационного развития РТ на период 2011-2020 годы ³⁵ (от 2 04.2011г., №227).

³⁵ Программы инновационного развития Республики Таджикистан на период 2011-2020гг. от 20.04.2011, №227.

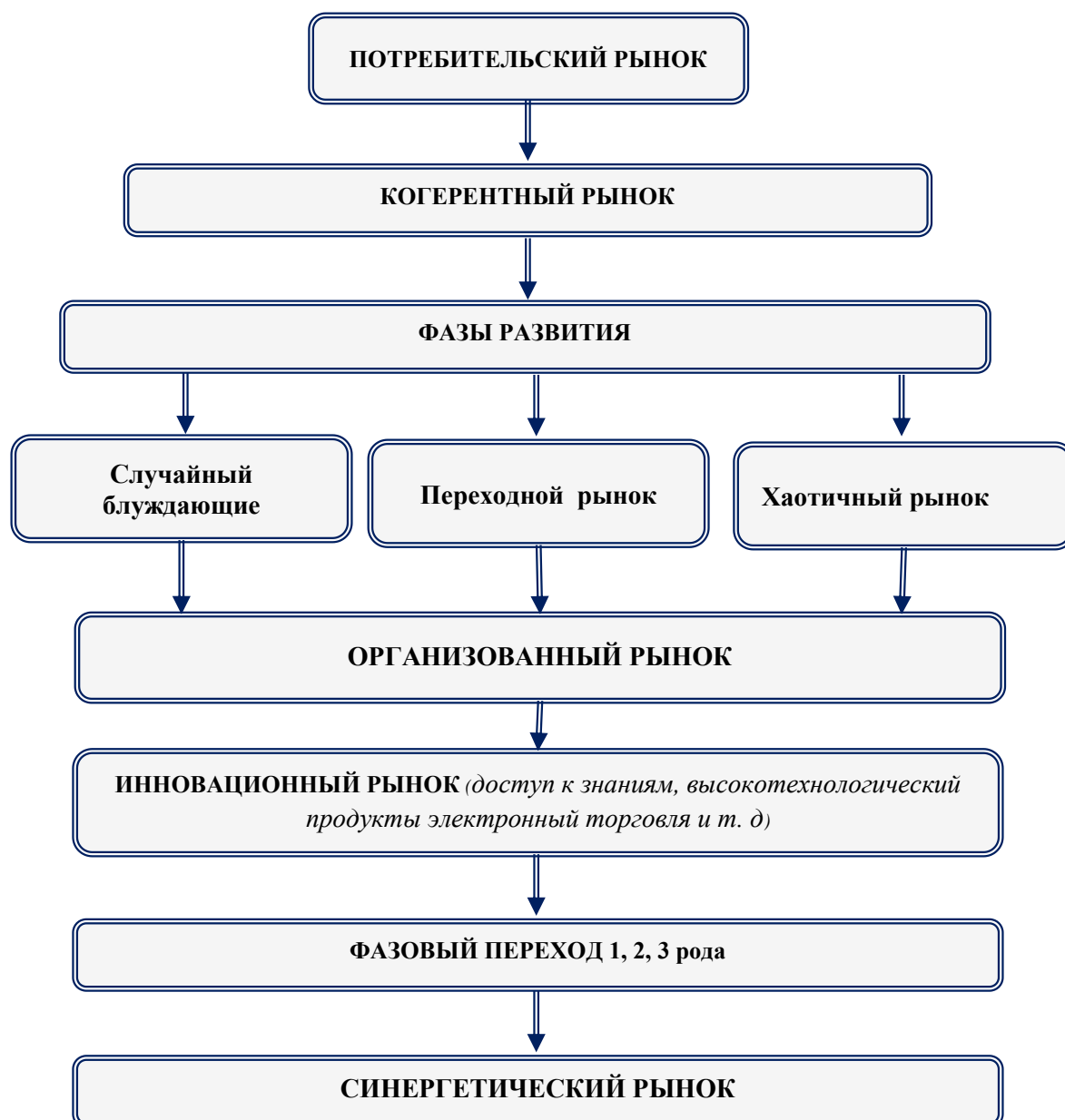


Рисунок 9 - Жизненный цикл на потребительском рынке Республики Таджикистан и его сегментов

При развитии национальной экономики возникла объективная необходимость в удовлетворении о спрос населения. В первые годы XXI века: «...удельный вес неорганизованной торговли составлял 93,0% розничного товарооборота страны где $\frac{3}{4}$ части составляли импортные товары, а по экспертным оценкам, удельный вес потребляемых импортных продуктов питания, составляет от тридцати до тридцати пяти процентов³⁶».

³⁶Основы экономической безопасности. (Государство, регион, предприятие, личность): под ред. Е.А. Олейникова – М.: ЗАО Бизнес – школа «Интеп - Синтез», 1997. – С.72.

При этом снизилась роль госрегулирования торговых услуг, но основные параметры конъюнктуры рынка, были выдвинуты частными «челноками» из управления ПР.

Поэтому случился сбой в системе денежного обращения, оптовой и розничной торговой сети, а также падает уровень качества и культуры оказываемых услуг.

В целом требуется тщательный анализ современного состояния рынка, а также оценка тенденции развития потребительского рынка республики и найти рациональное решение вывода из кризиса потребительского сектора.

ПР формируется под действием товарооборота и производства продукции для рынка соответствующими отраслями экономики, где спрос равен уровню денежных доходов, который отражает структуру набора продуктов питания, предметов длительного пользования населением.

При проведении анализа осуществляемых преобразований и результатов их влияния на состояние национальной экономики за двадцать лет экономического развития республики, позволил нам выявить, что они были подразделены на три этапа:

I этап – дореформенный (1991-1995 гг.)³⁷, свойствен падением реального производства во всех отраслях экономики, недостатком госбюджета и скачкообразными темпами инфляции, рисунок 10.

Вместе с тем, с 1991 по 1995 годы произошёл рост импорта с шестьдесят три целых две десятых до 809,9 млн. дол. (отрицательное сальдо платежного баланса – 61,3 млн. долл.), а также с тысячи девятьсот девяносто третьего года по тысяче девятьсот девяносто пятый год вырос внешний долг республики с 509,0 до 868,0 млн. дол. США.

³⁷ Имеется в виду этап реформирования экономики в отсутствие целостной государственной программы реформ.

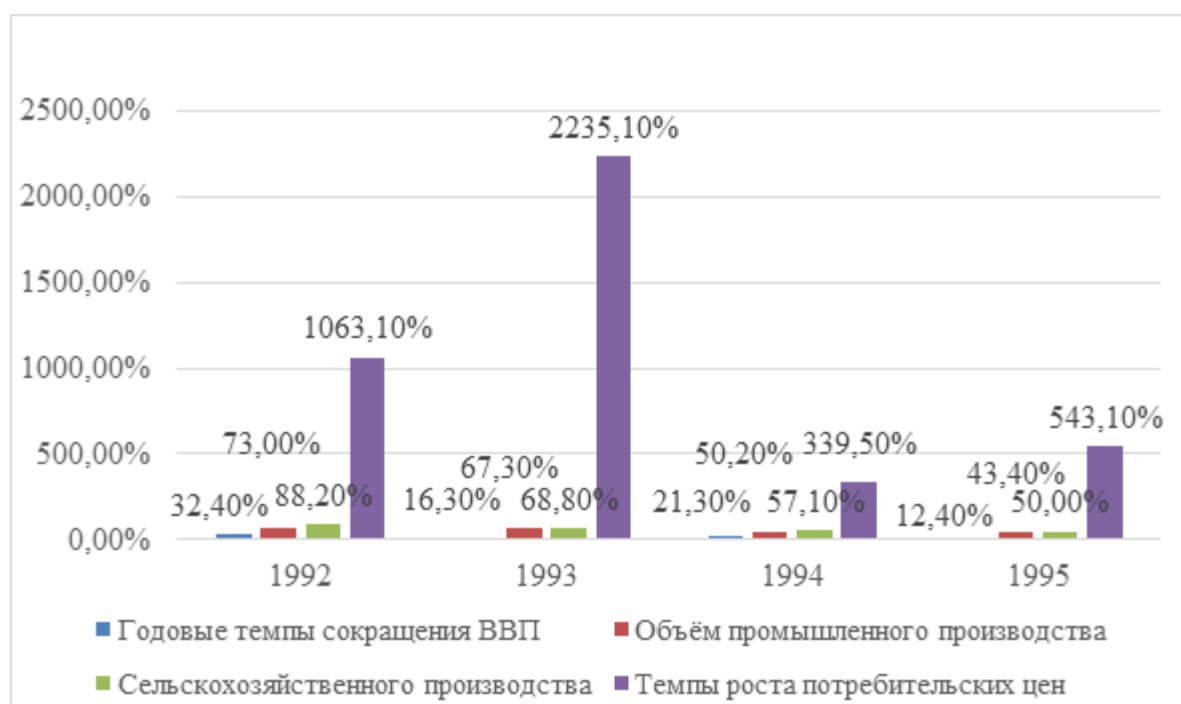


Рисунок 10 - Динамика основных макроэкономических показателей Республики Таджикистан за 1992 - 1995гг³⁸ (- %)

Кроме того, в тысяча девятьсот девяносто пятом году в сравнении объёма продукции промышленности к уровню тысяча девятьсот девяностому году было сорок три целых четыре десятых процента, а в легкой и пищевой промышленности – составляло шестьдесят девять и восемь десятых процента (1996 году – тридцать семь и две десятых) и двадцать шесть и пять десятых (семнадцать целых и восемь десятых) процентов. Следует отметить, что с 1995 по 1996 годы для мясомолочной и рыбной отраслей эти показатели составляли шесть целых три десятых и две целых четыре десятых процентов, а также двенадцать целых пять десятых и пять целых две десятых процентов³⁹.

II этап - реформенный (1996-2000 годы), когда начали реализовывать программы экономических преобразований на 1995-2000гг. и к концу 1996г. сдержаны темпы понижения макроэкономических показателей.

³⁸ Рассчитано автором на основе статического сборника «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021. - 702с.

³⁹Зубайдов С. и др. Моделирование и совершенствование инфраструктуры потребительского рынка. Монография / Х.Н.Факеров, Р.К.Раджабов, С.Зубайдов. – Душанбе: «Ирфон», 2017. - 120 с.

В начале с 1997 года, происходил рост ВВП, который в 2000 году достиг 108,3 процента, а в 2001г. – 110,2 процента. Однако объем промышленного производства, уменьшился в 1996 году до 33,0 процента до уровня 1990 года, но в 2002 году вырос до 50,6 процента. В то же время произошёл рост объема сельскохозяйственного производства; в 2000, 2001 и 2002 гг. по отношению к предыдущему году соответственно оставляли 109,7; 111,0 и 115,0 процента⁴⁰.

Снизился дефицит госбюджета с пяти целых восемь десятых процента к ВВП 1996 до 2002 года до плюс одной целой пять десятых процента, а также уменьшились годовые темпы инфляции с 370,2 процентов до 110,2 процентов. Кроме того, с 1996 года произошла тенденция увеличения объема экспорта над импортом, который в 2000 по 2002 годы составлял шестнадцать целых и две десятых процентов (109,3 млн.) и два целых три десятых процентов (18,1 млн. американских долларов)⁴¹.

За 1992-2002 годы доля промышленности в производстве ВВП сократилась на 15,3%, а сельского хозяйства всего на две целых три десятых процента, оставаясь высокой (21,1 %). В этот же период удельный вес сферы услуг вырос с тридцати трех целых шесть десятых процентов до тридцати семи целых девять десятых процентов⁴².

Главную роль сыграли ориентированные инвестиции в отраслях экономики. Кроме того, политика поддержки развития негосударственных форм хозяйствования в сельской местности способствовала повышению сельскохозяйственного производства.

С 1991 по 2000 годы, удельный вес платных услуг, которые оказывались жителям негосударственными организациями, в общем объеме повысились от двадцати трех целых шесть десятых процентов, до семидесяти восьми процентов. Также в 2000 году индивидуальной трудовой деятельностью в сфере

⁴⁰Статистический ежегодник Республики Таджикистан.-Душанбе: АСПРТ, 2002.-432 с.

⁴¹Там же. - С.318

⁴²Там же. - 432с.

услуг было занято 62,2 тысячи человек, что в семь целых семь десятых раза больше, чем в 1991 году, и в три целых три десятых раза превзошло показатель 1995 года⁴³.

В результате падения объёма промышленного производства и других производственных отраслей экономики, возросла доля сферы услуг в ВВП. При этом повышение потребительских цен в 1995 году составило 543,1 процента, это негативно повлияло на конъюнктуру рынка платных услуг. Однако из-за нехватки необходимых ресурсов, например, в системе бытового обслуживания жителей, количество предприятий с 1991 до 1995 сократилось с 5860 до 2809, а в 2000 годы до 875, то есть за 10 лет на 85,1 процента. В сельской местности этот показатель составлял 92%⁴⁴.

III этап - современный (2001 год по сегодняшний день), начало реализации: «Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года»⁴⁵, где определены цели, приоритеты, задачи и направления действий для перехода Таджикистана на модель нового качественного экономического роста, основанного не на потребление, а на индустриально-инновационное развитие.

В 2017 году была макроэкономическая стабильность, где по результатам одиннадцати месяцев показал значительный экономический рост в семь процентов. Выполненный прогноз показал, что за год повысится валовый внутренний продукт Таджикистана на семь процентов.

Среднемесячная зарплата в экономике Республики Таджикистан в 2020 году возросла на 13,3%, и, это свидетельствует об эффективности функционировании предприятий, об их финансовых ресурсах, которые позволяют увеличить зарплату работников.

⁴³ Статистический ежегодник Республики Таджикистан. – Душанбе: АСПРТ, 2002.-432с.

⁴⁴ <https://tj.sputniknews.ru/opinion/20171220/1024221329/nematullo-hikmatullozoda-tadzhikistan-ministr-ekonomikm.html>.

⁴⁵ Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года. – Душанбе: «Шарки озод», 2017. – 103 с.

В две тысяча двадцатом году, уровень инфляции в стране составлял шесть целых три десятых процента, а уровень инфляции за год оценивается в 6,7-6,8 процентов, это меньше, чем предусмотренный в прогнозе на уровне семи процентов.

Эти результаты говорят о том, что благосостояние и уровень жизни населения страны улучшились, а также достигают для себя позиции в международных бизнес-рейтингах, которое влияет на развитие бизнеса в стране.

При этом необходимо отметить, что результативный экономический рост республики не может быть без динамичного развития частного сектора. Для развития частного сектора главным фактором для будущего процветания страны является: «Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года», где является улучшение инвестиционного климата, а также привлечение инвестиций в экономику, поддержка малого и среднего бизнеса и создание новых рабочих мест.

Для достижения этой цели в Республике Таджикистан константно совершенствуется законодательство и процедуры, которые регулируют деятельность частного сектора, т.е. устранение административных барьеров, упрощение предпринимательской и инвестиционной деятельности и др. Важно заметить, что в 2017 году Таджикистан продал на международном рынке ценные бумаги и евробонды на сумму пятьсот миллионов долларов для привлечения ресурсов на строительство Рогунской ГЭС. Важно заметить, что две авторитетные рейтинговые компании Moody's Investors Service и Standard and Poors присвоили Таджикистану устойчивый кредитный рейтинг.

Но, следует выделить показатели, по которым Республика Таджикистан отстает от других стран мира: «налоговая система; доступ населения к электрической энергии; доступ к кредитам; международная торговля; получение разрешений на строительство объектов и др.

Поэтому необходимо эффективно работать по этим направлениям.

Сезонные ограничения в доступе к электроэнергии стали тяжелым барьером для развития деловой активности в Таджикистане, а также сдерживающим фактором его экономического развития. Из-за этого необходимо достижение энергетической безопасности, потому что это одна из главных приоритетных целей республики, которая отражена в основных стратегических документах.

В республике расширяется воспроизводство с ежегодным приростом жителей более двух процентов, это является нормой для поддержания оптимальной демографической ситуации. Кроме того, количество трудоспособных жителей Таджикистана каждый год вырастает на 120-122 тысяч человек.

Рынок труда, несмотря на незанятость рабочей силы, не имеющих специальную квалификацию, ощущают потребность в квалифицированных кадрах.

На основе принятых в республике государственных программ, в дальнейшем будет развиваться в направлении промышленно-аграрной страны, поэтому будет повышаться потребность в высококвалифицированных специалистах по техническим и технологическим направлениям.

Согласно статистическим данным, основных макроэкономических показателей республики, в том числе рост ВВП в 2020 году поднялся на уровень семи процентов, уровень инфляции семи процентов. Экономический рост Республики Таджикистан достигнут за счет прироста промышленной продукции на четырнадцать процентов, сельскохозяйственной продукции на шесть целых восемь десятых процента, объема капитальных вложений в номинальном выражении вырос на шестнадцать целых четыре десятых процента. Кроме того, формирование и развитие получила сфера услуг, которая определена увеличением уровня доходов жителей на одиннадцать

целых одну десятую процента, а также объём розничного товарооборота возрос на семь процентов и платные услуги на одну целую и одну десятую процента.

Анализ показал, что динамика развития сектора развития ПР определила понижение объёма предложения и платежеспособного спроса, где основным его показателем играет объём товарооборота розничной торговли. В первые годы суверенитета: «подъём темпа инфляции, падение уровня денежных доходов и низкое качество уровня культуры потребления, падение спроса на потребтовары и объёма розничного товарооборота, который в 1995г. составил одиннадцать целых три десятых процента уровня 1991 года, в 2000 году десять целых три десятых процента, в 2020 году 149,3 процента уровня 2000 года. Следовательно, этот показатель в 2020 году по отношению к 1996 году возрос на тридцать шесть и семь процентного пункта⁴⁶.

В целом анализ показывает, что эта тенденция определена по двум группам факторов:

Первая группа - наблюдавшиеся в начале девяностых годов был ажиотажный спрос, инфляция, жители приобретали за деньги предметы долговременного пользования.

Вторая группа – товары, которые повторно перепродаются, а также и передаются.

Для оценки современного этапа развития национальной экономики и потребительского рынка отводится изучению темпов изменения основных макроэкономических показателей Республики Таджикистан (табл.2.2) и динамике роста постоянной численности населения в целом по стране и ее регионов.

⁴⁶. Таджикистан: 30 лет государственной независимости статической сборник. Статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- 702с.

Темпы изменения основных макроэкономических показателей
Республики Таджикистан (в % к предыдущему году)⁴⁷

Годы	Макроэкономические показатели						
	Валовой внутренний продукт	Продукция промышленности	Продукция сельского хозяйства	Денежные доходы населения	Индекс потребительских цен	Внешнеторговый оборот	Розничный товарооборот
2000	108,3	109,9	112,9	121,9	124,0	107,9	79,4
2005	106,7	110,4	101,6	122,4	107,8	106,3	110,4
2010	106,5	109,2	106,8	113,9	106,5	107,6	107,5
2011	107,4	105,7	107,9	108,6	112,5	115,9	109,1
2012	107,5	110,8	110,4	117,7	105,8	115,1	115,9
2013	107,4	103,8	107,6	105,4	105,1	97,1	118,8
2014	106,7	105,0	104,5	102,1	106,1	105,7	106,7
2015	106,0	111,3	103,2	101,7	105,8	82,0	105,6
2016	106,9	116,0	105,2	107,2	105,9	90,8	106,0
2017	109,7	121,3	106,8	104,1	107,3	101,1	106,3
2018	107,3	110,6	104,0	110,3	113,6	106,,3	107,4
2019	107,5	113,2	107,1	116,8	107,9	107,1	112,0
2020	107,6	110,4	101,6	109,3	108,6	100,7	97,89

Источник: рассчитано на основе статического сборника «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021, 702с.

Динамика постоянного количество населения Республики Таджикистан за 2010-2020 годы приведена в таблице 2.3.

⁴⁷Таджикистан: 30 лет государственной независимости статической сборник. Статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.-702 с.

Таблица 2.3

Тенденция изменения постоянной количество населения Республики Таджикистана
за 2010-2020 годы⁴⁸, (тыс. человек)

Территории	Годы											2020г. к 2010г. в %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Всего по стране	7417,4	7621,2	7807,2	7987,4	8161,1	8352,0	8742,8	8931,2	9126,6	9313,8	9506,3	128,2
г. Душанбе	711,2	731,1	748,0	764,3	775,8	788,7	816,2	831,4	846,4	863,4	880,8	123,8
РРП	1685,2	1737,4	1786,1	1832,2	1874,0	1922,0	2021,2	2069,2	2120,0	2165,1	2215,5	131,5
Согдийс-кая область	2197,9	2247,6	2298,8	2349,0	2400,6	2455,5	2560,8	2608,5	2658,4	2707,3	2753,1	125,3
Хатлонская область	2618,3	2698,6	2765,8	2831,7	2898,6	2971,5	3124,4	3198,5	3274,9	3348,3	3425,5	130,8
ГБАО	204,8	206,5	208,5	210,2	212,1	214,3	220,2	223,6	226,9	228,9	231,4	112,9

⁴⁸Таджикистан: 30 лет государственной независимости статической сборник. Статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- С.40.

Как видно из таблицы 2.3 за 2010-2020 годы количество населения соответственно по стране, г. Душанбе, районов республиканского подчинения, Согдийской и Хатлонской области и ГБАО соответственно возросло на 28,2; 23,8 31,5; 25,3; 30,8 и 12,9%. Данные свидетельствуют о том, что наибольший рост наблюдается в РРП и Хатлонской области, а наименьший рост в ГБАО. Это свидетельствует о росте населения, что требует разработки научно-обоснованных социальных программ и их реализации в условиях углубления рыночных преобразований.

Также нами была изучена тенденции изменения розничного товарооборота по некоторым регионам Республики Таджикистан и г. Душанбе за 2013-2020 годы.

Таблица 2.4

Тенденция розничного товарооборота регионов Таджикистана 2013-2020 годы

(млн. сомони).

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020г. к 2013 в %
Республика Таджи- кистан	16336,2	17430,7	18406,8	19511,2	20740,5	22275,2	24948,3	27024,8	165,4
Хатлонская область	4145,8	4423,6	4671,3	4951,6	5263,0	5653,0	6331,4	6695,1	161,5
РРП	2501,6	2168,2	2888,7	2987,8	9176,1	6411,1	3820,4	4370,4	174,7
г. Душанбе	2204,4	2628,3	2950,5	3321,8	3742,2	4348,4	5597,0	6357,2	2,9раз

Источник: статический сборник «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистический ежегодник Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.-С.615.

Согласно данным таблицы 2.4 розничный товарооборот в Хатлонской области, РРП и г. Душанбе за 2015 год увеличивался на 12,6% и 15,5%, а 2020 году по этим регионам произошел рост от 61% до 2,9 раза.

Розничный товарооборот в Хатлонской области и РРП по всем каналам за 2020 год соответственно составляет 25,4 % и 15,2 %, а в Согдийской области и ГБАО составляет 36,2% и 0,6%. Это свидетельствует о совершенствовании развития потребительского рынка в этих регионах.

Другим важным параметром, достигнутого уровня состояния экономики и ее роста является валовый внутренний продукт. С другой стороны, на основе оценки роли и значения этого показателя определяется место страны в рейтинге мировых стран. Кроме того, используя этот показатель, разрабатывают приоритеты по развитию областей, городов и отдельных территорий страны, а также его используют при разработке основных направлений социально-экономического развития. Поэтому нами изучена динамика его роста, а также структуры за 2010-2020 годы. Динамика объема и изменение валового внутреннего продукта в Республике Таджикистан за 2010-2020 гг. приведена в таблице 2.5, а также изменение структуры производства ВВП в таблице 2.6.

Из таблицы 2.5 видно, что валовый внутренний продукт, производство товаров и услуг, а также чистые налоги на продукты выросли 3,34; 3,55; 3,21 и 2,70 раза. При этом валовой внутренний продукт в сопоставимых ценах в процентах, к предыдущему году повысился на ноль два процентного пункта и индекс-дефлятор ВВП в процентах к предыдущему году снизился на 0,09 процентного пункта.

Данные показывают, что в структуре валового внутреннего продукта произошли изменения: рост производства товаров на 2,9 процентного пункта; снижение производства услуг на 0,8 процентного пункта, а также чистые налоги на продукты на 2,1 процентного пункта.

Таким образом, можно сделать вывод, что наличие резервов для роста роли сферы услуг ее сегментов в производстве валового внутреннего продукта, берётся во внимание зарубежный опыт ведущих стран.

Таблица 2.5

Тенденция объёма и изменение ВВП Таджикистана за 2010-2020 годы⁴⁹

Показатели	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020г. к 2010 Г., в разах
ВВП в действующих ценах соответствующих лет, млн. сомони	24707,1	40525,5	45606,6	48408,7	54479,1	61093,6	68844,0	79102,8	82543,0	3,34
Производство товаров	11024,1	17583,8	20863,4	22424,4	25938,2	28986,6	31401,2	42663,3	39191,7	3,55
Производство услуг	11127,1	18289,2	18988,0	20555,2	22736,6	25504,8	30125,4	33700,4	35828,3	3,21
Чистые (за вычетом субсидии) налоги на продукты	2781,1	5159,5	6361,6	6129,3	6149,3	6602,2	7317,3	7692,7	7523,0	2,70
ВВП в сопоставимых ценах в % к предыдущему году	106,5	107,4	106,7	106,0	106,9	107,1	107,3	107,5	104,5	0,98
Индекс дефлятор ВВП в процентах к предыдущему году	112,4	104,3	105,5	100,2	105,3	104,7	105,0	104,5	102,7	0,91

⁴⁹ Таджикистан: 30 лет государственной независимости статической сборник. Статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021. - С.337.

Тенденция структуры производства ВВП Республики Таджикистан
за 2010-2020 годы

Показатели	Годы											Изме- нение (+/-)	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020		
Валовой внутренний продукт	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
в том числе:													
производство товаров	44,6	46,3	45,4	43,5	45,7	46,4	47,6	47,5	45,7	46,1	47,5	+2,9	
производство услуг	44,2	41,3	42,2	43,8	40,3	41,0	41,1	41,7	43,7	43,6	43,4	-0,8	
чистые (за вычетом субсидий) налоги на продукты	11,2	12,4	12,4	12,7	14,0	12,6	11,3	10,8	10,6	10,3	9,1	-2,1	

Источник: статический сборник «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистический ежегодник Республики Таджикистан. Душанбе, 2021. - С.337.

Проблему роста результативности следует решить на основе наращивания темпов экономического роста в республике, на основе:

- господдержки приоритетных отраслей экономики;
- господдержки развития малого и среднего предпринимательства, особенно в сфере реального сектора и оказания социальных услуг;
- коренные реформы финансовой и банковской систем, совершенствование фискальной политики;
- радикальное преобразование системы мотивации высокопроизводительного труда и стимулирование повышения квалификации кадров;
- стимулирование активизации внутреннего инвестирования в реальный сектор и сферу услуг;

- внедрение госрегулирования экономики и системы прогнозирования и индикативного планирования.

При этом для повышения эффективности бюджетного процесса обратить внимания на налоговые поступления в бюджеты различного уровня из сферы торговли, а также создание маркетинговых центров по отдельным сегментам ПР, развитие системы реализации населения страны товарами длительного пользования в кредит, внедрение системы ипотечного кредита и лизинга для деградации конъюнктуры ПР, а также важным считается трансформации ставки налога на имущество, арендной платы, развитие государственный заказы по видам потребтоваров.

Для того, чтобы обеспечить эффективный контроль торговых предприятий в крупных супермаркетах за их деятельностью должен быть отдел для контроля торгово-кассовых аппаратов и выданных чеков. При этом важным считаем улучшение информационного обеспечения системы управления ПР, проведения социологических обследований, а также развитие нормативно-правовой базы обеспечения работы ПР.

Сплошь и рядом рынок переполнен низкокачественными продовольственными товарами и продуктами товаропроизводителей, у которых отсутствуют надлежащие лицензии. Кроме того, на улицах города и, особенно, в сельской местности розничная торговля осуществляется в условиях, которые не отвечают требованиям санитарно-эпидемиологических норм.

Считаем необходимым усилить государственный контроль в соответствии закона и нормативных актов, соответствующих запросу рыночной экономики и модели ПР.

В целом важным считаем дефиницию сфер и влияние государства на параметры ПР, инфраструктуру, товарно-ассортиментную структуру, а также на спрос жителей для формирования научно-обоснованной модели ПР

Республики Таджикистан. При этом важно заметить, что современный инновационный ПР должен соответствовать спросу и предложению, иметь развитую инфраструктуру, регулироваться государством и отвечать предъявляемым требованиям рыночной экономики в Республике Таджикистан.

2.3. Роль малого предпринимательства в повышении ресурсного потенциала потребительского рынка

В условиях рыночной экономики влияние глобализации экономики Республики Таджикистан, не повлияло на формирование и развитие малого предпринимательства (МП). Зарубежный опыт стран с развитой рыночной экономикой показал, что в республике значительную роль играет МП в повышении ресурсного потенциала, а также уровень потребительского рынка, решают основные социально-экономические и политические задачи:

- создать новые рабочие места на основе развития различных видов предпринимательства;
- развивать масштабы обеспечения рынок товарами и услугами отечественного производства;
- обеспечить стабильность налоговых поступлений.

Сейчас в стране наблюдается развитие малого предпринимательства усиливается его роль и значение в обеспечении уровня жизни населения.

Установлено, что общепринятым показателем уровня развития предпринимательства является число функционирующих малых предприятий на 1000 жителей, страны ЕС и Япония составляют от сорока пяти до пятидесяти.

Количество действующих малых предпринимательств на 1000 населения в Республике Таджикистан за 2020 год приведено в таблице 2.7.

Количество функционирующих малых предпринимателей на тысячу жителей в Республике Таджикистан за 2020 год

	Количество действующих малых предпринимателей	Численность постоянного населения, тыс. человек	Количество действующих малых предпринимателей на 1000 жителей	Доля малых предпринимателей в общей численности, %	Доля малых предпринимателей в ВВП, %
По республике	47639	9506,3	5,03	9,3	6,5
Хатлонская область	14021	3425.5	4,09	2,5	1,3
Согдийская область	12187	2753.1	4,42	2,5	1,5
г. Душанбе	11708	880.8	13,30	2,6	1,6
РРП	7853	2215.5	3,54	0,8	1,2
ГБАО	1870	231.4	8,08	0,9	0,9

Источник: расчет автора

Как видно из таблицы 2.7 по республике оно составляет 5,03 предприятия на 1000 жителей, в г. Душанбе - 13,30; в Согдийской области - 4,42; в Хатлонской области – 4,09; в РРП – 3,54 и в ГБАО – 8,08. Однако следует отметить, что этот показатель в России составляет 6. Доля малых предпринимателей в общей численности составляет 9,3 %, а доля малых предпринимателей к ВВП – 6,5 %

Вместе с тем, мы считаем, что для обеспечения ускоренного социально-экономического развития республики нужно развивать сектор МП, так как в Таджикистане количество малых предприятий составляет двадцать две целые и две десятых тысяч единиц.

Во всем мире признается ведущая роль малого и среднего предпринимательства, как главного локомотива развития всей экономики в том числе на потребительском рынке. Если рассмотреть данный вопрос наиболее развитых стран, то на долю индивидуального, малого и среднего

предпринимательства в производстве ВВП составляет на сегодняшний день от 50 до 70% и примерно такое же соотношение в общем числе занятых работников.

С другой стороны, анализ сферы малого предпринимательства развитых стран показал, что по показателям трудовой деятельностью занимаются до 70% число занятых жителей, в республике и областях соответственно 49,9%, 16, 9% до 41,4%. Структура малого предпринимательства Республики Таджикистан соответствует структуре малого предпринимательства, так как двадцать восемь целых и две десятых малого предпринимательства занимается в сфере торговли и общественного питания; восемь целых и шесть десятых процента, это численность малых предприятий в промышленности; двадцать целых и шесть десятых процента в строительстве; две целых и семь десятых процента в сфере науки; шесть целых и шесть десятых процента в транспорте и одна целая и ноль восемь сотых процентов в сельском хозяйстве. Однако следует отметить, что инновационный бизнес составляет шесть процентов общей численности малых предприятий.

Для определения перспективного развития малого предпринимательства, выделяем следующие положительные тенденции:

- постоянное развитие малого предпринимательства;
- рост занятых МП;
- стабильность финансово-экономического положения;
- увеличение налоговых поступлений в бюджет;
- легализация предпринимательской деятельности;
- увеличение количества предпринимателей, действующих в условиях рынка;
- усовершенствование нормативно-правовой базы для поддержки малого предпринимательства.

Закон Таджикистана «О государственной поддержке малого предпринимательства» от 10 мая 2002г. №4 (от 25 марта 2011 года № 701⁵⁰ «О внесении изменений и дополнений в Закон), «О государственной поддержке инвестиционной деятельности»: «Об упрощенной системе налогообложения, учета отчетности для субъектов МП» от 12 .12.1997г. № 513 ⁵¹, «О едином налоге на временный доход для определенных видов деятельности»⁵² (от 31.07.1998г., №148) были приняты для результативности господдержки малых предприятий, совершенствования налогообложения и инвестиционной политики. Таким образом, можно отметить, что в стране комплексные программы господдержки МП позитивно влияют на развитии малого бизнеса.

Однако для эффективной деятельности инфраструктурного комплекса отсутствует система поддержки начинающим предпринимателям, то есть стартующий бизнес. Исходя из этого, создан «Совет по предпринимательству при Хукумате областей» решающий проблемы малого предпринимательства, также такие советы следует организовать при органах исполнительной власти городов, районов и областей.

В Таджикистане созданы бизнес-инкубаторы, а в учреждениях высшего профессионального образования организованы студенческие бизнес-инкубатор, выполняющие роль организационно-методических центров для создания инновационных предприятий.

Основной целью является подготовка предпринимательских кадров в республике, так как в экономических Вузах подготавливают специалистов в этом направлении.

⁵⁰ Закон Республики Таджикистан «О государственной поддержке малого предпринимательства» от 10 мая 2002г. №4, (от 25 марта 2011г. № 701 «О внесении изменений и дополнений в Закон).

⁵¹ Закон Республики Таджикистан «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства» от 12 декабря 1997 года, № 513.

⁵² Закон Республики Таджикистан «О едином налоге на временный доход для определенных видов деятельности» от 31.07.1998г., №148.

Производящие товары малыми предприятиями для таджикского и зарубежного рынка оказывают значительную поддержку Хукуматы области для продвижения товаров на рынках, участие на выставках и ярмарках.

Кроме этого, имеется финансово-кредитная поддержка предпринимательских проектов на льготных условиях, а источником финансовой поддержки бизнеса являются субсидии на компенсацию части процентной ставки по кредитам, привлеченных на осуществление инвестиционных проектов.

В случае нехватки республиканского бюджета необходимо привлечение средств из внебюджетных источников в малый бизнес. К примеру, за 2000-2017 годы выделено пять миллионов сомони из средств республиканского фонда поддержки МП, а семь миллионов сомони из республиканского фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере на финансирование инновационных проектов.

Одним из средств стимулирования развития малого предпринимательства является применение лизинговых операций и развитие системы государственных заказов на поставку их продукции.

«В своем послании, Основатель мира и национального единства, лидер нации Президент Республики Таджикистан Э. Рахмон от 26.12.2018 года с целью устранения бесосновательных проверок и создания благоприятных условий для развития предпринимательства был объявлен мораторий в течение двух лет на все виды проверок деятельности производственных предпринимателей, что благотворно сказалось на деятельности порядка двух тысяч субъектов предпринимательства в производственных сферах»⁵³.

Но МП встречается с рядом проблем, которые препятствуют эффективному функционированию и развитию, то есть:

⁵³ <http://khovar.tj/>. Послание Основатель мира и национального единства, лидер нации Президент Республики Таджикистан Э. Рахмон от 26 декабря 2018 г. (дата обращения 21.04. 2020г).

- нет мотивации со стороны государства малых предприятий;
- деление активов предприятий (теневой оборот).

При ведении законного бизнеса появляются административные барьеры для начинающих предприятий (заключение договоров на аренду, получение разрешения на землю и помещения, сбор документации).

Чтобы решить эти вопросы малым предприятиям нужна процедура, которая будет упрощенной для подготовки документов, а также пустующие помещения сдавать в аренду малым предприятиям на льготных условиях.

Учитывая развитие предпринимательской деятельности, нами предлагаются инновационные приоритеты в развитии потребительского рынка (рис.11).



Рисунок 11 - Иновационные приоритеты в развитии потребительского рынка

Для поддержки предпринимательства необходимо партнерство с предпринимательской общественностью, которые смогут активно и инициативно предлагать свои предложения, а также передавать им некоторые

функции. Следовательно, для эффективного ведения малого предпринимательства необходимо следующее:

- рациональные налоги, доступные кредиты; константные правила игры.

Исходя из этого, нами были обоснованы и рекомендуются основные направления господдержки:

- совершенствование налоговой политика, а также устранение административных препятствий для развития бизнеса;
- организации финансово-кредитной поддержки и результативное использование выделенных средств;
- создание новой и совершенствование инфраструктуры потребительского рынка;
- подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров,
- переход на цифровизации в экономику и др.

При этом, создание единого экономического пространства для МП, разработки приоритетов для инновационного малого бизнеса в сельской местности.

Таким образом, для определения критериев оценки функционирования и развития малого бизнеса необходимо использовать нижеследующие показатели:

- получение нормы - 9 предприятий на тысячу жителей;
- повышение доли к валовому внутреннему продукту республики до пятнадцати процентов;
- рост налоговых поступлений в бюджет до 12,0-13,0 процентов.

В целом, это даст возможность усилить роль малого бизнеса в увеличении ресурсного потенциала и емкости рынка потребтоваров Республики Таджикистан. При этом вклад отечественных предпринимателей и предприятий в выполнении и реализации целей относительно развития

производства на основе внедрения современных технологий, оборудования, цифровизации, создания новых рабочих мест, а также строительства и реконструкции социально-культурных сооружений значительно возросло и данный процесс будет всесторонне поддерживаться Правительством страны и ее регионов на перспективу.

ГЛАВА 3. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФИЗИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

3.1. Методология исследования физико-экономического моделирования параметров потребительского рынка

В настоящее время разрабатываются новые экономические теории, авторами которых являются не только «крупные ученые-экономисты», но и представители других наук. Эти оригинальные идеи и теории сравнимы с попыткой создать «вечный двигатель», но никто сейчас не может сказать, какие из них наиболее близки к истине.

Здесь целесообразно выделить роль физиков. Возникает вопрос, в чем же заключается общность методологии физиков и экономистов? Согласно мнению М. Семенова - возможность применения широко используемых в физике универсальных природных закономерностей и симметричного анализа при изучении динамики экономических систем. Так, принцип наименьшего действия (способ получить уравнения движения физической системы при помощи поиска наименьшего значения функционала действия) автор сопоставил с оптимизационным поведением индивида в экономике⁵⁴.

Аналогично, принципу наименьшего принуждения Гаусса в определенном смысле соответствует оптимальное управление предприятием как достижение желаемого результата с наименьшим необходимым принуждением (т.е. созданием «правильных» стимулов агентам). Кроме того, можно рассматривать, как принцип калибровочной симметрии может быть применен в финансах для характеристики «взаимодействия» между ожиданиями и предпочтениями инвесторов. Наконец, было выявлено, что денежные купюры подчиняются квантовой статистике Бозе - Эйнштейна, и поэтому целый ряд законов квантовой жидкости оказался близок закономерностям денежного обращения.

⁵⁴ irt.hse.ru/news/577859.html (Дата обращения 18.04.2018)

По мнению Михаила Семенова с цитаты Роберта Энгла⁵⁵ лауреата Нобелевской премии по экономике 2003 г., утверждавшего, что «физики имеют тенденцию становиться хорошими эконометриками». В качестве иллюстрации подобного сотрудничества между двумя дисциплинами М. Семенов привел в пример трех экономистов - Нобелевских лауреатов, получивших базовое физическое образование (Jan Tinbergen, Daniel L. McFadden, Robert F. Engle III). Чтобы выделить двусторонний характер «взаимодействия» двух наук, автор также упомянул Макса Планка, создателя квантовой механики, начинавшего свою карьеру бухгалтером.

Затем М. Семенов отметил в своей работе, что кроме проведения аналогии между положениями, ранее сформулированными физиками, и экономической проблематикой, можно наметить области, в которых сделанные экономистами открытия могут способствовать дальнейшему продвижению в физике. Например, математическое объяснение таких эффектов, как дефолт или пробой курса акций, может пролить свет на ряд эффектов в квантовой теории жидкости и на не известный физикам до настоящего времени эффект фазового перехода нулевого рода.

Сходство между свойствами денег в экономике и свойствами частиц в физике анализировалось профессором Г.А. Бордовским, который в своей работе о физическом смысле денег показал, что последние обладают всеми свойствами физических частиц. Так, деньги также существуют в единичном состоянии и составляют множества, непрерывно движутся и взаимодействуют друг с другом, обладают определенной энергией и меняют ее при взаимодействии, составляют поле, в котором распространяются, способны переходить друг в друга по определенному закону и обладают своей (денежной) массой, которая связана с их энергией.

⁵⁵ lirt.hse.ru/news/577859.html (Дата обращения 12.04.2019)

Ученый М. Семенов провел параллель между развитием физики и экономики: от микротeorии (теории элементарных частиц в физике и поведения домохозяйств и фирм в экономике) к анализу на макроуровне (в физике конденсированного состояния и астрофизике, с одной стороны, и при анализе деловых циклов, с другой). М. Семенов отмечает, что в последнее время стали активно развиваться нано-физика и нано-экономика.

Наряду с Л. Ларуш и Д. Конторовым взаимосвязи между экономикой и физикой Г. Лейбниц предлагал на основе рассмотрения задачи реальной стоимости, оплаты и производительного труда. «Он во время изучения, функциональных зависимостей между возрастанием энергии, потребляемой тепловыми машинами и ростом производительной силы работников, определил основополагающие понятия физики и экономики, как мощность, работа и технология». Г. Лейбниц впервые, за синтез между физикой и экономикой стал основоположником физической экономики.

Проводя анализ понятия физической экономики Г. Ларуш, пришёл к выводу о том, что надо отойти от монетаристских взглядов на суть вещей и перейти к физическим параметрам оценки экономической деятельности человечества». Важно то, что для такого подхода являются основания в работах современных экономистов.

Л. Ларуш в своей научной работе, которая посвящена физэкономике, считает, что можно применять вместо величины «деньги» физическую величину с единицей энергии (киловатт-час). Это направление имеет много последователей.

Учёный П.Г. Кузнецов⁵⁶ важным считает и рекомендовал, что можно килловатт- час, как энергорубль, по аналогии с нефтедоллара Сороса. «Он также предложил использовать единицу транспортной услуги (тран), которая

⁵⁶http://www.vixri.com/d/a_ekonomika/S.%20Pudenko_Politekonomija%20truda%20i%20fizicheskaja%20ekonomika.pdf (дата обращения 15.10.2020г.)

сопоставима с квадратом скорости доставки груза, что, в свою очередь, сопоставимо с кинетической энергией».

Другой ученый А. Петров в 2005г. предлагает ввести экономические расчёты в энергетическом выражении и описывает недостатки монетаристского подхода.

Л. Ларуш предсказал в ближайшем будущем наступление глобального экономического кризиса. Похоже, что его предсказание сбылось. По его мнению в результате этого кризиса тем, кто его переживёт, придётся отказаться от денег и перейти к другим мерам измерения и оценки труда, например, с помощью энергии. Справедливость этого предсказания еще предстоит выяснить.

Во многих своих положениях физическая экономика опирается на аналогии среди процессов, появляющихся в неживой природе и изучаемыми физикой, а также процессами, происходящими в обществе и изучаемыми экономикой». Д. Конторов считает, что «Физическая экономика позволяет использовать физические аналогии как прогнозный инструмент экономических исследований». Все определения рассмотрены в приложении 3.

Ученый Канторович Г. обозначил одну из самых важных проблем общественных наук, с которой, в то же время, естественные науки почти не сталкиваются, а именно – невозможность повторить эксперимент. Эта проблема связана, в первую очередь, с тем, что исследуемая система является обучаемой. Рассмотрим, к примеру, известное утверждение Р. Лукаса о том, что при рациональных ожиданиях, симметричной информации и равновесии на всех рынках полностью ожидаемая политика окажется неэффективной.

Одновременно с методологией физической экономики более широкое использование имеют математические методы исследования, анализ которых широко используется в физике и кибернетике. Поэтому в конце XX века

значительно расширились исследования физической экономики. Поэтому начали изучать в вузах России физическую экономику.

Рыночная экономика предполагает коренную реформу методов и процессов моделирования экономических процессов. Однако, как показывает опыт стран СНГ и, в том числе, Республика Таджикистан, шоковые реформы вызывают длительный спад производства, а также ухудшение положения субъектов потребительского рынка и их работников, что приводит к укреплению социальной базы противников реформ. Поэтому переход стран от административно-командной экономики к рынку, на наш взгляд, невозможно осуществлять революционным путем или в короткие сроки.

Управление любой организацией или предприятием требует от руководителя знания основ производственных, социальных и других процессов, что в свою очередь, требует глубоких знаний, в том числе в области естественных наук.

В отечественной экономике почти не накоплен опыт применения физических моделей в экономике. Некоторые аспекты данной проблемы изложены в научных изданиях ученых стран СНГ и дальнего зарубежья. В то же время все еще остаются малоисследованными многие вопросы применения физических моделей в процессе управления экономическими системами, особенно с учетом наметившихся в последние годы тенденцией развития экономики.

С возрастанием сложности народнохозяйственных и региональных проблем повышается значимость разработки и применения в практике методов физического моделирования экономических процессов.

В настоящее время физическое моделирование экономических процессов в том числе на потребительском рынке не теряют своего значения, пока не завершилось создание рыночной инфраструктуры.

Возникают новые равносильные закономерности между экономикой и фундаментальными основами физики. Поэтому выделяя понятие физики, особенно преимуществу теоретической физики и эмпирические основы, и перспективы их использования в XXI веке, рассматривают экономические преобразования.

Используя «законы и теории физики в экономических процессах никто не сомневается, что еще более абстрактные и эзотерические формулы теории относительности и квантовой механики связаны с производственными (в этом – надежда человечества) и непроизводственными (в этом – угроза человечеству) применениями атомной и ядерной физики».

Выделяют две направления: а) как научные результаты физики внедряют в практику, а также б) новое направление связано с поисками неклассических физических аналогий для решения и разработки актуальных экономических задач.

В основном характеризуя такие обстоятельства в мировой экономике или экономике какого-либо государства, экономисты находят направления развития с помощью прогнозных расчетов и использования динамических моделей.

В середине 20-х и начало 30-х годов прошлого века осуществлялся процесс построенного и систематического практического освоения результатов классической физики – особенно классической электродинамики и термодинамики, а затем была она применены при разработке перспективных планов электрификации.

После 40-х годов XX в. физика с большими темпами использовалась для решения фундаментальных проблем на основе попытки создания единой картины мира, которая соответствовала бы и теории относительности, и квантовой механике.

В настоящее время вырабатываются гипотезы о структуре элементарных частиц. Наука, которая исследовала проблему взаимодействия частиц разного

типа, используя квантовой теорией поля. Квантовая теория поля для сильных и слабых взаимодействий до сих пор не разработана. Они описываются посредством приближенных методов. Поэтому окончательно не решен и вопрос о структуре элементарных частиц, которые обладают собственную структуру, а с другой стороны, данная структура остается неизученным.

Особое внимание было уделено физическому мышлению. Ученые Паули и Борн выделяют особенности физических теорий при длительных периодах и считают, что они более устойчивые и слабо изменяются. Поэтому прогнозы по использованию физических методов считается приоритетным. В условиях, когда в начале XX века появились релятивистская и квантовая физика, место классической электродинамики существенно изменилось. Тогда перед физиками и экономистами появляется новая задача - решение вопроса об экономическом эффекте изменения использования физической мысли».

Как известно, в истории науки П.Г. Кузнецов предсказал изменения описания физического мышления, выяснил его эмпирические условия и задумывал о его экономических результатах. По нашему мнению, может быть, третья производная это и есть междисциплинарная отрасль науки, которая называется «физическая экономика».

Анализ обзора литературы по этому направлению отражает, что некоторые физические и экономические процессы и явления записываются одинаковыми математическими формулировками. В некоторых случаях целенаправленное сопоставление задач физики и экономики может подсказать результат и методику решения последних.

В этих условиях следует выделить:

➤ термодинамические аналогии моделей рыночной системы. В их основе лежит процесс перераспределения: энергия и импульсы сталкивающихся молекул в физике, перераспределение товаров и денег между участниками рынка в экономике;

- экономические процессы, в том числе рынок сферы услуг проходит на основе рассмотрения физических законов;
- анализ сложных физических и экономических систем;
- физическая экономика: анализ экономической структуры общества и многие др.

Поэтому, целесообразно было бы, для объяснения большинства экономических систем использовать физические модели. Например, планирование производства, функции спроса и приложения, экономическое равновесие, экономическая динамика (по отраслям экономики), экономический обмен, анализ экономической структуры общества, стабильное функционирование хозяйства, доставка и размещение материальных ресурсов, финансовая подсистема, стоимость товаров, покупательная способность, оборот денежной массы, торговля, прогнозирование экономических процессов, управленческое консультирование, сфера услуг и т. д.

Решая актуальные вопросы рыночной экономики с помощью физической экономики – это направление получило название «Физическая экономика», можно смоделировать и разработать модели выхода из низко продуктивного состояния к высокопродуктивной стране, равноправного члена мирового экономического пространства

Физическая экономика на основе непрерывного процесса научно-технического развития рассматривает принципы и особенности развития материального производства с целью уточнения представлений о количественном и качественном наполнении потребкорзины, обеспечивающего длительное существование человечества на земле.

Анализ проведенного исследования и экономической литературы показывает, что на данном этапе развития инновационной экономики, экономическая интерпретация использования физико-экономических моделей на потребительском рынке недостаточно применяется.

В своей работе Идрисов Р.Г. предпринимает использование методов физических исследований при решении задач экономики, особенно потребительского рынка⁵⁷.

В целом, рассмотренные модели позволили выделить преимущества методов, а также их ограничения⁵⁸ для решения организационно-экономических аспектов совершенствования потребительского рынка в условиях инновационной экономики.

На основе этого в Приложение 4, таблице 1 приведены существующие физико-экономические модели, используемые при формировании и развития потребительского рынка.

Важно заметить, что указанные модели можно использовать при формировании и развития потребительского рынка, учитывая его особенности.

С другой стороны, предлагаем использовать модели, с помощью которых можно определить состояние и развитие промышленности по выпуску товаров для насыщения потребительского рынка, механические свойства товаров, движение товаров на ПР и управление предприятием, выпускающие товары для данного рынка.

3.2. Совершенствование структуры субъектов потребительского рынка на основе использования физических аналогий и адиабатического расширения

XXI век, по мнению многих исследователей, считается эпохой коренных революционных преобразований, которые меняют социальную картину мира и движущие силы развития его производства.

⁵⁷ Идрисов Р.Г. Модели и методы экономической физики/Р.Г.Идрисов // Вестник Башкирского университета. 2015.Т.20.№3. – С. 913- 917.

⁵⁸ Водолазский А.А. Начала экономфизики и количественная определенность первых экономических законов. Новочеркасск: НОК,2013.227с.; Малков С.Ю., Старков Н.И., Чернавский Д.С. и др. Модель финансовых «пузырей» на фондовом рынке// Мировая динамика: Закономерности, тенденции, перспективы. М.: URSS, 2014. С. 449-461.; Романовский М.Ю., Романовский Ю.М. Введение в экономфизiku. Статические и динамические модели.М.: ИКИ, 2007.- 280с.

С возрастанием процесса глобализации и сложности народнохозяйственных и региональных проблем, увеличивается значение разработок и применения в практике моделирования процессов, происходящих в экономике и ее структурных элементов. На наш взгляд, можем отметить, что возможности экономико-математических методов, в связи с появлением современных IT- технологий, ограничиваются поисковыми процессами и переработкой больших массивов информации.

В связи с этим настало время больших аналогий, а именно, аналогий экономических процессов с физическими. Под этим утверждением следует понимать методику аналогий экономических процессов реальным физическим процессам, законодательно утвержденным как наукой, так и практикой. Это законы: сообщающихся сосудов; законы Кирхгофа; законы растяжения, сжатия, упругости и другие. При физическом моделировании процессов экономики необходим учет принципиальных особенностей для адекватности разрабатываемых физических моделей реальным экономическим процессам.

Современное состояние экономики Республики Таджикистан, в частности, характеризуется высокой степенью неопределенности. Часто решение экономических проблем в различных предприятиях страны производится методом классической прогностики. Использование физических моделей в решении этих проблем помогает преодолеть недостатки классической методологии экономической прогностики. Здесь целесообразно выделить:

1. На основе рассмотрения зависимости функция прибыли при постоянных издержках и уравнении спроса, особенно эластичности спроса по цене, спрос на товары со стороны различных групп населения, обладает аналогическую картину, как график движения тел с малыми скоростями.

Исходя из этого, нами с целью совершенствования и развития экономической структуры на субъекты потребительского рынка предлагаем физическую модель «Движение тел с малыми скоростями».

Допустим, если субъекты потребительского рынка начинают свою деятельность с начальной скоростью

$$\vartheta_0 \ll \vartheta_1, \quad (3.1)$$

где $\vartheta_1 = \frac{gt^2}{2}$ свободного падения можно считать постоянным (по модулю и направлению). За координаты принимаем состояние предприятия или фирмы в момент времени t_0 текущего года (или месяца). Состояние субъектов потребительского рынка (предприятия) относительно неподвижной инерционной системы отсчета (скорость ϑ_c) центр масс замкнутой механической системы не изменяется с течением времени — это и есть инерционная система, определяется следующими уравнениями:

$$X = \vartheta_0 t \cos \alpha, \quad (3.2)$$

$$Y = \vartheta_0 t \sin \alpha - gt^2/2, \quad (3.3)$$

где α - угол между наклоном и горизонтальной плоскостью (рис.12). Для субъектов потребительского рынка (предприятия) горизонтальной плоскости выбираем ось временной деятельности t (в качестве субъектов потребительского рынка).

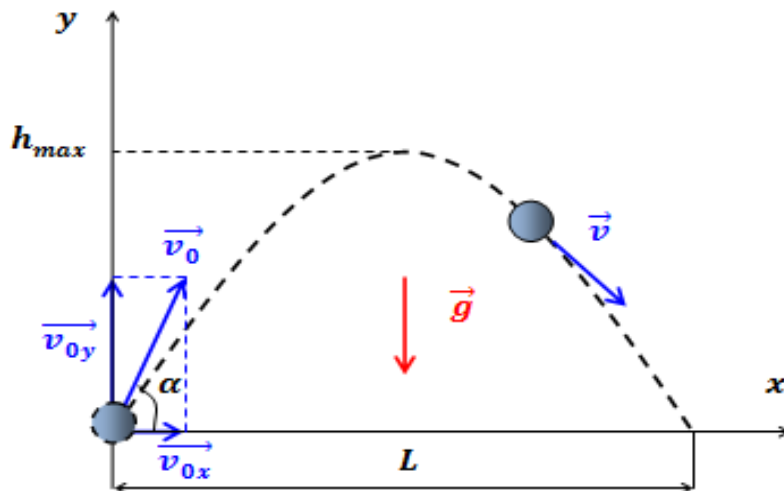


Рисунок 12 - Движение тел с малыми скоростями в производственном процессе

Принимаем реальный производственный цикл отрезок L - как стабильность развития субъектов потребительского рынка, а за наибольшую высоту подъема h_{\max} экономическую эффективность субъектов потребительского рынка (без учета воздействия различных возмущений) можно определить экономическую эффективность её работы по формуле:

$$L = v_0^2 \sin(2\alpha) / g. \quad (3.4)$$

$$h_{\max} = v_0 \sin^2 \alpha / 2g. \quad (3.5)$$

Наибольшая стабильность развития субъектов потребительского рынка (при постоянном значении v_0) достигается при $h_{\max}/2$. При наличии воздействия различных факторов стабильности развития субъектов потребительского рынка, предприятия сферы услуг и высота подъема, экономическая эффективность предприятия уменьшается в 1,5-2 раза.

С другой стороны, измеряя динамику процесса изменения показателей субъектов потребительского рынка во времени значений величины X , они будут вычислять отношение: $v = \frac{\Delta X}{\Delta t} = \frac{X_{i+1} - X_i}{t_{i+1} - t_i} = \operatorname{tg} \alpha$. Физики и математики называют это отношение скоростью роста. Для более точного измерения динамики процессов многих ученых в рамках развития теории математического анализа была создана теория дифференциального исчисления и, в частности, введено понятие производной.

Теперь представим себе, что экономистам поставлена та же самая задача: измерить динамику процесса изменения во времени значений величины X . Экономисты, измеряя динамику процесса изменения во времени величины X так же будут вычислять отношение, но уже другое:

$$T = \frac{X_{i+1}}{X_i},$$

Экономисты называют это отношение темпом роста. Итак, рассматривая элементарную модель изменения во времени величины X , мы обнаруживаем принципиальное различие в методологических подходах к измерению динамики одного и того же процесса у физиков и математиков с одной стороны и у экономистов с другой стороны.

Подход физиков и математиков более корректно отражает объективную реальность и, если будет поддержано предложение о методологической стандартизации подходов к измерению динамики процессов, то именно этот подход должен быть положен в ее основу.

Рекомендуем органам исполнительной власти и специалистам при расчете темпа роста экономических показателей, исчисляемых как отношение двух величин, учитывать эффект «G-гиперболизма»⁵⁹. В частности, при сравнении динамики развития различных процессов рекомендуем использовать не показатели темпов роста и индексы изменений. Показатели, как темпы и индексы изменений (цепные и базисные) не отражают реальную динамику процессов.

С целью практического применения разработанной модели, (приложение 4) построен график динамики темпа роста товарооборота Республики Таджикистан за 1991 по 2020 годы (рис. 13) с учетом и без учета эффекта «G-гиперболизма».

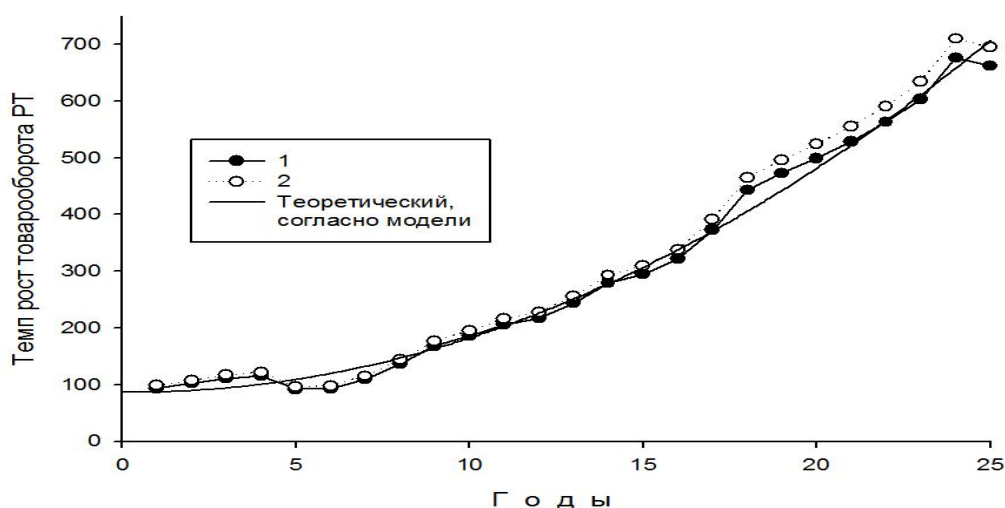


Рисунок 13 - Темп роста динамики товарооборота в Республике Таджикистан за 1991-2020 годы

Примечание: 1(●)- данные статсборника без учета «G-гиперболизма», 2 (○)- расчетная с учета «G-гиперболизма», сплошная линия теоретический согласно модели.

⁵⁹ <https://pandia.ru/text/78/285/13630.php>. Валерий Галасюк, Виктор Галасюк. Как использовать эффект «G-гиперболизма» (дата обращения 15.10.2020г.)

Анализ рисунка 13 показывает, что темп роста товарооборота в Республике Таджикистан за 1991 по 2020 годы с учетом эффекта «G-гиперболизма» и без ее учета составляет прирост 5%. С другой стороны, из рисунка 13 видно, что выявленный угол показывает направление и скорость темпа роста. За 1991 по 2000 годы темп роста товарооборота имеет низкую скорость, а 2001г. по 2015г. среднюю, начиная 2016 по 2020г. наибольшую. Если в будущем темп роста товарооборота Республики Таджикистан будет увеличиваться с такой скоростью, то может быть реализована инновационная политика государства.

А также на примере, при расчете темпа роста доходов предприятия «Шири Саодат», которое выпускает молоко и молочные продукты на потребительском рынке, с учетом и без учета эффекта «G-гиперболизма», отсюда можно легко определить, что указанные темпы роста доходов искажены влиянием эффекта «G-гиперболизма». Влияние эффекта «G-гиперболизма» при расчете темпов роста доходов предприятия «Шири Саодат», который использует этот эффект оказалось в пользу.

С другой стороны, согласно теории спроса и предложения функции, эластичности спроса и предложения оценивая цены и дохода определяется по формулам:

- эластичность спроса используя цены $E_p(q) = q'(p) * \frac{p}{q}$, где $q^1(p)$ - производные функции спроса от цены, p - цена, q - доход;

- эластичность спроса по отношению дохода $E_R(q) = q'(I) * \frac{R}{q}$, где $q^1(I)$ - производные функции спроса от цены, R - потребительский доход;

-эластичность предложения по отношению цен $E_p(S) = \frac{p}{S} * S'(p)$, где $S^1(p)$ - производные функции предложения от цены;

- эластичность полная расход по отношению к объему товара

$E_Q(C) = \frac{Q}{C} * C'$, где C^1 – производная функция расхода по отношению объема товара, Q - полный расход.

Производные функции спроса от цен, от дохода, предложения от цен и расход по отношению к объему товара в обобщенном виде зависит от $\text{tg}\alpha$:

$$E_x(Y) = \frac{X}{Y} * \text{tg}\alpha ,$$

где, X и Y принимает значение соответствующие показатели.

С помощью регулирования $\text{tg}\alpha$ можно определить функции эластичности спроса от цен, от дохода, предложения от цен и эластичность, полный и средний расход по отношению к объему товара.

2. С другой стороны, в общем, работоспособность элементов конструкции (субъектов потребительского рынка) и машин (отрасли) в значительной степени зависит от механических свойств материалов (товары и изделия, которые готовят субъекты потребительского рынка), из которых они изготовлены. Одна из величин механических свойств является растяжение и сжатие при статистической нагрузке⁶⁰. Под растяжением можно принять жизненный цикл предприятия или организации, которые поставляют товары на ПР, а под сжатием банкротства или оценку жизнеспособности.

Представим, что жизненный цикл субъектов потребительского рынка можно определить при помощи диаграммы растяжения. Это даст возможность получить зависимость жизненного цикла субъектов потребительского рынка, $P(\delta)$ - нагрузки и увеличения срока службы оборудования, выявления потери качества товаров. Это и физический и экономический процессы. Первая - степень равномерной выносливости субъектов потребительского рынка, вторая - жизненный цикл.

Для получения этих зависимостей рассмотрим диаграмму жизненного цикла и растяжения. Они представляют собой нормальный закон распределения. Диаграмма растяжения характеризуется четырьмя отличительными участками (рис.14).

⁶⁰ Тарг С.М. Краткий курс теоретической механики/С.М.Тарг. – М.: Высшая школа, 1986.- 416 с., ил.

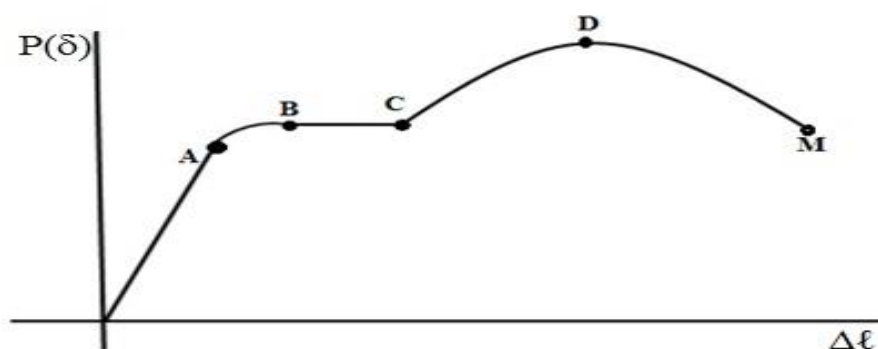


Рисунок 14 - Диаграмма растяжения

Анализ налогов и доходов субъектов потребительского рынка, предприятия, среднедушевой совокупный доход населения, использование совокупного дохода населения и потребительских расходов домашних хозяйств и др. по годам (2012-2020гг.) в Республике Таджикистан показывает, что аналитические графики этих показателей также похожи на эту диаграмму.

Начальный участок диаграммы OA имеет прямолинейный вид и выражает прямо-пропорциональную зависимость между силой и удлинением. То есть любое предприятие, которое выпускает товары на рынке, свой первый начальный этап проходит поэтому линейному закону. Иными словами, на этом участке справедлив закон Гука. При переходе за точку A справедливость закона Гука нарушается и прямая OA переходит в кривую AB . В образце возникают первые остаточные деформации.

Жизненный цикл субъектов потребительского рынка сталкивается с некоторыми трудностями, то есть кривая AB плавно переходит в горизонтальную прямую BC , что указывает на значительное удлинение образца при постоянном или очень незначительном увеличении силы. Это явление называют текучестью материала. Аналогичный этап в экономике характерен текучестью капитала.

На криволинейном участке CD материал снова сопротивляется росту деформаций. Этот участок называют зоной упрочнения, а в экономике - зоной стагнации и формированием устойчивости.

При подходе к точке Д деформация образца характеризуется образованием шейки (местного уточнения). При дальнейшем нагруженная площадь поперечного сечения образца в районе шейки резко уменьшается, и в точке М образец разрушается. Этот участок носит название зоны разрушения образца. В экономике это банкротство или ликвидация, а в потребительском рынке эластичность спроса и предложения в зависимости от цен, дохода и объёма товаров.

С помощью этой модели можно изучить потребительский рынок, как эластичность спроса и предложения в зависимости от цен и дохода, эластичность предложения по отношению к цене и полного среднего расхода по отношению объёма товаров для субъектов потребительского рынка.

Например, если значение эластичности спроса по отношению к доходу при расчёте по формуле $E_R(q) = q'(I) * \frac{R}{q}$, (где $q'(I)$ - производная функция спроса от дохода, R - потребительский доход, q - доход) положительный, тогда можно говорить о качестве товара, если отрицательный, то товар является некачественным.

Таким образом, предложенный подход, то есть использование физических аналогий позволяет разработать рекомендации по совершенствованию структуры субъектов потребительского рынка, которая выпускает товары на рынке и оценки результатов их деятельности в новых условиях.

3. Каждая вид деятельность невозможна без применение экономико-физического моделирования на основе оценки состояния потребительского рынка, его сегментов, характера действия потребителя-человека и предпринимаемых действий в различных его сегментах.

В результаты анализа основных социально-экономических показателей, в том числе потребительского рынка, динамику их неустойчивого состояния и развития, возможность повышения, обстоятельством четкого времени экономические коэффициенты все время оптимизированы. В качестве примера,

используем данные по показателям потребительского промышленного рынка в Республике Таджикистан и построим в зависимости от этих показателей промышленности за 2008- 2018 годы.

На рисунке 15 показан график зависимости показателей потребительского промышленного рынка страны за 2008-2018 годы.

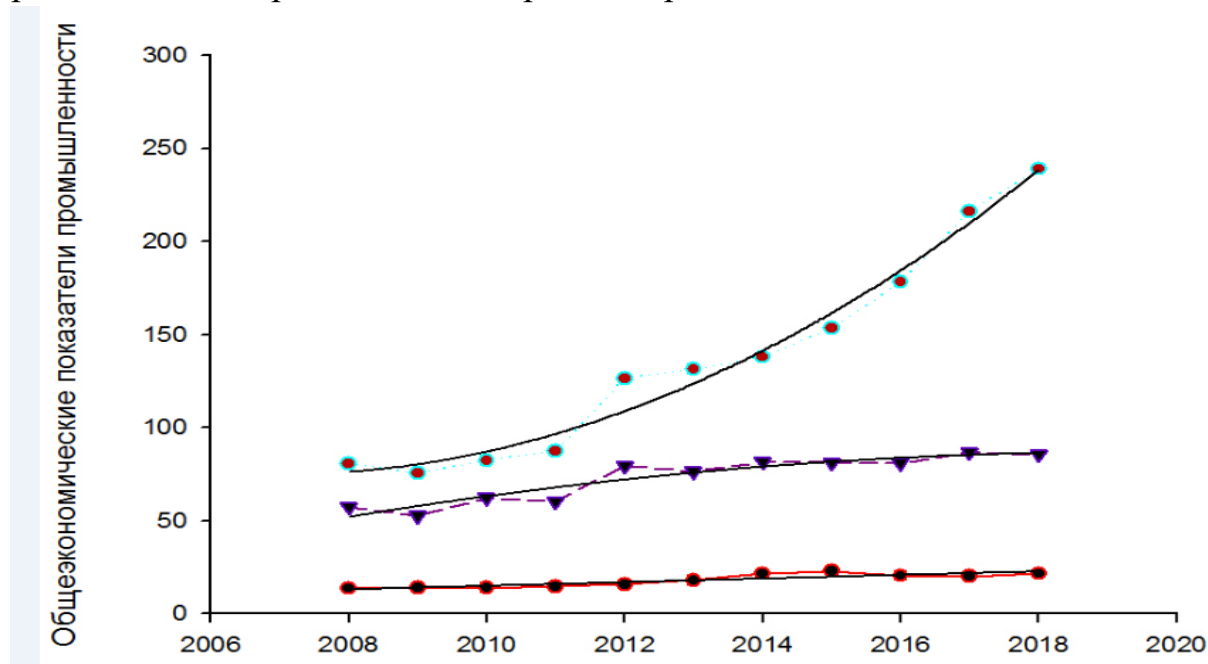


Рисунок 15 - Зависимость общеэкономических показателей промышленности от времени

Примечание: • объем промышленной продукции в ценах 2018 года, ▼ среднегодовая численность промышленно-производственного персонала; ◆ число промпредприятий за 2008-2018 гг.; ----- расчёты по программе Sigma Plot.

Обработка результатов проводилась на MS Excel, а графики построены с помощью программы Sigma Plot.

Коэффициенты регрессии общеэкономических показателей промышленности рассчитанной программой Sigma Plot представлены в приложении 5.

По результатам расчета для этих показателей наблюдается рост оценочных коэффициентов.

На рисунке 16 приведен график зависимости индекса объема продукции промышленности по отраслям за 2008 - 2018 годы, выделяя всю промышленность, добывающую промышленность, добычу энергетических материалов, обрабатывающую промышленность.

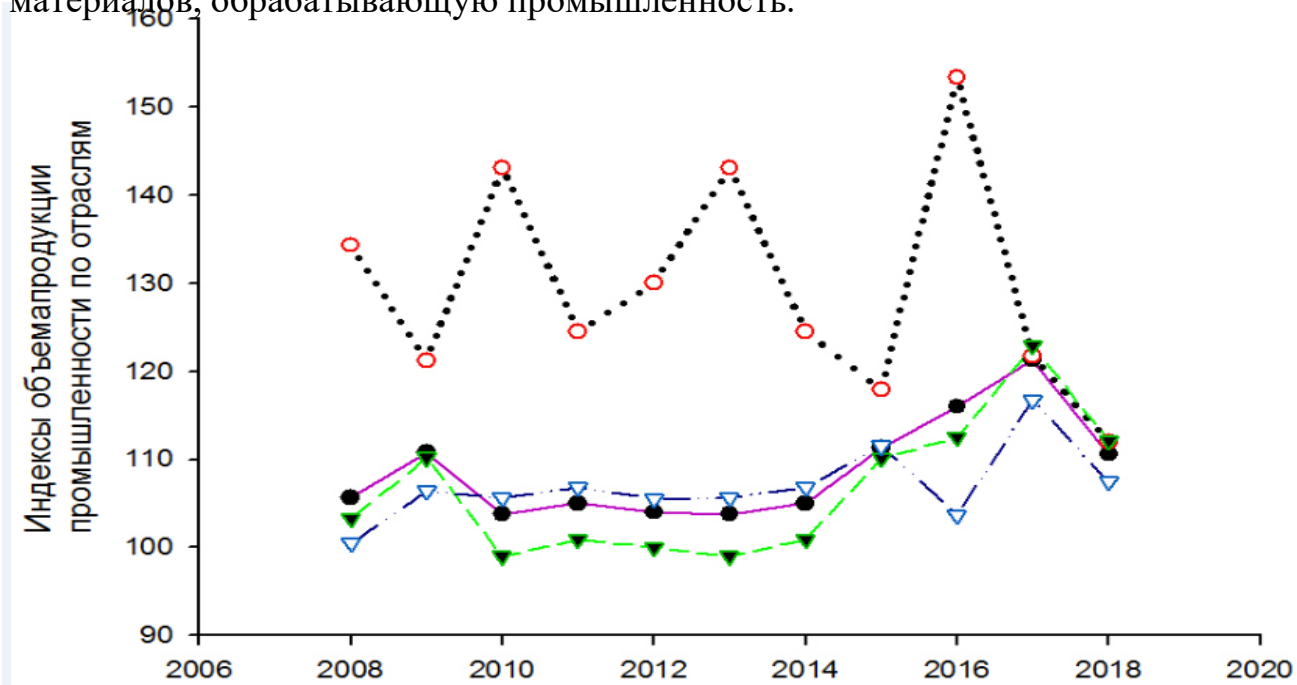


Рисунок 16 – Изменение зависимости индекса объема продукции промышленности по отраслям за период 2008 по 2018 годы:

Примечание: ○ - все промышленности, ▼ - добывающая промышленность, • - добыча энергетических материалов, Δ - обрабатывающая промышленность.

Из рисунка 16 видно, что индексы объема продукции промышленности и развитие энергетического состояния экономики влияния таких факторов: уменьшение ресурсов, увеличение населения относительно этих ресурсов, уровень загрязнения атмосферы, воды, почвы и др.

На рисунке 17 показан зависимость индекса общего объема продукции промышленности по отраслям Республики Таджикистан за период с 2008 по 2018 годы.

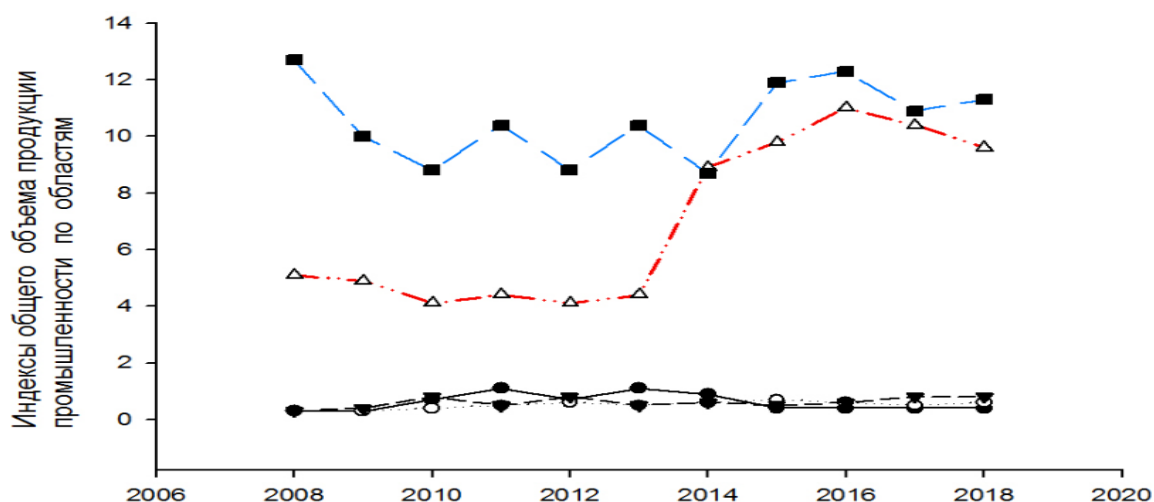


Рисунок 17 – Изменение зависимости индекса общего объема продукции промышленности по отраслям Республики Таджикистан за период с 2008 по 2018 годы

Примечание: ●-производство нефтепродуктов; ▼-производство резиновых и пластмассовых изделий; ○химическое производство; Δ -производство прочих неметаллических минеральных продуктов; ■ - металлургическое производство и производство готовых металлических изделий.

Используя производственные мощности по выпуску продукции для цемента и сборные железобетонные конструкции и изделия за период с 2008 по 2018 годы в Республике Таджикистан, составлен рисунок 18.

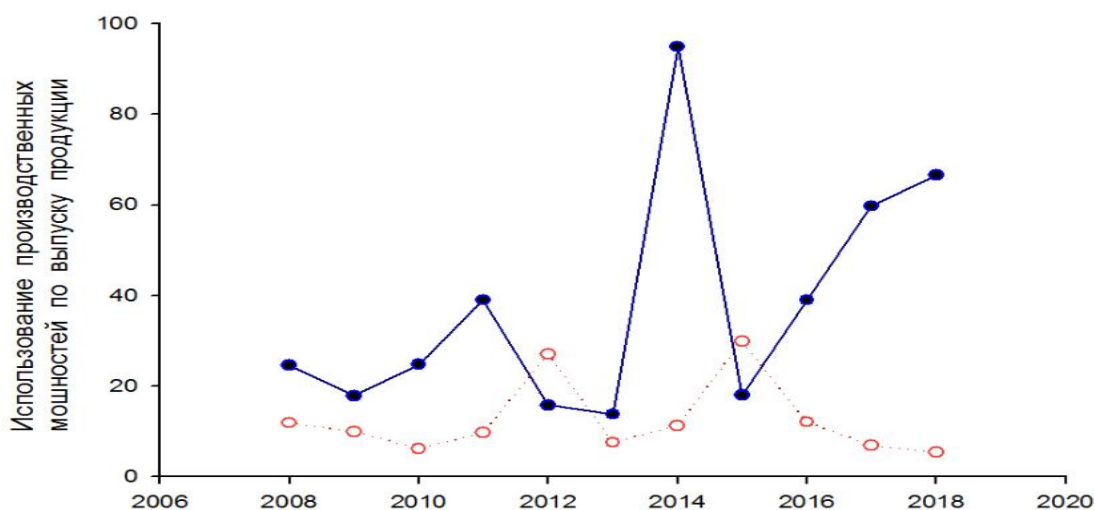


Рисунок 18 - Использование производственных мощностей по выпуску продукции для цемента и сборные железобетонные конструкции и изделия за период 2008 по 2018 годы в Республике Таджикистан

Кроме того, рисунки 16, 17, 18 показывают, что величина показателей считаются когерентные, т.е. имеют колебательный характер. Аналогичную динамику имеют показатели, характеризующие потребительский рынок

Рост экономики Таджикистана и развитие потребительского рынка в результате цифровизации будет достигнуто в перспективе.

При проведении качественного анализа экономических показателей в условиях конкретного региона экономисты сопоставляют их предыдущим годам в процентном соотношении.

Поэтому мы предполагаем, что для определения положения экономических систем использовать статическое физическое моделирование. Как известно, каждые замкнутые экономические системы имеют n -количество подсистем, сумма состояния каждого из них в общем дает характеристику состояния систем, тогда функционирование этих систем следует рассматривать как известную «модель идеального газа». Данный подход можно использовать при анализе состояния в условиях потребительского рынка.

Используя статическую комбинацию, можно определить состояние как физических, так и экономических систем. Такого рода определения очень рациональные и без труда можно вычислить их показатели и определить реальное состояние экономических систем, именно на потребительском рынке.

Именно такой подход, т.е. физическую модель адиабатического расширения можно использовать при исследовании на примере потребительского рынка.

С этой целью рассмотрим диаграмму функции $S = f(T)$ (рис. 19). Для практичности принимаем $S(0) = S_0$. Кривые графики на рисунке 19, так называемые изохоры, адекватным двум разным объемам системы V_1 и V_2 , и они заданы в переменных S и T . При $T \neq 0$ $(dS/dT)_v$ определяется неравенством:

$$(dS/dT)_v = \frac{1}{T} \frac{\delta Q_v}{\partial T} = \frac{1}{T} \frac{\delta C_v}{\partial T} = \frac{C_v}{T} > 0,$$

где S – энтропия (показатель субъектов потребительского рынка).

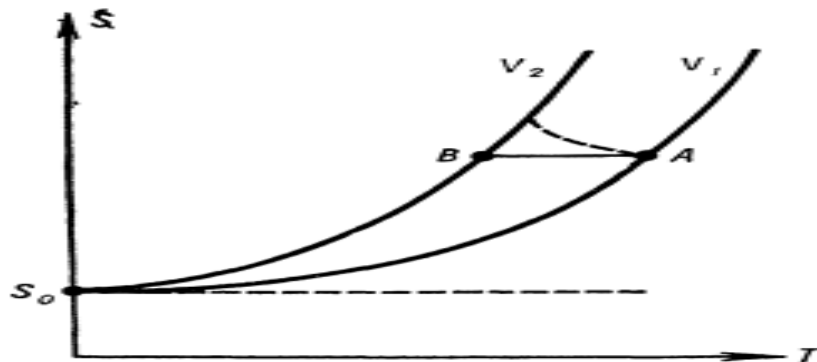


Рисунок 19 - Графики зависимости изменения энтропии системы для двух объемов

Из рисунка 19 видно, что зависимость S от T для двух объемов однообразно увеличивается и переход AB осуществляется при постоянном значении энтропии. Он идет к обратимому адиабатическому расширению, при этом увеличение объема системы равно работе совершенной за счет изменения внутренней энергии $\Delta A = -\Delta U$ и далее, ее температура уменьшатся. Также за счет получения теплоты происходит расширение системы, при этом ее энтропия возрастает.

Кроме того, из рисунка 19 видно, что никакая прямая, параллельная оси абсцисс и проходящая через точку $(T=0, S=S_0)$ не пересекает изохору $V=V_1$ ещё в какой-нибудь точке. Отсюда следует невозможность достичь абсолютного нуля обратимым адиабатическим переходом, а, следовательно, и любым другим способом.

Аналогично, можно отметить, что кривые соответствующие двум разным объемам системы линии V_1 и V_2 пересекают, это считается как пересечение линий спроса и предложения в экономике и можно сформулировать вывод о том, что система (потребительский рынок) находится в равновесном состоянии.

«Оценивая статистическую физику, даже при гораздо низкой температуре $T_0 = 10^{-3}$ К, ядерные спины столь же случайны, как и при любых высоких температурах и имеют упорядоченную ориентацию, по этой причине полная

энтропия, связанная со всеми степенями свободы, включая ядерные спины, будет иметь ещё большие значения».

Нами была изучена динамика объема товарооборота для республики и Согдийской области с учетом «G – гиперболизма», а также графически построена зависимость изменения темпа роста объема товарооборота δT , который аналогичен к графику в зависимости изменения энтропии системы для двух объёмов (рис. 20).

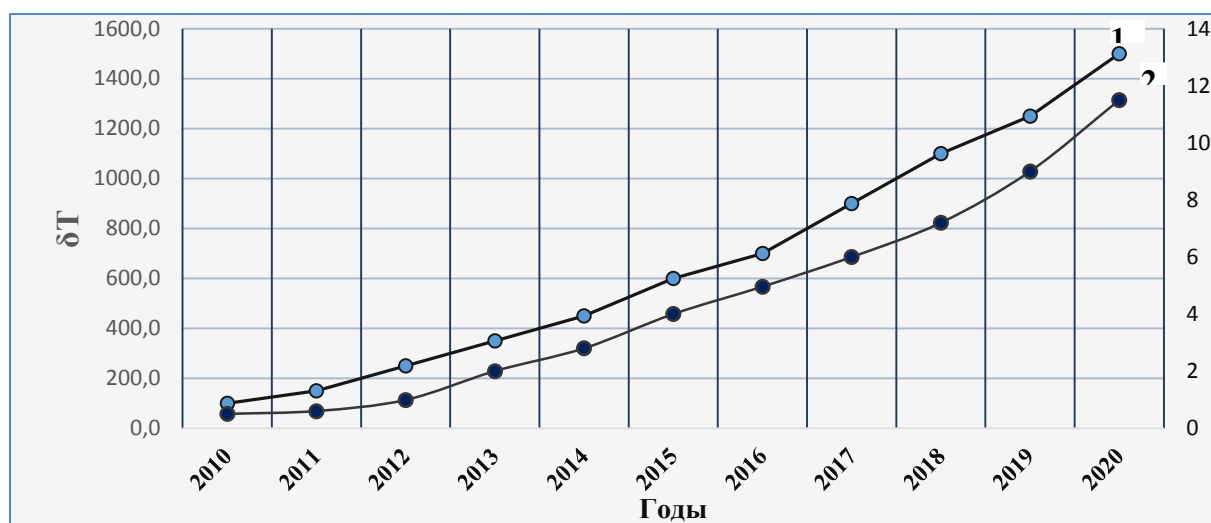


Рисунок 20 - График зависимости изменения темпа роста объема товарооборота δT с учетом «G – гиперболизма» за 2010-2020 годы

1- Республика Таджикистан; 2- Согдийская область

Сравнительный анализ рисунков 19 и 20, показал об изменении энтропии для двух объемов, физических и экономических процессов, то есть, за последние годы произошел рост энтропии потребительского рынка.

В целом, использование этой модели способствует определить равновесие экономических систем, особенно в условиях потребительского рынка, одновременно двумя способами:

А) на основе пересечения двух разных объемов, следует выделить аналогию графика спроса и предложения на рынке;

Б) ростом изменения энтропии физических и изменении темп роста экономической системы (аналогия для экономической системы считается рис.15 и 20).

Таким образом использование основ физической экономики проводит к моделированию движения товаров и устойчивости системы управления субъектами потребительского рынка в условиях углубления рыночных отношений.

3.3. Моделирование движения товаров и устойчивости системы управления субъектами потребительского рынка

В XXI веке общество вошло, не имея всеобщей теории рынков, а существующая теория относилась к способу производства или на социалистический или на капиталистический.

Экономика наполнилась разнообразными методами, путями и моделями, а в настоящее время стала разработка современных программ для решения задач различных IT- технологий. Применение этих новых программ, методов и технологий в различных сферах экономики превысило все представляемые предположения.

Обычно, модель синергетического рынка охватывает отклонение от линейности, альтернативности, способности к фазовым и структурным переходам, которые являются свойствами и движущими силами в развитии рынков. Время в развитие рынков играет системно формирующее их место, так как и все экономические системы, в реальном временном размере - не равновесны и бифуркационны. При этом выделяем синергетические эффекты в социально-экономических системах, в т.ч. на рынках, являются результатом согласованного или рассогласованного действия разнородных по природе сил, как инноваций, институтов, технологических изменений, экологических катастроф и другие. С 1815г. мировая экономика столкнулась с экономическими кризисами в виде слабых и в виде сильных форм (1929, 1933, 1998, 2008гг.)⁶¹. Классическая теория экономики не смогла дать удовлетворительное объяснение кризисам и катастрофам, поскольку во всех

⁶¹ Стиглиц Джозеф. Крутое пике: Америка и новый экономический порядок после глобального кризиса/Джозеф Стиглиц.- М., ЭКСМО, 2011.-320с.

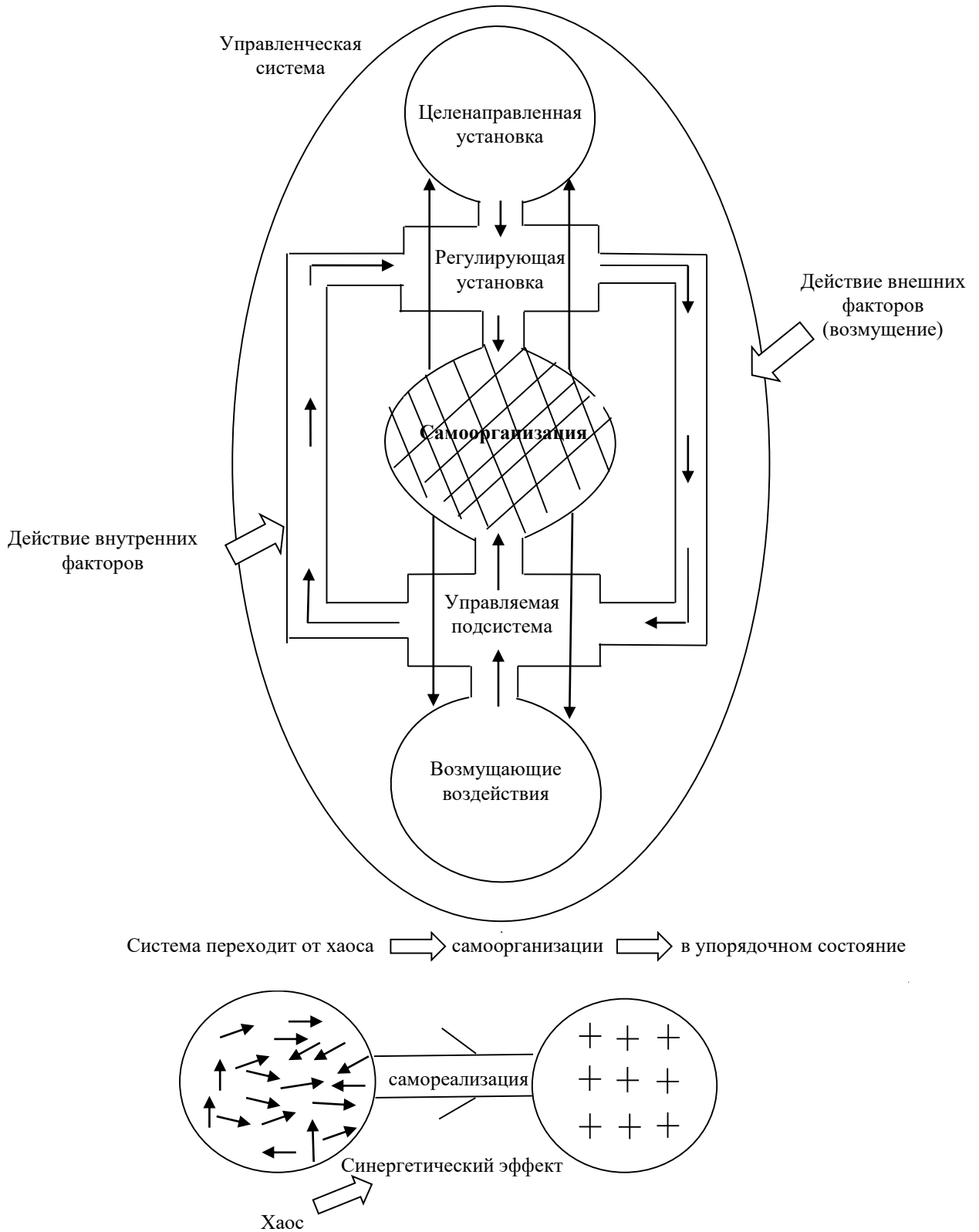
своих модификациях она абсолютизировала равновесие и игнорировала фазовые и структурные трансформации на некотором виртуальном рынке. Существующие сейчас рынки более сложные, чем те, которые описываются в работах классиков, и эмерджентная революция исключила то, что называли «законами рынка». В инновационных системах наблюдается энтропийное представление, который описан в терминах феноменологической теории фазовых переходов Эренфеста-Ландау ⁶². Кроме того, в рыночных системах действует антропный принцип синергетики, и он не может быть фетишизирован и имеет свои институциональные исторические и пространственно-временные ограничения. В частности, рынки не учитывают системы общества, не ориентируют на инвестиции в социальные активы, не отражают проблему защиты окружающей среды, не устраняют неравномерность развития различных стран и регионов мира и т.д.».

В настоящее время отказ от применения рыночных механизмов приведет к разрушению национального, отраслевого и региональных рынков, делают «ненужными» не только отдельные отрасли и предприятия, но и появляются «лишними» субъекты рынка. При условии, что к этим факторам добавить вмешательство в систему криминальных структур, нестабильность и хрупкость мировой экономики по политическим и национальным дифференциациям, то мы имеем непостоянный неуправляемый рынок, который является мегафакторным, реальные рамки которого очевидно практически не описываются.

В современной экономической теории экономическая синергетика стала широко признаваемым направлением, когда можно объяснить те сложные процессы, которые не поддаются объяснению и описанию в терминах классической экономической теории. Применительно к рынкам экономическая

⁶² Кузнецов Б.Л. Рынок как синергетическая система/Б.Л.Кузнецов // Набережные Челны: Изд-во КГИЭА, Камск, 2012.- С.7-9.

синергетика открывает новый шанс, для экспериментаторов снимая те ограничения, которые накладывали на них отжившие задачи (рис.21) ⁶³.



⁶³ Разыков В.А., Зубайдов С., Нуруллоев З.Х. К моделированию движения товаров на основе аналогии физических и экономических систем// Вестник таджикского государственного университета коммерции №4(13)2015.- С.89-98.

Рисунок 21 - Схема перехода системы от хаотического состояния в управляемое состояние

Это позволило нам схематически изобразить переход исследуемой системы из хаотического (неуправляемого) состояния в упорядоченное (управляемое), что аналогично использовано нами (одного из авторов) метода адаптивного прогнозирования нестационарных временных рядов, которые можно идентифицировать с хаотичным рынком. При изучении роли и значения инфраструктуры потребительского рынка, установлено, что связующее звено обеспечивает гармоничное функционирование и развитие общественного воспроизводства, где его главным составляющим является материальное производство и сфера услуг.

Как видно из рисунка 21, поле обслуживания инфраструктурой, это как отрасль материального производства и сферы услуг. Данная инфраструктура имеет собственные закономерности становления и развития, определяемые самой генетической природой инфраструктуры как целостной системой, обладающей внутренними устойчивыми взаимосвязями и созидающим взаимодействием между ее частями – подсистемами.

Однако необходимо отметить, что некоторые виды инфраструктуры зависимо от объекта обслуживания выполняют разные функции. Наиболее методологически классификация инфраструктуры по признаку целенаправленна направлена на установку под действие внешних и внутренних факторов, где обеспечивается возможность, более целеустремленного «осуществления мер по формированию и развитию инфраструктуры ПР с учетом ее специфических особенностей, а также системного выполнения инфраструктурой всего комплекса своих функций относительно объекта обслуживания и формирования однотипных, специализированных, применительно к тому или ному типу рынка».

На основе учета мнения авторов⁶⁴ мы считаем, что поток товаров, как и электрическая система, имеет два вида потока и приведена аналогия между электрической и товарной формами движения, которое можно оценить как изменения спроса и приложения.

Согласно нашему мнению, анализ движения товаров на рынке показывает, что оно аналогично некоторым видам физических систем, которые представлены на схеме (рис.22).

Этапы	I	II	III	IV	V	VI
	ФИЗИЧЕСКАЯ СИСТЕМА					
	Производитель (ГЭС, АЭС, ТЭЦ, генераторы и др.)	Хаотическое движение заряда  q-поток электрического заряда	Порядочное движение зарядов за счет электромаг. поля, в котором образуются проводники  $R = P \frac{l}{s}$ – сопротивление (потеря электроэнергии)	$I(\text{ток}) = \frac{q}{t}$ $j = \frac{I}{S} = \text{const}$ Плотность электрического тока	\Rightarrow Е-Электрическая энергия (Дж)	Превращение электрической энергии (механическую или тепловую и др.)

Рисунок 22 - Этапы движения электрического тока

Для начала процесса решения нужно хотя бы осознание того факта, что проблема существует. Нам известно об электрическом токе на участке цепи-потребителе тока. В процессе электрического тока участвуют следующие физические величины. Это-напряжение U или разность потенциалов ΔE , электрический ток I , магнитное поле B , радиус-вектор r (при потреблении электрической энергии его направление- от вектора электрического тока к вектору магнитного поля, при генерации электрической энергии его направление - от вектора магнитной индукции к вектору электрического тока).

⁶⁴ Терекс А.А., Коган И.Ш. Движения товара и денег на рынке/А.А.Терекс, И.Ш.Коган//ЭСВП, М.: 2015.- С.1-2.

Радиус-вектор r меняет знак при изменении направления энергии. При потреблении электрической энергии его направление - от вектора электрического тока к вектору магнитного поля. При генерации электрической энергии его направление - вектора магнитной индукции к вектору электрического тока.

В «квантовой физической модели электрического тока показывает, что при его протекании на участке цепи – потребителя тока, происходит последовательное преобразование трёх физических полей: разность электрических потенциалов ΔE , направленная вдоль проводника, последовательно, в два этапа, преобразуется в энергию гравитационного поля проводника с током G , затем в энергию магнитного поля», отраженного на рисунке 23.

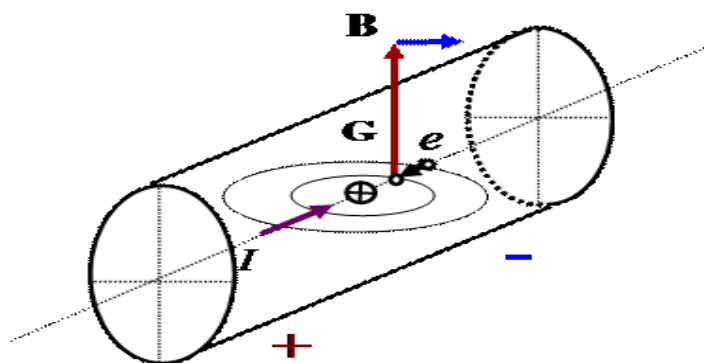


Рисунок 23 - Прохождение одного кванта электрического тока на участке источника тока

Первый этап прохождения одного кванта электрического тока на участке цепи – потребителе тока: преобразование кванта электрического поля проводника в квант гравитационного поля (рис. 24).

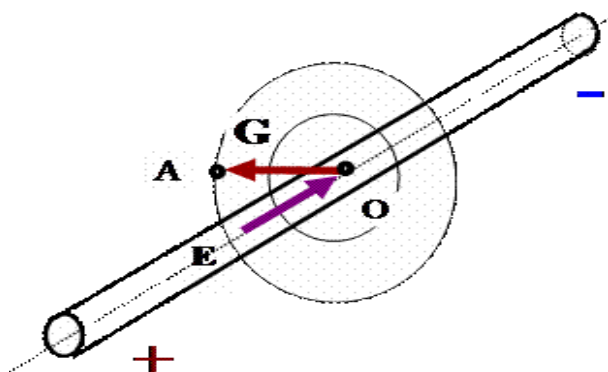


Рисунок 24 - Первый этап прохождения одного кванта электротока (участок цепи - потребителя тока) – преобразование кванта электрического поля в квант гравитационного поля

На втором этапе прохождения одного кванта электротока на участке цепи – потребителе тока связано с преобразование одного кванта гравитационного поля в один квант магнитного потока (рис.25).

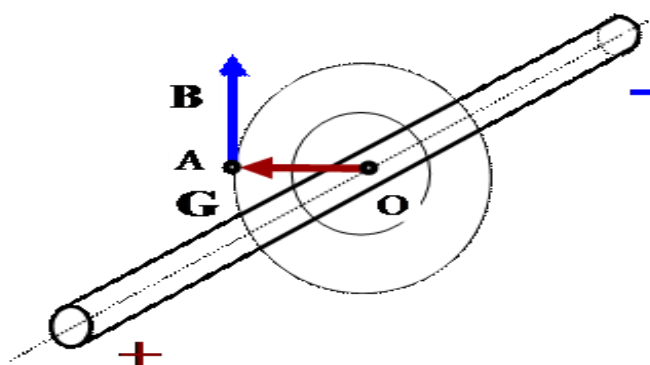


Рисунок 25 - Второй этап прохождения одного кванта электрического тока (участок цепи – потребителя тока) – преобразование кванта гравитационного поля в квант магнитного поля

Величина электротока в квантовой теории определяется количеством электронов, совершивших квантовый переход. Квантовая теория электрического тока имеет чёткие критерии, позволяющие определить хаотическое движения электронов от электрического тока – при хаотическом движении электронов не излучается гравитационная энергия и не образуется собственное магнитное поле проводника. В соответствии с этим: «... электрический ток – это квантовый процесс передачи электрической энергии от источника к потребителю тока, связанный с образованием собственного магнитного поля проводника. Направление тока в соответствии с квантовой физической моделью электрического тока определяется направлением передачи энергии, т.е. от источника тока к потребителю тока».

Поэтому, представленные виды физических систем можно сопоставить в условиях следующих экономических системах, рисунок 26.

Комплексный анализ исследования данного процесса показал, что направление движения, как показано на схеме, разделено схематично на этапы, и учитывались согласно классификации дистрибуции (по длине каналов распределения, по взаимодействию с покупателем, по типу распределения, по географическому признаку, по праву собственности на товар), а также учитывалась связь между этапами. Общее количество товара может изменяться в связи с тем, какая разница между спросом и предложением, денежного сопротивления, выброса товара со стороны, хищения и др.

I	II	III	IV	V	VI
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА					
Производитель (заводы, фабрики, фирмы и др.). Производство продукции, работ, услуги	Общее количество товаров N (производства при изучении рынка потребления, то увеличивается, то уменьшается в зависимости от спроса) $\updownarrow \rightarrow \uparrow$ $\downarrow \uparrow \leftarrow \downarrow$	$\Rightarrow \Rightarrow \Rightarrow$ За счет самоорганизации синергетического эффекта (управленческая деятельность руководителя). Товары выпускаются в зависимости от спроса или по заказу. Движение товаров становится упорядочным. Денежные сопротивления (брак товара $R = \frac{N \cdot T}{D} \left(\frac{\text{шт. день}}{\text{у.в.}} \right)$)	Общий товарный поток $\Phi, \frac{N}{T} = const$ Инфраструктура рынка, биржа, логистика	Реализация товаров (продажа) это и есть энергия в виде денег (у.в.) Доходы.	Деньги идут в фонды накопления после погашения налогов.

Рисунок 26 - Этапы движения товаров в экономической системе на примере потребительского рынка

В целом, для определения оптимального товародвижения на потребительском рынке, возможно использовать алгоритм движения электрического тока в таких физических системах, который в конечном счете даёт энергосомони.

В современных условиях важным считаем использование теплофизических законов и кибернетическую интерпретацию устойчивости системы управления экономического объекта в условиях стихийно-сложившихся и более-менее устоявшихся экономических систем в течение многих лет. Это наглядно выражается в условиях Центрально-Азиатских государствах.

Поэтому, несомненно, актуален вопрос о том, что является основой экономики и каково устройство экономических систем, или принципиальный вопрос о том, как обеспечить их наиболее ровное и стабильное развитие.

Если обратить внимание на динамику становления и развития национальной экономики, то в целом, в ней (динамике) можно выделить следующие этапы:

- до формирования СССР;
- в годы становления советской власти;
- в годы предвоенной подготовки;
- военные годы;
- годы восстановления, разрушенного войной хозяйства;
- годы роста, стагнации и после развала СССР.

К сожалению, экономика нашей республики оказалась сильно деформированной не структурно, а связанно. Что это значит? Возьмем характерные структуры республиканской промышленности до и после перестройки (табл. 3.2).

Таблица 3.2

Структура промышленности Республики Таджикистан до и после перестройки,

%

Отрасли	Годы до перестройки*			Годы после перестройки**					
	1970	1980	1990	2000	2005	2010	2015	2017	2020
Вся промышленность	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Цветная металлургия	2,4	5,9	9,1	56,3	42,1	35,7	36,3	22,6	26,2
Химическая промышленность	1,1	2,7	4,4	1,7	1,2	0,5	2,2	5,3	9,3
Легкая промышленность	56,5	46,7	42,3	15,5	17,6	13,2	14,1	11,8	9,8
Пищевая промышленность	16,8	17,8	15,0	10,7	19,5	27,0	26,3	21,5	22,9
Прочие отрасли	23,8	26,9	29,2	15,8	14,6	23,6	21,2	38,8	31,8

Источник: *Хоналиев Н. Промышленность Таджикистана: современное состояние и перспективы развития. Д.: Ирфон, 2007, с.44. **Промышленность Республики Таджикистан. Д., АС ПРТ, 2021. С.26.; Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, 2021.- 395с.

В таблице 3.2 мы оставили те отрасли, которые в разный период формировали «характер» или лучше сказать «лицо» промышленности, а следовательно и экономику республики.

Так до перестройки тон в структуре задавала легкая промышленность со своими подотраслями: цветной, хлопчатобумажной, шелковой, трикотажной, ковроткацкой и другими. Сегодня наши товары не способны конкурировать, в основном, по цене так как многие составляющие производства, включая запасные части оборудования, приходится завозить с трудом. Аналогичная составляющая с пищевой промышленностью с ее подотраслями: плодоовощной, консервной, масложировой, молочной и другими.

Кроме того эти две отрасли промышленности были трудопоглощающими, так как наши граждане были чересчур имобильны.

Другое дело после перестройки: связи нарушены, слабые поставки и сбыт, политическая и гражданская нестабильность, либерализация и потеря конкурентных преимуществ. На передний план выходит алюминиевая

промышленность и, если раньше, в сельском хозяйстве была монокультура (хлопок), то потом в промышленности стал монотовар (алюминий).

Однако мы считаем, что такое положение имеет объяснимые гносологические корни и они были естественно необходимыми.

Дело в том, что «Капитал» К. Маркса создавался в эпоху становления и начального роста, а сегодня мы имеем не только глобализацию и «нано» технологию, но и кризисы, виртуальную экономику и криминализацию экономики.

Экономика, то есть хозяйственная деятельность не имеет собственных механизмов развития, способных влиять на общественные процессы в реальном социальном времени. Предположение К. Маркса о том, что материальные потребности людей обладают способностью самовозрастать естественно, на что это является причиной экономического прогресса, по нашему мнению, не является подтверждением.

Учитывая, что экономические процессы, нестационарные, а экономика мало предсказуема в данном параграфе мы постарались связать их с классическими законами физики и, в частности, с наиболее прогрессивными из них термодинамическими. Поэтому, нами сделана попытка для наиболее ровного и стабильного развития экономической системы, следующие толкования.

С возрастанием сложности народно-хозяйственных и региональных проблем увеличивается значение разработок и применения в практике физического моделирования процессов экономики.

Работы по использованию физических законов в экономике, или вернее попытки найти взаимосвязь экономики и законов физики делались неоднократно. Так еще в первой половине XX века этими вопросами занимались Л. Ларуш ⁶⁵, М. Лихнерович ⁶⁶, В. Крючков ⁶⁷ и другие.

⁶⁵ Ларуш Л. Физическая экономика как платоновская эпистемологическая основа всех отраслей человеческого знания/Л.Ларуш. -М., 1997.- 140с.

В середине 80-х годов рядом известных ученых были продолжены работы по применению физических моделей в экономике. Это были работы: Рольфа Шауэрхамера, Дж. Тенненбаума, Б.С. Разумихина, О.П. Царева, П.Г. Кузнецова, Е.Н. Ведут, Ю.Н. Забродский, А.И. Малахова, В. Шаркова, В. Иркутянина, Г. Селье, Ф. Мощный, С.А. Подолинский, Л.И. Розоноэра, В. Шевчука, В.В. Шипицына и др.

Аналогии задач, возникающих в различных науках, обычно проявляются в идентичности математических формулировок этих задач. В настоящее время мы наблюдаем третью волну попыток развития этого направления. Прошедшая Интернет-конференция⁶⁸ на тему «Проблемы экономической физики, эволюционной экономики и устойчивого роста» и известная книга лауреата Нобелевской премии Джозефа Стиглица⁶⁹, где последний (2008г.) глобальный экономический кризис он сравнивает с «мыльным пузырем» и отталкивается в исследовании законами жидкости и газа, прекрасное тому доказательство. Исследование таких аналогий позволяет использовать достижения одной науки для прогресса другой. При этом можно различить два направления.

Первое – это создание моделирующих и счетно-решающих приборов. Второе – это распространение идей, методов и результатов одной науки на объекты и явления в другой.

В связи с этим имеется возможность применения широко используемых в физике, универсальных природных закономерностей и симметричного анализа при изучении экономических систем.

Согласно теории Дж. Тенненбаума, новое направление науки как физикоэкономическое определение - это экономика о применении творческого

⁶⁶ Lichnerowich M. Lin modele d'echange economigie (Economic et thermodynamigie) // Anmaies de J'nstitute Hemri Poincare – 1970. – Section B-v.6.-№2.- pp. 107-129.

⁶⁷Крючков В.Н. Физические модели в управленческом консультировании: междисциплинарный и трансдисциплинарный подходы/В.Н.Крючков // Менеджмент в России и за рубежом – 2002.-№3. С.54-63.

⁶⁸ www.efes.ru (дата обращения 16.05.2007)

⁶⁹ Стиглиц Джозеф. Крутое пике: Америка и новый экономический порядок после глобального кризиса/ Джозеф Стиглиц.- М.: ЭКСМО, 2011. – 219с.

разума человека на практике, как процесса преобразования вселенной посредством социально-экономической деятельности человека.

Известный физик М. Руденко⁷⁰ называет физической экономией – наиболее приближенное к общественно-хозяйственной реальности знание, которое базируется на естественных законах экономического бытия. Иными словами, физическая экономика – рычаг развития экономики.

Поскольку задача о равновесии экономики, которая состоит из многих подсистем, имеющих собственные цели, эквивалента задачи о равновесии некоторой пассивной физической системы, то становится понятным существование для такой экономики глобальной функции состояния, достигающей максимума цели в состоянии равновесия. Подобно энтропии физической системы эти функции определяют не только состояние равновесия, но и направление самопроизвольных процессов в экономике⁷¹.

Известно, что в термодинамике параметры состояния системы делятся на две группы: экстенсивные и интенсивные⁷².

К экстенсивным процессам относятся те параметры, значения которых для всей системы равны сумме значений по каждой подсистеме. Объем (V), масса (m), энергия (E), энтропия (S) являются примерами экстенсивных параметров:

$$V = \sum_{i=1}^n V_i; m = \sum_{i=1}^n m_i; E = \sum_{i=1}^n E_i; S = \sum_{i=1}^n S_i, \quad (3.6)$$

где

n - количество подсистем; i – порядковый номер подсистемы;

$\sum_{i=1}^n V_i$ – сумма значений подсистемы по объему;

$\sum_{i=1}^n m_i$ – сумма значений подсистемы по массе;

⁷⁰ Руденко М. Энергия прогрессу. Нариси фізичної економії/М.Руденко.- Киев: «Молодь», 1998.- 598с.

⁷¹ Разумихин Б.С. Физические модели и методы теории равновесия в программировании и экономике/Б.С.Разумихин. -М.: «Наука», 1975.- 304с.

⁷² Хейдвуд Р. Термодинамика равновесных процессов/Р.Хейдвуд. – М.: Мир. 1983.- 493с.

$\sum_{i=1}^n E_i$ – сумма значений подсистемы по энергии;

$\sum_{i=1}^n S_i$ – сумма значений подсистемы по энтропии.

С другой стороны, часть параметров системы будет характеризовать и каждую из подсистем. Иными словами, можно говорить о значении таких переменных в точке. Эти параметры называются интенсивными. К ним относятся: давление – p , концентрация – n , температура – t и т.д.

Широко известный в теплофизике цикл Карно⁷³ иллюстрирует: «... совокупность термодинамических процессов, в результате которых система возвращается в исходное положение». Рабочим телом называется тело, который совершаемое циклическую движения и обменивающееся энергией с другими телами. Обычно таким телом является газ или жидкость. Круговые процессы лежат в основе всех тепловых машин – двигателей внутреннего сгорания, паровых и газовых турбин, холодильных машин и т.д.

Аналогично в экономике термодинамическим процессам соответствует теория простого и расширенного воспроизводства К. Маркса, где постулирует простая, но гениальная схема:

$$D - T - D^1 \rightarrow \text{деньги} - \text{товар} - \text{расширенные деньги} \quad (3.7)$$

Деньги, создавая товар, приносят новые деньги, увеличенные на размер их работы. Газ или жидкость в термодинамике тоже производят работу и возвращаются в исходное положение.

Мы не будем влезать в основные законы цикла Карно, оставляя это для дискуссии или дальнейшего развития, но подчеркнем еще несколько моментов:

- Рабочее тело постоянно подпитывается внешним источником, иначе оно не сможет выполнять полезную работу;

⁷³ Детлафф А.А., Яворский Б.М. Курс физики/А.А.. Детлафф, Б.М.Яворский. – М.: Высшая школа, 1989.- 320с.

- Полное изменение внутренней энергии рабочего тела в результате кругового процесса равно нулю;
- Коэффициент полезного действия системы равно произведению отдельных составляющих ее элементов.

Перейдем к экономической интерпретации выделенных позиций цикла Карно.

Любой экономический процесс, связан с деньгами, нехватка которых компенсируется кредитами, грантами и инвестициями. Однако эти внешние источники имеют свои «источники» формирования: банкиры, государство, меценаты, предприниматели. В результате мы получаем предприятия оказывающие услуги или производящие товары.

Постоянное движение к балансу, соответствию затрат и результатов. Закон коэффициента полезного действия относится не только к экономическим процессам, но и к людям как основным элементам экономических процессов. Недаром такие пословицы как: «где тонко там и рвется» или «одна блудливая овца все стадо портит» и т.д. имеют место в обиходе, а значит в экономике.

Согласно мнениям Б.С. Разумихина, А.П. Абрамова, П. Иванилова⁷⁴ изолированная термодинамическая система, в состоянии равновесия обладает максимальной энтропией⁷⁵. Спонтанные изменения в изолированной системе всегда идут в направлении увеличения энтропии.

Для произвольного процесса

$$\delta Q \leq T ds, \quad (3.8)$$

где δQ - элементарное количество теплоты, сообщаемое нагревателем системе при малом изменении ее состояния, T - температура нагревателя, ds - полный дифференциал функции состояния системы, называемой энтропией S системы.

⁷⁴ Разумихин Б.С.. Физические модели и методы теории равновесия в программировании и экономике/ Б.С. Разумихин.- М.: «Наука», 1975, 304с.; А.П. Абрамов, Ю.П. Иванилов. Физика и математическая экономика // Ж. Математика. Кибернетика. №8, 1991.-304с.

⁷⁵ Согласно «Новый словарь иностранных слов. -М.: АСТ, Минск, ХАРВЕСТ, 2007 -энтропия в: термодинамике – состояние системы и мера ее внутренней неупорядоченности; экономике – информационная мера неопределенности или степень неупорядоченности, беспорядка.

Знак равенства относится к обратимым процессам, а знак неравенства – к необратимым. Согласно первому закону термодинамики, $\delta Q = du + dA$,

Тогда соотношение (3.8) можно записать в форме

$$Tds \geq du + dA \quad (3.9)$$

Неравенство (3.9), объединяющие оба закона термодинамики, является ее важнейшим соотношением.

В случае обратимых процессов выполняется термодинамическое тождество:

$$Tds = du + dA, \quad (3.10)$$

которое можно переписать в форме

$$\delta A = Tds - du = d(TS) - SdT - du, \text{ или } \delta A = dF - SdT, \quad (3.11)$$

$$\text{где } F = U - TS, \quad (3.12)$$

При этом новая функция состояния рассматриваемого тела, называется свободной энергией и его физический смысл записывается в форме (3.7):

при

$$T = const: \delta A = -dF \text{ и } A_{1-2} = F_1 - F_2. \quad (3.13)$$

Тогда, работа, совершаемая телом в обратимом изотермическом процессе, равна убыли свободной энергии этим телом.

Переведем вышеизложенное в область экономических терминов и процессов. Уравнение (3.2) характеризует нам закон спроса и предложения, который стремится к равновесию, а в точке равновесной цены происходит обыкновенная сделка. Сделка означает (в простом варианте), что продавец продает, а покупатель приобретает. Эта точка равновесия существует как в природе так и во всех биологических и физических законах объясняющих физическое состояние природы.

Аналогично физическим законам для регулирования, которых мы используем реле, тепловые выключатели, механические и автоматические ограничения, в экономике мы пользуемся законами Правительства,

нормативно-правовыми документами, финансовыми вливаниями или штрафными санкциями.

Уравнение (3.13) приводит нас к необходимости постоянно совершенствовать методы и методологию учета затрат и результатов. К слову надо сказать, что сама теория устойчивости базируется на принципах цикла Карно, когда разомкнутая система управления с точки зрения кибернетики представляет собой неустойчивую, неуправляемую систему и для приведения ее в устойчивое состояние необходимо ввести надежную отрицательную обратную связь. Тогда система имеет вид (рис. 27).

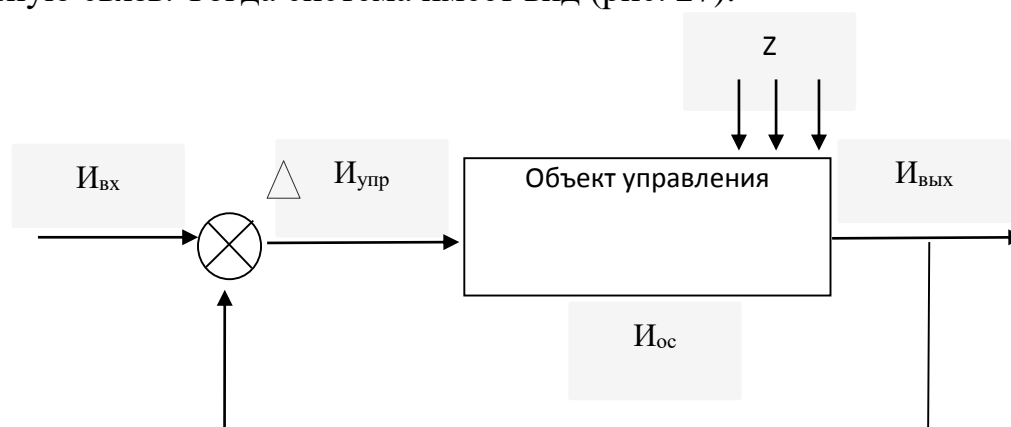


Рисунок 27 - Кибернетическая интерпретация устойчивости системы управления экономическим объектом

Примечание: $I_{вх}$ – входная информация в экономический объект (объем: цены, виды сырья; заказы в объемах, сроках поставки, качестве, нормативно-правовые ограничения и разрешения и т.д.); $I_{вых}$ – информация о товаре (объемы, сертификаты качества, адресаты, цены и т.д.); $I_{ос}$ – информация о выходе ($I_{вых} = - I_{ос}$), которая суммируется с входом и определяет информацию управления ($\Delta I_{упр}$); z – возмущающие непредвиденные воздействия на управляемую систему, имеющие разно полярность в зависимости от их характера (плюс, минус, ноль).

При: $I_{вх} \neq I_{ос}$, то есть при несогласованности затрат – выпусков получаем:

$$\Delta I_{упр} = I_{вх} - I_{ос} \quad (3.14)$$

где в случае:

$\Delta I_{\text{упр}} = 0$ – объект работает в нормальном стабильном режиме;

$\Delta I_{\text{упр}} > 0$ – наблюдается не загрузка производства, имеются свободные мощности, включая рабочую силу;

$\Delta I_{\text{упр}} < 0$ – идет процесс перепроизводства надо принимать дополнительные решения.

Данный закон характерен не только для физических или экономических процессов, но он может быть характерен и в отношении людей, коллективов и очень умело может быть использован в теории управления персоналом в субъектах ПР. Мы отметили легитимность данного закона даже в государственном масштабе, когда речь идет о демократах, радикалах и монархии.

Как правильно отмечено известным писателем Ч. Абдуллаевым: «в странах Центральной Азии возможны два режима, либо режим полупросвещенной монархии, где должность руководителя остается пожизненно и даже переходит к его детям и внукам, либо беспорядок, анархия, угрозы гражданской войны, нестабильное общество. Другой народ и другой менталитет. Даже 70 лет советской власти не смогли изменить многие базисные ценности Центрально-Азиатских республик».

Продолжая рассуждения о цикле Карно отметим, что, как видно, из уравнения (3.8) свободная энергия составляет лишь часть внутренней энергии тела, так как $TS > 0$. Данное определение следует рассматривать как непредвиденные потери или потери от неправильно принятых решений.

Сопоставим рассмотренную выше модель объединения двух экономических систем с примером тривального взаимодействия двух термодинамических систем.

Рассмотрим необратимый процесс смещения двух различных идеальных газов. Пример 1. Необратимый процесс смещения двух различных идеальных газов, образующих изолированную систему.

Важно отметить, что пусть первоначально один газ массой m находится при давлении P_0 и температуре T_0 в сосуде объемом V_1 , а другой газ массой m_2 находится при том же давлении P_0 и той же температуре T_0 в сосуде объемом V_2 (рис.28).

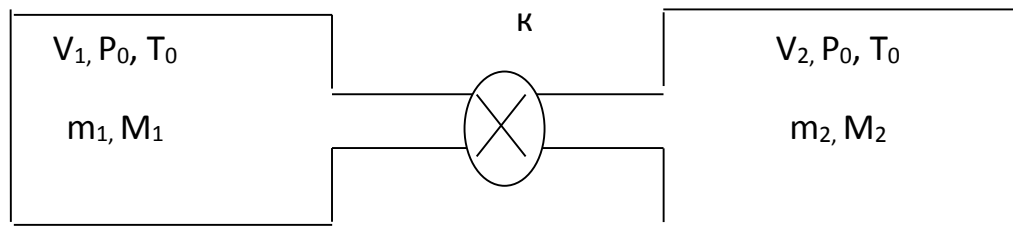


Рисунок 28 - Сообщающую сосуды при закрытом кране
Сосуды теплоизолированы и соединены трубой с закрытым краном К.
Если кран открыть (рис. 29), то газы перемещаются.

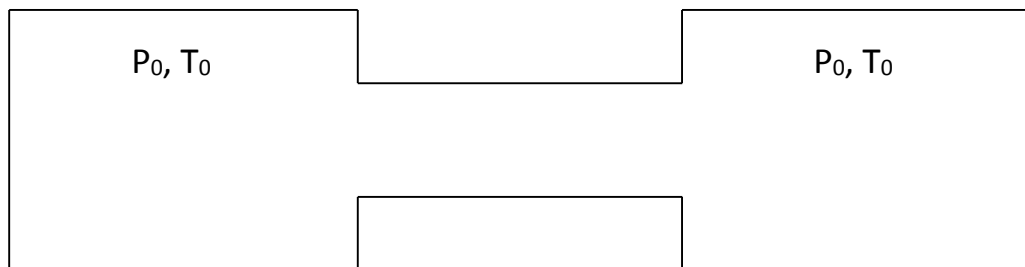


Рисунок 29 - Сообщающую сосуды при открытом кране

Каждый из них распределится по всему объёму V_1+V_2 . Очевидно, что при этом температура и давление в сообщающихся сосудах не изменятся, т.е. останутся равными T_0 и P_0 .

Для нахождения изменений энтропии каждого из газов в рассматриваемом процессе поставим в выражение $dS = \left(\frac{\delta Q}{T}\right)_{\text{обр}}$ для дифференциала энтропии, выражение для δQ из первого начала термодинамики

$$\frac{m}{M} C dT = du + pdV: dS = \frac{du+pdV}{T} = \frac{P}{T} dV = \frac{m}{M} R \frac{dV}{V}, \quad (3.15)$$

Так как в рассматриваемом процессе температура, а, следовательно, и внутренняя энергия каждого из идеальных газов не изменяется, то получаем следующее изменение энтропии при смещении газов:

$$\Delta S = R \left[\frac{m_1}{M_1} \ln \frac{V_1+V_2}{V_1} + \frac{m_2}{M_2} \ln \frac{V_1+V_2}{V_2} \right] > 0, \quad (3.16)$$

Изменение энтропии если системы состоят из нескольких циклов, можно записать как:

$$\Delta S = \Delta S_1 + \Delta S_2 + \dots + \Delta S_u \gg 0. \quad (3.17)$$

Это свидетельствует, что оно в равновесном состоянии идеального газа.

Исходя из вышеизложенного, предполагаемое истолкование можно использовать для стабильного развития различных сфер экономики, в том числе для потребительского рынка.

Чем больше изменение энтропия, тем быстрее экономическая система переходит к стабильному развитию. Предлагаем схему стабильного развития экономических систем через энтропию (рис.30).

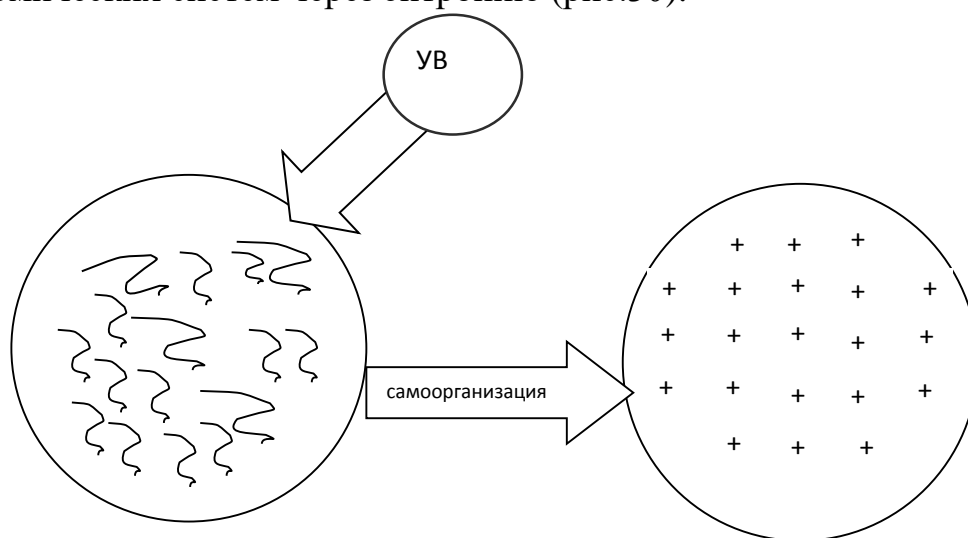


Рисунок 30 - Схема стабильного развития экономических систем через изменения энтропию

По аналогии эта схема соответствует вышеприведенной кибернетической схеме устойчивого развития систем, но если на рисунке 27 мы имеем дело с природными явлениями и классическими законами физики, то в предлагаемой схеме рисунка 30, мы имеем дело с экономическими системами, где основным

элементом является человек с его мотивами, разностью характера, целями и высокой степенью закрытости. Человек всегда думает, делает и говорит не одно и то же. Он скрытен. Любой человек защищает свое «Я», а следовательно мысли, поступки и дела от вторжения из вне. Наукой выявлены одиннадцать линий психологической «обороны» человеком своего внутреннего мира⁷⁶ от попыток вторжения извне (рис. 27, индекс z), которые вносят дисбаланс на последней стадии экономики – управлении, что сильно снижает (усиливает) энтропию системы и отделяет ее от состояния равновесия.

Таким образом, по нашему мнению, использование экономико-математических методов в экономике, в определенной мере, себя исчерпало. Централизованное планирование и управление через аппарат межотраслевого баланса (МОБ) плавно перешел в отдельные задачи оптимального планирования, а использование аппарата имитационного моделирования грешит информационными неточностями и зависит от постановки и умения пользователя (делового потребителя или поставщика).

Надо отметить, что начатое в середине 70-х годов прошлого века новые направления имитационного моделирования в экономике было подавлено (вернее официально не поддержано) государством и ее постигла судьба кибернетики и бионики 40-х годов.

В целом считаем, что небольшая по объему и слаженная по формированию и связям экономика Республики Таджикистан может явиться идеальной платформой для «испытания» физических моделей в исследовании устойчивого ее развития.

⁷⁶ Жариков Е.А.. Уроки психологии для руководителей. -М.: «Знание», 1990.- 47с.

ГЛАВА 4. ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМООБРАЗУЮЩИХ ПРОЦЕССОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

4.1. Влияние интеграционных процессов на формирование и развитие потребительского рынка

Особое место в совершенствовании потребительского рынка в современных условиях занимает улучшение внешнеторговой деятельности и развитие интеграционных процессов. После распада СССР значительно в Таджикистане уменьшилось производство потребительских товаров с целью экспорта, нарушились имеющие торгово-экономические связи. При этом, ряд стран Содружества независимых государств и стран дальнего зарубежья ввели протекционистские меры с целью защиты своего внутреннего рынка, что повлияло на функционирование потребительского рынка.

«Имеющие торгово-экономические связи Таджикистана с другими странами, и в рамках СНГ, являются недостаточными и неразвитыми (табл.4.1), что характеризуется неразвитостью внешнеэкономической политики, неплатежеспособностью некоторых отечественных потребителей, неразвитостью инфраструктуры потребительского рынка и др.».

Таблица 4.1

Тенденции изменения внешней торговли Республики Таджикистан за
2011-2020 годы

Показатели	Годы									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1. Объем внешнеторгового оборота , всего, раз.	3,1	3,5	3,6	3,6	2,9	2,7	2,7	2,8	2,99	3,0
из них:										
2. Экспорт, %	160,3	173,4	148,1	124,6	113,6	114,6	152,7	85,6	93,6	119,7
3. Импорт, раз.	4,7	5,6	6,1	6,4	5,1	4,5	4,1	5,9	6,27	6,10
4. Динамика внешнеторгового оборота, (2011= 100%)	100	15,1	11,8	18,2	-3,1	-11,9	-10,9	-5,6	-5,99	-5,11
5. Динамика экспорта (2011=100%)	100	8,1	-25,7	-22,3	-33,9	-28,5	-4,7	-16,7	-17,4	-13,7
6. Динамика импорта (2011=100%)	100	17,9	26,2	34,1	7,2	-5,5	-13,4	-1,70	-1,81	-1,73

Источник: статический сборник «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистический ежегодник Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- С.511-531.

Из таблицы 4.1 видно, что внешнеторговый оборот Республики Таджикистан за 2020 год по сравнению 2011голом уменьшился на 3,3%. Однако следует отметить, что динамика экспорта и динамика импорта за анализируемый период тоже снизилась, соответственно на -13,7 и -1,73.

При этом наблюдается увеличении импорт товаров потребительского назначения в стране (табл. 4.2).

Таблица 4.2

Динамика импорта по товарным группам потребительского назначения за 2012-2020 годы в Республике Таджикистан (млн. долл. США)

Годы Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 в% к 2012г
Живые животные и продукты животноводства	62,5	68,1	88,4	70,0	50,2	62,5	62,3	67,6	57,1	91,4
Продукты растительного происхождения	392,8	384,9	408,5	383,2	318,3	264,9	240,3	305,4	351,2	89,4
Жиры и масла и растительного и животного происхождения	90,5	94,2	102,5	96,0	92,1	93,7	83,0	106,4	114,4	126,4
Продукты пищевой промышленности, алкогольные и безалкогольные напитки, табак и его заменители	234,0	258,2	291,7	243,2	190,6	216,8	232,0	277,5	295,2	126,2
Кожсырьё, кожи, пушнина, мех сырьё и изделия из них	0,7	1,2	0,8	1,7	1,0	1,7	1,6	2,4	1,2	171,4
Текстиль и текстильные изделия	35,4	46,2	58,0	57,0	70,3	66,4	60,1	80,6	82,7	233,9
Обувь, головные уборы и прочее	7,2	11,4	12,1	11,6	17,0	13,0	8,5	12,0	9,5	131,9
Приборы оптические, музыкальные инструменты, часы и др.	35,3	38,6	47,3	37,5	34,7	22,0	17,7	24,0	67,6	191,5

Источник: статический сборник «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистический ежегодник Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- стр.544-547.

Согласно таблицы 4.2 наблюдается происходящие изменения в динамики импорта по товарным группам потребназначения за 2012-2020гг. в республике, кроме показателей живые животные и продукты животноводства, а также продукты растительного происхождения, другие наименования товаров имеют положительную тенденцию, например, текстиль и текстильные изделия за 2020г. по сравнению 2012 годом увеличились на 2,3 раза.

На основе проведения прогнозов используя методы экстраполяции можно считать, что, сохраняя установленные тенденции в перспективе наносится ущерб развитию потребкомплеса республики. Поэтому потребуются осуществления меры по регулированию потребкомплеса, прежде всего, в направлении стимулирования производителей потребительских товаров и в области оптимизации торгово-экономических связей страны.

Развитие внешнеторговых связей с учетом участия республики в международном разделении труда позволяет ускорить переход к рыночным отношениям, обеспечивает рост экономики и улучшения уровня жизни населения.

Данное направление реализуется на основе улучшения технического и технологического сотрудничества, объединения материальных, финансовых, управленческих и трудовых ресурсов и возможного прорыва на внешний рынок. Также эти отношения усиливаются на основе внедрения современной модели делового партнерства и развития международной предпринимательской деятельности. Это обеспечивает исключения ситуации, относительно нереальности курса национальной валюты при формировании уставного капитала со стороны иностранных партнеров.

Значительно возросла роль создаваемых совместных предприятий, для привлечения банковских кредитов, которые осуществляются за счет западных банков под гарантии Правительственной системы государственного гарантирования кредитов. Следует отметить, что предприятия,

осуществляющие ВЭД имеют значительные возможности в создании фонда социального развития коллектива, формирование благоприятного климата для нормальной работы каждого отдельного сотрудника.

Особенно приоритетным считается интерес у инвесторов для вхождения в такие сектора потребкомплекса: промышленное семеноводство: молочных и мясных продуктов, птицеводство, животноводство и другие. При этом развитие ВЭС и интеграционных процессов, в сфере ПР, предполагает исключение практики ограничивающих торговые отношения между странами, гармонизацию налогового законодательства, исключение ее двойного обложения, совершенствование таможенных процедур и ограничений на поставку товаров и транспортных средств.

Другим важным направлением считается развитие различных отношений с региональными образованиями, ЕС СНГ обеспечивающий выход на мировые рынки и роста, товарооборота, активного использования экономического потенциала и ресурсов Таджикистана, а также создание единого экономического пространства на основе устранения ограничений, снятие барьеров к допуску к свободным экономическим зонам.

При этом особое внимание следует уделить оптимизации регулирования внешней торговли на основе использования инструментов таможенно-тарифного и нетарифного регулирования.

При этом оценивая роль зоны свободной торговли можно перейти к созданию экономического союза и единого экономического пространства.

Открытие таможенных границ, унификации таможенной и налоговой политики, развитие Таможенного союза считается основой для формирования единого реального экономического пространств.

В целом развитию внешнеэкономической деятельности следует рассматривать как важный мощный фактор развития экономики на основе современной модели торгового сотрудничества и интеграции в новых условиях.

Важным направлением также мы рассматриваем модель внешнеэкономических связей на основе единого рынка в рамках стран Содружества независимых государств.

Важным в этих условиях считаем организации ассоциаций предприятий и предпринимателей в рамках взаимодействующих стран, которые направляют свои интересы для развития торгово-экономического сотрудничества в рамках экономических сообществ используя модели внешнеторговых связей и интеграции на основе создания от крупных государственных до мелких, частных, ассоциаций, предприятий, банков, учреждений разных форм собственности и сфер народного хозяйства.

Приоритетным считается выбор модели торгово-экономического сотрудничества внутри единого рынка с целью согласования структурно-инвестиционной, налоговой, денежно-кредитной политики проведения прогноза макроэкономического развития, синхронизации и гармонизации проводимых реформ.

Особое внимание следует уделить использованию германской модели⁷⁷ при проведении прогнозов, разработки программ социально-экономического развития республики и др.

Важным вариантом развития взаимных торгово-экономических процессов и развития интеграционных процессов считается создание межгосударственных финансово-промышленных групп (ФПГ) в области потребкомплекса. Здесь следует выделить опыт Японии и ФРГ.

На наш взгляд интеграция финансового и промышленного капиталов в большинстве случаев происходит не в интересах производства, что приводит к нарушению финансовыми институтами (банками, финансовыми капиталами, фондами и т.п.) своих инвестиционных обязательств.

⁷⁷ Менеджмент и рынок: германская модель: под ред. профессора У. Рора и профессора С. Долгова. – М.: Изд-во БЕК, 1995. <https://bookmix.ru/book.phtml?id=1984587> (дата обращения 20.10.2018г.) Бек, 1995.

Следует активизировать деятельности местных органов государственной власти в создании областных ФАПГ. В этих условиях областные органы государственной власти имеют значительные возможности для создания благоприятных льготных условий функционирования интегрированных хозяйствующих предприятий и др.

При этом необходимо совершенствовать законодательную базу, как основной инструмент госрегулирования создания и функционирования ФАПГ, особенно в формировании межгосударственных ФПГ на основе принятия в республике Таджикистан закона «О совершенствовании деятельности ФПГ» в новых условиях развития рыночных отношений.

Приоритетным при развитии системы управления развитием внешнеэкономической деятельности субъектов потребкомплеса считается совершенствование таможенно-тарифного регулирования на основе оптимизации перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу товаров, взимания таможенных платежей, таможенного контроля товаров и транспортных средств, методы и средства взимания таможенных платежей и определения таможенной стоимости товаров, использования количественных ограничений, лицензии, квоты, а также пересмотра величину таможенных тарифов с целью рационализации товарной структуры ввоза товаров, поддержанию рационального соотношения вывоза и ввоза товаров, рационального соотношения валютных доходов и расходов внутри республики, созданию условий для прогрессивных изменений в структуре производства и потребления товаров, защите экономики от неблагоприятного воздействия иностранной конкуренции, обеспечению условий для эффективной интеграции экономики Республики Таджикистан в мировое хозяйство и другие.

Кроме того, относительно ПР среди основных функций таможенного тарифа эффективно использовать протекционистские и фискальные функции.

В целом решение указанных вопросов обеспечивает сокращению ввоза потребительских товаров и насыщению внутреннего рынка товарами отечественного производства, снижению потребительских цен на основе совершенствования таможенно-тарифной политики и использования методов определения таможенной стоимости в республике.

На наш взгляд, именно таможенный тариф относится к наиболее традиционным и в то же время наиболее активно используемым мерам госрегулирования экспортно-импортных отношений и поставки товаров во внешнюю торговлю используя условия Инкотермс.

Важно заметить, что для государственного регулирования ПР приняты важные государственные программы и особенно НСР-2030, введены изменения в порядке сертификации продовольственных и других товаров, ввозимых на территорию и вывозимых за ее пределы, проведении посттаможенного контроля, которые играют важную роль для развития потребительского рынка.

Для реализации предложенных мер по регулированию ПР важным считается применение рациональных ставок ввозных таможенных ставок, которые обеспечивают защиту внутреннего ПР и стимулирования производителей Республики Таджикистан.

Эти меры способствуют активизации развития приоритетных направлений внешнеторговой деятельности с целью наполнения внутреннего ПР, а также стимулируют деловую активность товаропроизводителей.

В целом, формирование и развитие потребительского рынка, отвечающего современным мировым тенденциям, связано с развитием внешнеэкономических связей и глобализационных процессов. Это требует совершенствования налогово-таможенного законодательства, гармонизации и упрощения таможенных процедур и др. Развитию ВЭС и углублению интеграционных процессов на основе совместной разработки государствами СНГ по развитию торгово-экономического сотрудничества, развитие

Таможенного союза, ШОС, ЕАЭС и другие международные и региональные организации .

Таки образом, решение социально-экономических вопросов неразрывно связано с прогнозированием, формирование единого рынка, развитие Таможенного союза при участие стран Содружества независимых государств, развитие горизонтально-вертикальных связей между их предприятиями, координация и активизация торгово-экономического сотрудничества, создание международных транспортных коридоров, развитие цифровой экономики и др.

4.2. Место и роль розничной и оптовой торговли в формировании и развитии потребительского рынка

В настоящее время главное значение потребительского рынка заключается в донесении товаров до покупателей, создавая обратную связь, то есть: «... рыночная система организации должна распределять потребительские товары, которая состоит из разных физических объектов, терминалов, логистических центров, а также распределительных комплексов. Также розничная торговля играет важную роль в доведении товаров до конкретного потребителя» в республике, а распространенным видом является стационарная торговля, куда входят все виды магазинов, ларьков, палаток и киосков.

Однако имеются различия розничной торговли, потому что расположены по всей территории, ее деятельность относиться к сфере малого бизнеса, они универсальны, а также происходит тенденция роста доли смешанных магазинов. Однако количество овощных магазинов сокращается, потому что плодоовощная продукция продается на рынках и через уличную торговлю.

В современных условиях рыночная модернизация оказала воздействие на имидж предприятий розничной торговли, из-за приватизации торговли и общественного питания, которые использовались для других целей, и это

негативно повлияло на обеспечение жителей товарами повседневного спроса и улучшения торгового обслуживания, особенно в сельской местности.

Анализ показывает, что в стране и ее территориальных образованиях наблюдается существенные изменения в общем объеме, структуры и темпов роста розничного товарооборота, уровень в расчете на душу населения, степени удовлетворения платежеспособного спроса жителей на продовольственные и непродовольственные товары (табл. 4.3).

Таблица 4.3

Динамика общего объема розничного товарооборота Республики Таджикистан за 2000-2020 годы, (млн. сомони; в ценах 2020 г.)⁷⁸

Показатели	Годы								
	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Общий объем розничного товарооборота по всем каналам реализации	2647,4	5356,0	8494,5	16025,7	17938,5	19068,6	20479,7	24948,3	27024,8
<i>в том числе:</i> государственный сектор	63,8	52,0	109,5	69,2	95,0	68,9	133,6	189,0	131,5
негосударственный сектор, <i>из него:</i>	2583,6	5304,0	8385,0	16853,9	17843,5	18997,3	20346,1	24683,5	26893,3
коммерческая торговля	57,6	157,5	426,0	3837,7	4110,2	5084,3	6691,0	8448,8	9451,0
кооперативная торговля «Таджикматлубот»	38,2	67,3	124,1	82,2	13,6	2,6	1,4	0,5	0,3
рынки и другие коммерческие структуры	2487,8	5079,2	7834,9	10990,5	12364,7	13447,8	13653,7	16234,2	17442,0

Источник: статический сборник «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистический ежегодник Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- с.615.

В таблице 4.3 нами изучены тенденции развития источников образования розничного товарооборота Таджикистана по всем каналам реализации за 2000-2020 годы.

⁷⁸Расчеты автора на основе статического сборника Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- с.615.

Из данных таблицы 4.3 видно, что в 2020 г. общий объем розничного товарооборота по всем каналам реализации, в том числе: государственный сектор, негосударственный сектор по сравнению с 2000 годом увеличился соответственно на 10,2; 10,2 и 10,4 раза, а кооперативная торговля «Таджикматлубот» уменьшалась на 127,3 раза.

В таблице 4.4 нами изучена тенденция развития источников образования розничного товарооборота Таджикистана по всем каналам реализации за 2000-2020 гг. с учетом их удельного веса.

Таблица 4.4

Источники образования розничного товарооборота по всем каналам реализации в Республике Таджикистан за 2000-2020 годы

Показатели	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<i>Удельный вес, в процентах</i>									
Общий объем розничного товарооборота по всем каналам реализации	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<i>в том числе:</i>									
- государственный сектор	2,2	1,0	1,3	0,4	0,5	0,4	0,65	1,0	0,5
- негосударственный сектор, из него:									
- коммерческая торговля	2,3	3,1	5,0	22,7	22,9	26,7	32,6	33,9	35,0
- кооперативная торговля «Таджикматлубот»	1,7	1,5	1,5	0,	0,0	0,01	0,01	0	0
- рынки и другие коммерческие структуры	93,8	94,4	92,2	76,4	76,5	72,9	66,7	65,1	64,5

Источник: статический сборник «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистический ежегодник Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- с.615-617.

Данные таблицы 4.4 за рассматриваемый период показывает, что в 2020 году доля государственной торговли уменьшилась до 110 процентов, а также произошёл рост доли негосударственной торговли, то есть частного сектора торговли потребительскими товарами, которое составляло 99,5 %.

В условиях рыночной экономики, для оценки развития розничной торговли Республики Таджикистан, необходимо провести сравнительный анализ с аналогичными показателями государств СНГ (табл. 4.5).

Таблица 4.5

Динамика удельного веса стран Содружество независимых государств в итогах по содружеству по розничному товарообороту (в текущих ценах; в % к итогу по СНГ)⁷⁹

Страны	1991	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Всего по СНГ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Азербайджан	2,7	2,0	1,5	2,4	4,1	4,2	4,1	4,2	3,8	3,9
Армения	1,7	0,7	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Беларусь	4,1	3,8	3,4	3,2	3,5	3,2	3,3	3,1	2,9	3,0
Казахстан	4,2	3,5	3,2	2,9	4,7	4,6	4,5	4,2	4,6	4,5
Кыргызстан	1,1	0,5	0,4	0,4	0,7	0,7	0,7	0,5	0,4	0,4
Молдова	1,3	0,4	0,5	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2
Россия	61,8	72,4	75,7	78,3	73,8	73	70,0	71,5	62,1	60,9
Таджикистан	0,7	0,3	0,2	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3
Узбекистан	4,5	2,7	6,5	1,5	2,7	4,4	4,0	3,9	2,8	2,7
Украина	15,7	5,4	7,6	10,3	8,4	7,6	7,0	6,9	5,8	5,9

Согласно таблицы 4.5 по объёму оборота розничной торговли в 2020 году доля Республики Таджикистан составляет 0,3 % (напротив 0,7 % в 1991 году), хотя доля численности населения составляет 3,0 %. (таблица 4.6).

⁷⁹Источник: Содружество Независимых Государств. Статистический сборник. – М.: Межгосударственный статистический комитет СНГ, 2021. – С. 228.

Таблица 4.6

Изменение удельного веса стран в итогах по СНГ по основным социально-экономическим показателям (в процентах к итогу по Сотрудничество независимых государств)⁸⁰

Страны	Численность населения				Валовой внутренний продукт				Продукция промышленности			
	1991	2000	2015	2020	1991	2000	2015	2020	1991	2000	2015	2020
Азербайджан	2,6	2,9	3,4	3,3	1,3	1,5	2,9	2,7	1,3	1,7	2,5	2,3
Армения	1,3	1,1	1,1	1,1	0,8	0,6	0,6	0,7	0,6	0,2	0,3	0,2
Беларусь	3,6	3,6	3,3	3,4	4,1	2,9	2,9	2,8	4,6	5,1	4,5	4,1
Казахстан	5,8	5,3	6,2	6,0	4,2	5,2	10,1	8,9	4,4	5,3	6,6	6,0
Кыргызстан	1,6	1,7	2,1	2,0	0,9	0,4	0,4	0,5	0,8	0,4	0,3	0,3
Молдова	1,6	1,5	1,3	1,4	1,3	0,4	0,4	0,5	1,1	0,3	0,2	0,3
Россия	52,5	52,0	51,7	52,1	67,7	73,7	72,0	71,3	65,1	70,6	78,6	76,5
<i>Таджикистан</i>	1,9	2,2	3,0	3,0	0,6	0,3	0,4	0,4	0,6	0,3	0,2	0,2
Туркменистан	1,4	1,9	1,8	1,7	0,7	1,2	1,9	1,8	0,7	1,3	-	1,0
Узбекистан	7,5	8,8	11,1	10,9	3,0	3,9	3,5	3,6	3,2	3,3	-	3,1
Украина	18,3	17,3	15,0	16,0	14,5	9,0	4,9	5,1	16,7	11,1	6,8	6,5
Страны	Продукция сельского хозяйства				Внешнеторговый оборот				Розничный товарооборот			
	1991	2000	2015	2020	1991	2000	2015	2020	1991	2000	2015	2020
Азербайджан	1,9	2,2	3,8	3,6	0,7	1,4	2,6	2,5	2,7	2,0	4,1	4,0
Армения	1,2	1,0	1,5	1,4	0,5	0,6	0,6	0,6	1,7	0,7	0,5	0,6
Беларусь	5,8	5,6	5,9	5,5	5,5	7,8	7,3	7,1	4,1	3,8	3,5	3,2
Казахстан	6,9	5,3	8,7	8,5	4,8	6,8	9,7	9,4	4,2	3,5	4,7	4,1
Кыргызстан	1,7	1,6	2,1	2,0	0,5	0,5	0,7	0,7	1,1	0,5	0,7	0,6
Молдова	2,2	1,2	1,0	1,1	0,8	0,6	0,8	0,7	1,3	0,4	0,3	0,3
Россия	50,1	48,9	57,5	58,1	66,2	67,1	68,0	65,6	61,8	72,4	73,8	73,1
Таджикистан	1,1	0,7	2,3	2,5	0,8	0,7	0,6	0,6	0,7	0,3	0,4	0,3
Туркменистан	1,4	2,8	-	-	1,7	-	-	-	1,0	1,5	-	-
Узбекистан	5,7	10,8	-	-	3,0	-	-	-	4,5	6,5	4,4	4,1
Украина	20,7	18,5	17,2	17,8	15,2	14,0	9,7	9,4	15,7	7,6	7,6	7,0

⁸⁰Источник: 25 лет Содружества Независимых Государств (1991-2015гг.). Статистический сборник. – М.: Межгосударственный статистический комитет СНГ, 2016. -С. 56.

Из таблицы 4.6 видно, что в стране наблюдается тенденция снижения доли в ВВП с 0,6 % в 1991 года до 0,4 % в 2020 года, продукции промышленности с 0,6 % до 0,2 %. При этом доля численности населения увеличилась с 1,9 % в 1991 года до 3,0 % в 2020 года к общей численности жителей стран СНГ.

На основе сравнительного анализа установлено, что по уровню среднедушевой розничной товарооборот Таджикистан отстает от других стран. Результаты анализа представлены в таблице 4.7.

Таблица 4.7

Динамика оборота розничной торговли в расчете на душу населения в государствах СНГ за 2000-2020 годы (в % к предыдущему году)⁸¹

Страны	Годы								
	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Азербайджан	109,8	113,0	109,0	111,0	102,0	103,0	103,0	104,0	103,0
Армения	116	109	100,8	85	98	106	101	108	106
Беларусь	112	120	116	99	96	104	108	105	107
Казахстан	107	114	118	97	102	103	106	106	104
Кыргызстан	107	114	98	106	105	106	107	105	105
Молдова	115	105	105	99,5	103	103	108	128	112
Россия	109	113	107	90	95	101	103	102	103
Таджикистан	79	110	108	106	107	106	107	110	107
Узбекистан	107,6	105,1	113,6	115	114	102	107	109	108
Украина	107,0	122,0	110,0	80,0	104,0	107,0	106,0	110,0	109,0
В среднем по СНГ	106,4	112,51	108,54	98,85	102,6	104,1	105,6	108,7	106,4

Из таблицы 4.7 видно, что в сравнении с аналогичным показателем величина среднедушевого товарооборота розничной торговли в Республике Таджикистан и других государств СНГ в % к предыдущему году в 2020 году составил 7,0 процентов от среднего показателя стран Содружество независимых государств, это говорит о имеющихся проблемах в ускорении

⁸¹Источник: Содружество Независимых Государств в 2016 году. Статистический сборник. – Москва: Межгосударственный статистический комитет СНГ, 2021. – 577с.

темпов развития оборота розничной торговли Таджикистана. Также следует отметить, что и по другим показателям происходит отставание в развитии розничной торговли.

Вместе с тем в сфере розничной торговли наблюдается развитие частной формы собственности. Динамика структуры розничного товарооборота Республики Таджикистан по группам товаров по всем каналам реализации за 2000-2020 гг. приведена в табл.4.8.

Таблица 4.8

Динамика структуры розничного товарооборота Республики Таджикистан по группам товаров по всем каналам реализации за 2000-2020 гг.

Годы	Все товары	Продовольственные товары	Непродовольственные товары	Все товары	Продовольственные товары	Непродовольственные товары
	(в ценах соответствующих лет) млн. сомони			в процентах к итогу		
2000	558,2	332,1	226,1	100	59,5	40,5
2005	2219,3	1120,7	1098,6	100	50,5	49,5
2010	5997,7	2836,2	3161,6	100	47,3	52,7
2011	7425,6	3550,7	3874,9	100	47,8	52,2
2012	9013,9	4164,4	4849,5	100	46,2	53,8
2013	11311,7	5180,7	6131,0	100	45,8	54,2
2014	12823,9	6168,3	6655,6	100	48,1	51,9
2015	14377,7	7045,1	7332,6	100	49,0	51,0
2016	16166,7	7921,7	8245,0	100	49,0	51,0
2017	18435,2	9144,1	9291,1	100	49,6	50,4
2018	20479,7	9891,8	10587,9	100	48,3	51,7
2019	24948,3	12099,9	12848,4	100	48,5	51,5
2020	27024,8	13053,0	13971,8	100	48,3	51,7

Источник: статический сборник «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистический ежегодник Республики Таджикистан. Душанбе, 2021. - с.637.

Из таблицы 4.8 видно, что за указанные годы произошёл рост в товарно-групповой структуре розничного товарооборота страны, удельный вес

непродовольственных товаров с 40,5 % в 2000 г. до 51,7 % в 2020г., а доля продовольственных товаров снизилась с 59,5 % до 48,3 %, это свидетельствует об изменении структуры товарооборота в стране.

При этом следует отметить, что проведенное исследование показало, что многие ларьки, палатки, киоски, в сельской местности, не зарегистрированы. Однако в городах они заполнены вещевыми и продовольственными рынками, где произошёл рост в 2,0 раза.

Проблема формирования результативного потребительского рынка и роста его роли в развитии экономики является то, что нет госконтроля за санитарно-эпидемиологическим состоянием торговых точек, а также не применялись контрольно-кассовые аппараты. На сегодняшний день внедряются современные торговые информационно-коммуникационные технологии.

В этих условиях следует усилить роль госконтроля за деятельностью розничных торговых предприятий для решения возложенных на них задач, учитывая рыночные условия функционирования.

Одним из элементов торгово-посреднической инфраструктуры является оптовый рынок, выступающий как хозяйствующий субъект, предоставляющий услуги всем производителям, оптовикам и покупателям.

Изучив зарубежный опыт, было установлено, что производитель не может иметь собственную сеть снабжения для решения все имеющиеся проблемы.

Происходит подрыв интересов отечественных товаропроизводителей за счёт ввоза импортных товаров низкого качества и по низким ценам. Кроме того, повышается доля прямых поставок потребительских товаров от производителя к потребителю. Наблюдается вытеснения из инфраструктуры товарообращения организованная оптовая и оптово-розничная торговля, из-за

того, что производители и потребители хотят сэкономить на посреднических расходах.

Следовательно, оптовое звено играет важную роль в формировании конкуренции на потребительском рынке. То есть оно заказывает конкретным производителям производство тех или иных видов товаров, которая создает целесообразную конкуренцию на потребительском рынке, где будут продвигаться товары.

В Республике Таджикистан из-за уличной торговли, которая происходила в начальные годы экономических реформ, оптовая торговля была практически парализована.

Рост результативности ПР полагает оптовому рынку характер доминирующего звена в системе товарного обращения, который важен в условиях, когда около $\frac{3}{4}$ жителей страны проживает в сельской местности, где нет крупных производителей, а имеются мелкие торговые точки, расположенные на значительном расстоянии друг от друга. При этом оптовый рынок, может обеспечить всем товаропроизводителям и потребителям их продукции возможности выхода на конкурентный немонополизированный ПР.

Оптовый рынок участвует в организации информационного обслуживания сделок, по складывающимся на рынке ценам, контролю качества, сертификации продукции и контролируемой зоны налогообложения. Однако эти меры на сегодняшний день исполняются не системно и не комплексно, что показывает о важности проблемы развития о рынок.

Сейчас главную роль должен играть оптовый рынок в развитии упорядоченной системы распределения потребительских товаров, которое реализуются, безадресно и без учета имеющего конъюнктуры реального рынка. В этих условиях оптовое звено должен развиваться на основе совершенствование институциональных основ и создания ассоциаций торговли

в областях и крупных городов Таджикистана, . При этом координации оптовой и оптово-розничной торговли и информационное обеспечении участников оптовых сделок считается приоритетным.

В последнее время в стране появились мелкооптовые магазины-склады типа «кэш-энд-кэри» используя опыт Франции, Италии, Испании, Америки и других стран. Результаты анализа показывают, что эффективно функционируют магазины – склады, особенно малые торговые центры, предприятия общественного питания, розничные покупатели, приобретающие товар мелким оптом для индивидуального потребления рационально используя имеющуюся МТБ бывшей государственных, а также потребительской кооперации при минимальных расходах по ремонту и их реконструкцию.

Кроме того, эти магазины сглаживают проблемы развития оптовой торговли. Важно уделить проведению маркетинговых исследований с целью изучения покупательского спроса, развивать рекламную деятельность и сбор необходимой информации, организовать условия для хранения товаров и обеспечить оптимальную оборачиваемость товаров в течение семи дней.

В последние годы успешно развиваются супер– и гипермаркеты функционирующих в основном в городах Душанбе, Худжанде и Бохтаре, а также наблюдается развитие сетевой розничной торговли.

«Важным и эффективным экономическим механизмом и основным элементом инфраструктуры ПР является товарная биржа, которая выполняет специфические функции».

В условиях Республики Таджикистан биржи стали действовать в начале 90-х годов прошлого века. Основные направления деятельности бирж страны до конца 90-х годов прошлого века составляли сделки на товары легкой промышленности.

Нами выявлено, что биржи обслуживают экспортно-импортные операции и главным образом, выступают регуляторами системы ценообразования на рынке, При этом усиление роли биржевой торговли требует развитию организационного механизма их функционирования, а также и их МТБ.

Важным следует считать вопрос о специализации бирж. При этом важно заметить, что биржи, создаваемые в областных и районных центрах, должны быть универсальными и необходимости экономии затрат и средств, и особенно зданий.

В условиях Таджикистана товарные биржи можно считать, как маркетинговый центр по исследованию конъюнктуры рынка по продвижению товара, спроса и предложения. Исходя из этого главным направлением считается совершенствование биржевой деятельности, развитая материально-техническая база, их оснащение информационно-коммуникационными технологиями автоматизированными рабочими местами, телекоммуникационными сетями и современными средствами связи, а также создание банка данных, по организации и управлению биржевой торговли.

Приоритетным считается учитывать демонополизацию коммерческо-посреднической деятельности на рынке, «создании в районных центрах и небольших городах независимых средних и мелких организаций типа агентских, дилерских и дистрибьюторских фирм, призванных освободить товаропроизводителей от организации собственной сбытовой сети, дополнительных расходов, особенно складские расходы и направить их ресурсы на производство товаров».

В новых условиях важная роль отводится торгово-промышленной палате по развитию производства, сбыта, торговли. Анализ показывает, что Торгово-промышленная палата становится центром содействия внешнеторговой деятельности, поддержки инновационных процессов, правовой экспертизы и

совершенствования законодательства, а также ее деятельность способствовала установлению деловых контактов, проведения выставок – ярмарок, улучшению информационно-коммуникационной работы на основе господдержки.

Особое внимание в республике и ее регионах следует уделить совершенствованию товароснабжения потребительского рынка. При этом важным считаем разработку оптимальных маршрутов и организации перевозочного процесса в них.

В целом, рациональное функционирование ПР в условиях углубления рыночных отношений требует формирования разветвленной сети торгово-посреднической инфраструктуры, на основе соблюдения современных мировых стандартов. Следует отметить, что при организации торгово-посреднических структур, необходимо учитывать территориально-географические особенности Таджикистана ее территорий, а также происходящие сдвиги в активизации производственно-коммерческой деятельности экономических агентов в новых условиях цифровизации.

4.3. Совершенствование товароснабжения потребительского рынка ⁸²

В условиях рыночной экономики товароснабжение предприятий потребительского рынка включает в себя систему мероприятий по осуществлению коммерческих и технологических операций по доставке товаров розничным и оптовым торговым предприятиям (ТП). Опыт показывает, что оптимизация товароснабжения зависит от полноты и стабильности ассортимента товаров, предоставляемых населению торговыми предприятиями, от степени удовлетворения покупательского спроса; величины товарных

⁸² Зубайдов С., Раджабов Р.К., Хамроев Ф.М. Совершенствование организации товароснабжения на рынке потребительских товаров в условиях рыночной экономики// Вестник ТГУПБП. Серия общественных наук. №1(74)218. –С.21-31.

запасов; оборачиваемости товаров и др. показателей работы предприятий. Исходя из этого, оптимизация товароснабжения положительно влияет на повышение эффективности функционирования сетевых торговых субъектов потребительского рынка.

Сейчас важное место в структуре транспортного комплекса занимают транспорт общего пользования. Анализ состояния и развития транспорта общего пользования показывает, что он играет ведущую роль, как основной элемент производственной инфраструктуры. На данном этапе внутренняя железнодорожная сеть страны по различным причинам (в плане долгого времени, услуг, убыточность и т. д) грузовых и пассажирских перевозках мало осуществляется.

Республика Таджикистан объявила, что она построит международные железнодорожные линии в Афганистан в рамках железной дороги Туркменистан – Афганистан – Таджикистан (ТАТ), но улучшение отношений с Узбекистаном, кажется, ослабило склонность Таджикистана к осуществлению этого проекта. В сопоставлении с ФРГ, мировым лидером в сфере транспорта и логистики, Таджикистан связан лишь на уровне 53%. Издержки, связанные с тем, чтобы одна тонна товаров из Таджикистана достигла 20 процентов глобального ВВП, составляют приблизительно 245 долл. США, тогда как в ФРГ такой же доступ можно обеспечить с меньшими издержками в размере около 30 долл. США.

В 2020 году по сравнению 2010 годом перевозка пассажиров в республике возрос на 21,0% и, начиная с 2010 года наблюдается рост объема пассажирских перевозок (табл. 4.9) на всех видах транспорта.

Таблица 4.9

Динамика объема перевозок пассажиров и пассажирооборот транспортом общего пользования в Республике
Таджикистан на 2010 – 2020 годы

Показатели	Годы											2020г. к 2010г., в %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Объем перевозок, млн. пасс.												
	539,5	542,3	520,7	545,0	556,9	564,5	572,9	594,7	614,5	658,1	653,7	121,2
Автомобильный	526,6	529,3	506,6	530,4	541,3	548,3	554,1	574,3	602,6	635,4	633,8	120,4
в т.ч., международным транспортом	0,4	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,14	0,17	0,3	0,3	0,1	25
Легковая таксомоторная	0,6	1,4	2,3	2,8	3,9	4,8	6,6	7,9	10,8	11,6	10,7	1,8 раза
Троллейбусный	10,9	10,2	10,3	10,2	10,2	10,2	10,9	11,1	10,6	21,4	19,2	176,2
Железно-дорожный	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,4	66,7
Авиа- ционный	0,8	0,8	1,0	1,1	1,1	0,8	0,8	0,9	0,8	0,7	0,3	37,5
Пассажирооборот, млн. пасс. км												
Всего	9036,1	9447,7	9806,9	10206,2	10305,1	9230,1	9148	9308,8	9477,2	9264,6	8178,3	90,5
Автомобильный	7029,0	7197,7	7213,5	7200,1	7271,1	7096,7	6752,7	6806,8	7154,2	7243,9	7350,9	104,6
в т.ч., международным транспортом	637,5	352,6	348,6	279,8	176,3	98,2	96,3	116,6	232,1	235,2	49,8	7,8
Легковая таксомоторная	8,8	22,0	20,7	25,8	34,4	40,5	66,3	77,3	80,2	88,3	82,8	9,4 раза
Троллейбусный	50,9	48,5	48,5	48,3	48,3	48,3	51,5	52,3	48,7	79,2	21,4	42,0
Железнодорожный	32,8	31,5	24,0	20,9	17,8	16,0	18,4	27,9	33,2	28,1	71,0	2,2 раза
Авиационный	1914,6	2148,0	2500,2	2911,1	2933,5	2028,6	2259,1	2344,5	2241,5	1913,4	735,0	38,4

Источник: статический сборник «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистический ежегодник Республики

Таджикистан. Душанбе, 2021.- с. 501.

Из табл.4.9 видно, что объём перевозок пассажиров автомобильным транспортом за 2010-2020гг. уменьшился на 9,5% и составил 633,8 млн. пассажиров, а пассажирооборот 8178,3 млн. пасс. км.

Анализ транспортного обслуживания показывает, что за рассматриваемый период (2010-2020 гг.) наблюдается увеличение объема перевозок грузов всеми видами транспорта на 43,94%. При этом наибольший прирост имеет автомобильный транспорт (62,83 %). По другим видам транспорта наблюдается уменьшение: в железнодорожном - на 55,5 % и в авиационном - на 50,0 % (таблицы 4.9 и 4.10).

Общий объем перевозок грузов с 2010-2020 годы имеют тенденцию роста (табл. 4.10).

Из данных таблицы 4.10 видно, что в стране наблюдается рост объема грузовых перевозок в целом на 43,94%, кроме железнодорожного и авиационного транспорта. Грузооборот увеличился за 2010-2020гг. на 55,18%. Однако на железнодорожном и авиационном транспорте наблюдается тенденция к уменьшению. Причиной такого явления заключается в увеличении удельного веса автомобильного транспорта в грузоперевозках.

Значительно возрос объем перемещаемых товаров для товароснабжения рынка потребительских товаров по республике в целом, ее областей, городов и районов. Здесь значительный удельный вес занимает частный автотранспорт. Вместе с тем требует уточнения рациональное распределение перевозок между автотранспортом различных видов собственности. На организацию товароснабжения на потребительском рынке влияют многие факторы (рис. 31).

Таблица 4.10

Динамика объема перевозок грузов и грузооборот транспортом общего пользования в Республике Таджикистан
на 2010 – 2020 годы

Показа-тели	Годы											2020г. к 2010г., в %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Объем перевозок, тыс. тонн												
Всего	59327,4	61656,6	68399,4	72248,3	74411,2	74431,8	84066,6	84130,8	89607,2	85394,6	85381,9	143,92
Железно-дорожный	10445,6	9256,7	8405,1	6735,3	6807,7	6125,6	5454,2	4646,5	5348,1	5798,9	6305,3	60,40
Автомобильный	48879,6	52397,3	59991,8	65510,7	67600,9	68304,1	78610,5	79482,5	84257,6	79594,7	79075,9	161,80
в том числе международным транспортом	908,0	1201,0	1691,0	1870,6	1353,3	1126,4	941,3	1349,8	1570,4	1992,2	1487,9	163,86
Авиационный	2,2	2,6	2,5	2,3	2,6	2,1	1,9	1,8	1,5	1,1	0,7	31,8
Грузооборот, млн.т-км												
Грузооборот – всего	4957,6	5508,8	6345,0	6693,8	6180,3	5995,5	5515,3	6094,1	6516,8	7693,3	7800,1	157,33
Железно-дорожным ²	808,4	702,9	554,9	402,2	389,7	316,9	228,3	165,1	222,8	231,7	273,4	33,82
Автомобильным транспортом ¹	4143,9	4799,5	5782,9	6284,8	5783,3	5672,3	5282,0	5924,2	6289,7	7457,7	7525,6	181,60
Международным транспортом	1498,2	1982,0	2789,8	3086,7	2232,4	2175,0	1816,6	2187,7	2371,5	3314,7	3001,2	200,32
Авиационным	5,3	6,4	7,2	6,8	7,3	6,3	5,0	4,8	4,3	3,9	1,8	33,96

Источник: статический сборник «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистический ежегодник Республики

Таджикистан. -Душанбе, 2021.- с.497-500.



Рисунок 31 - Факторы, влияющие на организацию товароснабжения

Разработка рациональной системы товароснабжения требует решения таких задач⁸³:

- а) обеспечения ассортимента, оптимизации уровня и структуры товарных запасов на ТП;
- б) повышения эффективности товароснабжения на основе оптимизации товарооборачиваемости и сокращения заветности товароперемещения;
- в) обеспечения взаимосвязи между технологическими процессами в розничной и оптовой торговле, разделения труда;

⁸³ Зубайдов С., Раджабов Р.К., Хамроев Ф.М. Совершенствование организации товароснабжения на рынке потребительских товаров в условиях рыночной экономики// Вестник ТГУПБП. Серия общественных наук. №1(74)218. –С.21-31.

г) повышения эффективности оказания торговых услуг на основе исследования спроса и их факторы, влияющие на организацию товароснабжения, транспортные условия (состояние автомобильных дорог и путей сообщения, видов транспорта) размещение сети ТП по отношению к источникам товароснабжения тип ТП и размер торговых и складских площадей оснащённость ТП требуемым оборудованием для хранения и перемещения товаров внутри магазина (холодильным, подъёмно-транспортным) производственные, характеризующие размещение, специализацию предприятий, и др. социальные (рациональное расселение населения, уровень денежных доходов) согласования со спросом;

д) применения научно обоснованной системы управления товароснабжением в регионах.

Организация товароснабжения ТП имеет большое значение для всех звеньев перевозки товаров от производителей к потребителям - населению. С другой стороны, оптимизация товароснабжения предусматривает тесную взаимосвязь технологических процессов в оптовой и розничной торговле и на ПР в целом. Она предполагает разработку маршрутов перевозки товаров, высокий уровень организации работ на оптовых базах, наличие эффективных подвижного состава и тары.

При этом товары должны поступать в торговую сеть максимально подготовленными для реализации. В настоящее время возникли новые варианты организации перевозок товаров. Во-первых, сближаются объем и структура товарного предложения в различных регионах, расширяется и обновляется ассортимент, формируется конкурентная среда в торгово-посреднической сфере. Во-вторых, удлиняется путь перемещения товаров от производителей к потребителям.

Поэтому при оптимизации товароснабжения ТП должны учитываться выделенные требования⁸⁴. В этих условиях необходимо учитывать оснащенность ТП соответствующим торгово-технологическим оборудованием; величину доставляемой партии товаров с учетом имеющихся товарных запасов, ежедневного объема реализации и периодичности завоза; разработанную систему товароснабжения, которая способствует минимизации затрат по перевозке и хранению товаров. Анализ работы⁸⁵ показывает, что товароснабжение на рынке потребительских товаров должно основываться на основе принципов: «плановости; ритмичности; оперативности; экономичности; централизации и технологичности».

Оптимизация товароснабжения требует учета покупательной способности населения, зоны обслуживания с учетом объема товарных запасов, эффективной организации и использования торговых технологий, отвечающих современным условиям оказания торговых услуг⁸⁶. При этом ритмичность товароснабжения позволяет обеспечить рациональную работу торговых предприятий при формировании требуемых товарных запасов и ускорения товарооборачиваемости на торговых предприятиях.

Приоритетным условием рациональной организации товароснабжения на основе совершенствование ритмичности завоза товаров в зависимости от изменения спроса, сезонных колебаний и др.

Предприятия, осуществляющие товароснабжение торговых предприятий, должны оперативно учитывать эти изменения и вносить соответствующие коррективы на основе получения информации от предприятий относительно реализации товаров и состояния товарных знаков. Эффективность товароснабжения требует минимизацию затрат, материальных и запасных

⁸⁴Виноградская А.М. Коммерческая деятельность торгового предприятия/А.М. Виноградская. - М.: КНТЭУ, 2015. -278 с.

⁸⁵ Гаджинский А.М. Логистика /А.М. Гаджинский. - М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2003. - 408 с.

⁸⁶ Панкратов Ф.Г., Серегин Т.К. Коммерческая деятельность /Ф.Г. Панкратов, Т.К.Серегин. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. - 580 с.

частей при перевозке товаров в торговую сеть на основе эффективного использования автотранспортных средств, механизации погрузочно-разгрузочных работ, рациональной схемы перемещения товаров.

В целом товароснабжение выполняется на основе разработанных рациональных схем завоза товаров, минимизации звенности, частоты доставки и размера партий товаров. В этих условиях появляется возможность рассматривать вопрос об эффективном использовании принципа централизации товароснабжения ТП предприятиями-поставщиками учитывая функционирование торгово-логистических центров. При этом сотрудники ТП не должны отвлекаться от выполнения своих функций по обслуживанию клиентов⁸⁷.

Кроме того, считаем важным использование научно-обоснованных технологических решений для выбора источников и оптимальных маршрутов товародвижения. Рациональная организация товароснабжения предусматривает повышение оперативности, периода поставок, количество и сроки завоза товаров на ТП. Совершенствование товароснабжения требует создания единой системы управления, которая базируется на использовании диспетчерских служб, задачами которых является контроль и регулирование завоза товаров на ТП⁹⁹.

На наш взгляд, поддерживая авторов ⁸⁸, блок-схему организации товароснабжения можно представить следующим образом (см. рис. 32).

⁸⁷ Мазараки А.А. Экономика торгового предприятия / А.А. Мазараки, Н.М. Ушакова, Л.А. Лигоненко. - М.: Медиум, 2012. - 800 с.

⁸⁸ Раджабов Р.К. Формирование стратегии развития предприятия в условиях переходной экономики/ Р.К. Раджабов, М.Х. Саидова, С.Ш. Низомиддинов// Учёные записки ХГУ им. академика Б. Гафурова. Серия «Естественные и экономические науки». - 2016. - №2 (37). - С.78-91; Черепов В.В. Оптимизация товарных запасов /В.В. Черепов// Логистика: проблемы и решения. - 2014. - №5. - С. 56-59.

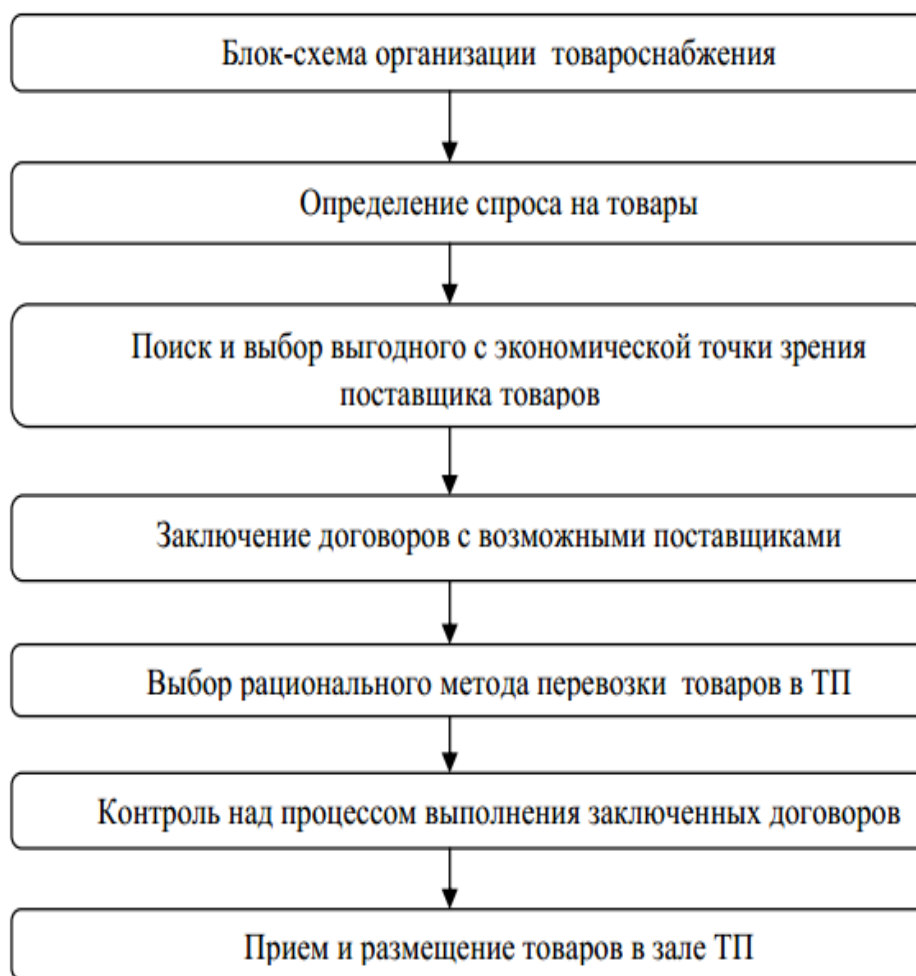


Рисунок 32 - Блок-схема организации товароснабжения торговых предприятий

Совершенствования товароснабжения, зависит от правильного выбора и ее эффективности. К основным источникам поступления потребительских товаров следует отнести: «заводы, комбинаты, промышленные и оптовые предприятия; производственные ТП; индивидуальные предпринимательские структуры; любые ТП, имеющие излишки товаров; внешнеторговые предприятия и др.» Выбор источника товаров осуществляют с учетом типов ТП, размеров товарооборота, места расположения, состояния спроса и уровня цен на товары различных поставщиков ⁸⁹.

Оценивая сложившуюся практику товароснабжения, можно уточнить подходы к решению проблемы повышения ее эффективности на основе

⁸⁹ Зубайдов С., Раджабов Р.К., Хамроев Ф.М. Совершенствование организации товароснабжения на рынке потребительских товаров в условиях рыночной экономики// Вестник ТГУПБП. Серия общественных наук. №1(74)218. –С.21-31.

улучшения работы оптовых баз, развития прямых связей с производителями, централизованного завоза товаров на торговые предприятия. Кроме того, они снабжают продовольственными товарами закрепленные за ними близлежащие магазины.

В этих условиях местными производителями широко используются прямые связи. Важным условием, определяющим рациональную организацию товароснабжения, является процесс перемещения товаров до потребителей. Обычно используют транзитную и складскую формы, которые зависят от условий покупателя и поставщика: объема товарооборота, транзитных норм отгрузки, нормативов товарных запасов, состояния складского хозяйства и т.п.

При децентрализованном завозе, или самовывозе, транспортно-экспедиционные операции (ТЭО) осуществляются самими покупателями. Основной недостаток этого метода заключается в неэффективном использовании автотранспортных средств, т.е. показатели использования автомобилей, используемых для самовывоза, значительно ниже, чем при централизованной доставке. Поэтому «самовывоз может применяться в розничной торговле в исключительных случаях»⁹⁰.

Анализ показывает, что централизованная система предусматривает доставку товаров объектам торговой сети автотранспортом поставщика по предварительно разработанным маршрутам и графикам завоза. При оптимизации системы товароснабжения предлагаем для использования централизованную модель ТЭО, что позволяет: устранить простои автотранспорта, сократить потребность в нём и повысить эффективность его использования; уменьшить число занятого персонала в процессе организации, управления и перемещения грузов; освободить руководителей ТП от организации ТЭО и таким путём улучшить их работу; оптимизировать своевременную доставку товаров в розничную торговую сеть; ускорить

⁹⁰ Памбухчиянц А.В. Организация и технология коммерческой деятельности/ А.В. Памбухчиянц. - М.: «Дашков и К» 2014; Фатхудинов Р.А. Организация производства - М.: ИНФРА-М, 2013. - 672 с.

оборачиваемость товаров; рационально использовать складские площади; упростить расчеты с поставщиками товаров и др.

«Составление графиков завоза осуществляется на основе характеристики торговой сети, объема завозимых товаров, срока представления и выполнения заявок с учетом вида автотранспортных средств, их грузоподъемности и т.п. Одновременно с составлением графиков разрабатываются и маршруты завоза и отправки товаров ТП»⁹¹. Для разработки рациональных маршрутов завоза следует использовать карту-схему района, обслуживаемого поставщиком, схему дислокации ТП, учитывать расстояние и наличие дорог, соединяющих поставщика с торговой сетью, а также грузоподъемность используемых автомобилей и класс перемещаемых грузов. Тогда товары будут доставляться оптимально загруженными автомобилями по маятниковым маршрутам. Для торговых предприятий объем поставок, которые меньше грузоподъемности автомобиля, товары перемещаются по кольцевым маршрутам. Нами установлено, что многие ТП и предприятия общественного питания не уделяют достаточного внимания разработке рациональных маршрутов.

Маршруты доставки разрабатываются только одной стороной - поставщиком или только транспортным оператором⁹². Совершенствование товароснабжения следует проводить на основе создания единой системы управления торговыми процессами. Данная система предусматривает развитие закупочной деятельности на основе поиска новых поставщиков. Это даст возможность не только расширить ассортимент товаров, но произвести их выбор.

⁹¹ Раджабов Р.К. Проблемы моделирования развития региональной транспортной системы/ Р.К. Раджабов, И.А. Амонуллоев // Вестник ТТУ имени акад. М.С. Осими. – Душанбе: ТТУ. - №3(31)-2015. - С.135-139.

⁹² Бланк И.А. Управление торговым предприятием/И.А. Бланк.- М.: Экономика, 1998. - 263 с.; Зубайдов С., Раджабов Р.К., Хамроев Ф.М. Совершенствование организации товароснабжения на рынке потребительских товаров в условиях рыночной экономики// Вестник ТГУПБП. Серия общественных наук. №1(74)218. –С.21-31.

Это сокращает затраты на организацию товароснабжения, и способствует комплексно подходить к формированию ассортимента реализуемых товаров. Выделяя роль торгового представителя в процессе работы с розничными ТП, следует отметить, что он обеспечивает наличие полного ассортимента товаров компании в ТП, совместно с работниками ТП формирует заявку на поставку товаров, обеспечивает его фирменным оборудованием для выкладки товаров в соответствии со стандартами. Также при организации товароснабжения устанавливаются более тесные контакты с поставщиками, с рекламными компаниями на основе проведения совместных акций, способствующий росту прибыли АТП ⁹³.

В целом, торговые предприятия имеют возможности для повышения эффективности организации товароснабжения, а ее совершенствование на рынке потребительских товаров способствует удовлетворению спроса, сокращению транспортных расходов, разработке оптимальных маршрутов перевозки товаров, улучшению организации торгового обслуживания, созданию новых рабочих мест, повышению эффективности функционирования торговых предприятий, развитию местных, межрегиональных и международных транспортно- торговых связей Республики Таджикистан.

⁹³ Зубайдов С., Раджабов Р.К., Хамроев Ф.М. Совершенствование организации товароснабжения на рынке потребительских товаров в условиях рыночной экономики// Вестник ТГУПБП. Серия общественных наук. №1(74)218. –С.21-31.

ГЛАВА 5. ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

5.1 Организационно-экономические особенности развития потребительского рынка

В современных условиях развития экономики, важным направлением повышения эффективности производства и сферы услуг является определение места и роли потребительского рынка (ПР) с учетом национальных особенностей. Анализ научной литературы показывает, что ПР представляет совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена, обеспечивающую удовлетворение спроса населения территориальных преобразований.

Потребительский рынок состоит из рынка продовольственных и непродовольственных товаров, а также из рынка услуг. Необходимо отметить национальный фактор, влияющий на потребительский рынок, а также факторы социального и демографического характера, факторы, связанные со спросом и предложением, структуре цен, формировании новых информационно-коммуникационных технологий, появлении современных форм торгового оборудования, технологий организации управления и развитием производства, реализации товаров и оказания услуг. В этих условиях важным считаем сегментацию рынка на основе выделения следующих критериев:

- географические (территория, климатические условия, административно-территориальное деление, удаленность от производителей и др.);
- демографические (возраст, пол, размер семьи, количество детей и др.);
- социально-экономические (социальная и профессиональная принадлежность, уровень образования и доходов, национальность, религиозные убеждения и др.).

Выделенные критерии рассматриваются во взаимосвязи и являются объективными и общими. При этом также следует выделить субъективные поведенческие критерии: стиль жизни; личностные качества; мотивы и др.

Вместе с тем важным считаем изучение национальных особенностей совершенствования и развития регионального потребительского рынка.

В процессе исследования национальных особенностей развития потребительского рынка следует уделить внимание изучению обычаев и традиций народа. Согласно достоверным источникам: «...таджики являются одной из самых древних народов в мире, об этом свидетельствуют письменные источники и результаты археологических раскопок, проводимых на территории Таджикистана. Согласно этим результатам, они уже проживали, в конце верхнего палеолита, 15-20 тысяч лет назад. За годы существования, они сохранили многие древние традиции и обычаи своих предков, особенно язык. Таджики на протяжении нескольких поколений проживают вместе как многодетная семья, они доброжелательны и гостеприимны».

Особое место следует отнести изучению ремесла и занятиям таджикского народа. В быту при обработке земли использовались пахотные орудия труда и кетмени. В свою очередь скотоводство также играло дополнительную составляющую роль. В теплое время года его перегоняли на возвышенную местность подальше от населенного пункта, где часть жителей вместе со скотом переселялись для пастьбы.

В равнинах жители занимались разными видами деятельностью, такие как изготовления тканей (хлопковые, шелковые, шерстяные и суконные), также развивалось ювелирное и гончарное ремесло. Резьба по дереву и гачу, имели древнюю традицию и посему часто пользовалось спросом. На возвышенных селениях таджики изготавливали шерстяные ткани (мужчины), а также занимались вязанием и вышивкой (женщины).

Таджики особое место уделяли строительству жилья. В основном поселения были тесно застроенными друг к другу и компактными. До сегодняшнего дня традиционная одежда оставила некоторые элементы из прошлого, такие как верхняя одежда – халат, тубетейки, платки. Хотелось бы отметить, что и в настоящее время девушки также массово носят традиционные платья, как и в целом по Центральной Азии.

Особое место таджики уделяют разнообразным своеобразным продовольствиям. В горных районах основным продуктом питания были хлеб в виде лепёшек. Также в обиходе были и молочные продукты питания, топленое масло, сухой сыр. Из горячего блюда употребляли лапшу, манты, а также фрукты и овощи. Из мясных продуктов зачастую употребляют мясо баранины, говядины, но изредка и козье мясо. Традиционное блюдо под праздничный стол в равнинных местностях всегда был плов, а в горных районах шурпа из баранины (суп). Из сладостей – набат (кристаллический сахар), халва, нишоло (взбитые из белка куриных яиц) и т.д. Из напитков пьют в основном зеленый чай, но временами и черный.

Следует выделить традиционные свадебные обряды. В регионе Центральной Азии в основном свадебные обряды начинаются с договоренностями помолвкой между старейшинами обеих семей. Свадьба имеет своеобразную продолжительность, где в течении 7 дней проходят пиршества. Первый день включает в себя церемонию провозглашения брачного союза между женихом и невестой, три последующие дня каждая семья устраивает банкет на своей территории. Пятый день жених со своими родственниками приезжают в дом избранницы, где молодожены связывают свои обязательства перед имамом (священнослужитель). В этот обряд входит выпить воду из пиалы и вкусить кусочек мяса с солью, после чего они имеют право быть вместе. Далее начинается свадебное празднование с песнями и танцами до поздней ночи. После этого жених и невеста на одной лошади едут в дом жениха. На следующий день родители невесты едут в дом жениха, где отмечают завершения брачного союза.

После свадьбы, в течение сорока дней, жених и невеста живут в родительском доме жениха скрываясь от людских сглаз и порчей.

При встрече люди обычно приветствуют друг друга пожатием руки и со словами ассалому алейкум — это означает - мир вашему дому. А вот с женской половиной рукопожатие не принято, звучит только голословное приветствие, прижимая правую руку к груди.

При входе в дом, гостю предложат вымыть руки и подадут полотенце. Таджикский народ испокон веков всегда славился гостеприимством. Обычно таджики садятся на пол, который застеленный коврами. Перед тем как начинать трапезу читают «дуо» восхваление Аллаху и приветствие гостей. После употребления пищи обряд повторяется. Данная традиция присуща таджикам, так как от религиозных обрядов гостя не упоминают. За дастарханом самый младший из хозяев разливает чай. Когда таджики, приглашают гостя домой, зачастую плов является главным блюдом.

Значимым праздником таджикского народа является Навруз. Его отмечают 21 марта в день весеннего равноденствия. Все, кто проживает в кишлаках и селениях очень тщательно готовятся к нему. На дастарханах выставляют различные блюда, но основное блюдо в этот день считается сумалак. Дастарханы также заполняются и на другие праздники, такие как иди Сада, Мехргон, Рамазан и Курбан, а также Новый год, Праздник Победы и День матери.

Важной традицией у таджиков является чаепитие. Эти действия происходят обычно в местечках под названием – чайхана, где любой желающий может выпить чаю и пообщаться на разные темы.

На основе изучения народных традиций и обычаев нами установлено, что удовлетворение потребностей в основном осуществляется на основе производства продовольственных и непродовольственных товаров местными ремесленниками и народными умельцами, которые их реализуют на действующих рынках. Кроме того, важное место в решении этого вопроса играют организуемые воскресные рынки (раньше были известны, как джумбазар, душанбебазар и т.п.) в городах и крупных кишлаках, а также ярмарках и выставках.

В целом изучение традиций и обычаев дает основание более детально рассмотреть вопросы функционирования и развития национального потребительского рынка. В Республике Таджикистан особое внимание уделяется регулированию традиций и обычаев. В 2007 году был принят Закон

РТ «Об упорядочении традиций, торжеств и обрядов Республики Таджикистан», что внес существенные изменения по сокращению расходов на проведение свадеб, похорон и проведение торжеств. В результате реализации этого закона достигнуты определенные результаты по убою скота, непредвиденные расходы на «туйи суннати», «домод и келин талабон» и прочие торжества и юбилеи, что способствовало насыщению рынка товарами и услугами, а также сокращению необоснованных затрат.

В результате поспешной приватизации, появление новых видов предпринимательской деятельности, развитие семейной экономики, насыщение рынка товарами и платными услугами, способствовали введению изменений в организацию торговли и общественного питания населения и другие. При этом мы выделяем продовольственные и непродовольственные сектора потребительского рынка.

Эффективность формирования потребительского сектора рынка предполагает его развитие с учетом различных принципов его функционирования, которые приведены на рисунке 33.

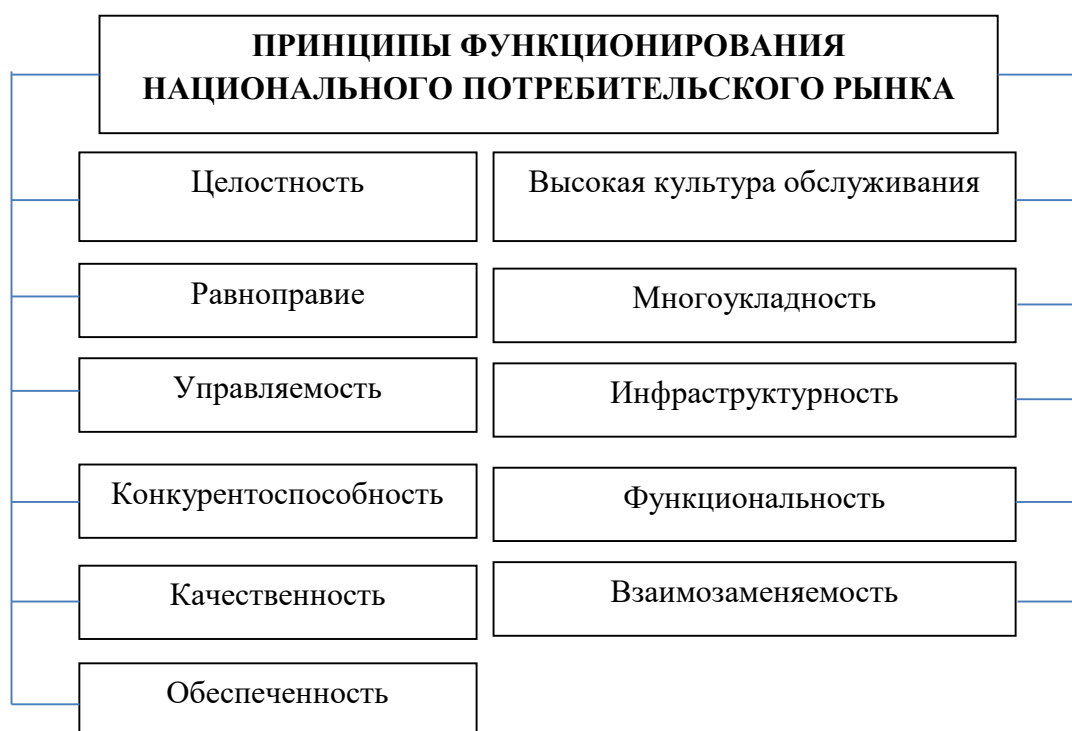


Рисунок 33 - Основные принципы функционирования национального потребительского рынка

С другой стороны, в зависимости от назначения рыночный сегмент можно классифицировать по различным признакам (рисунок 34).

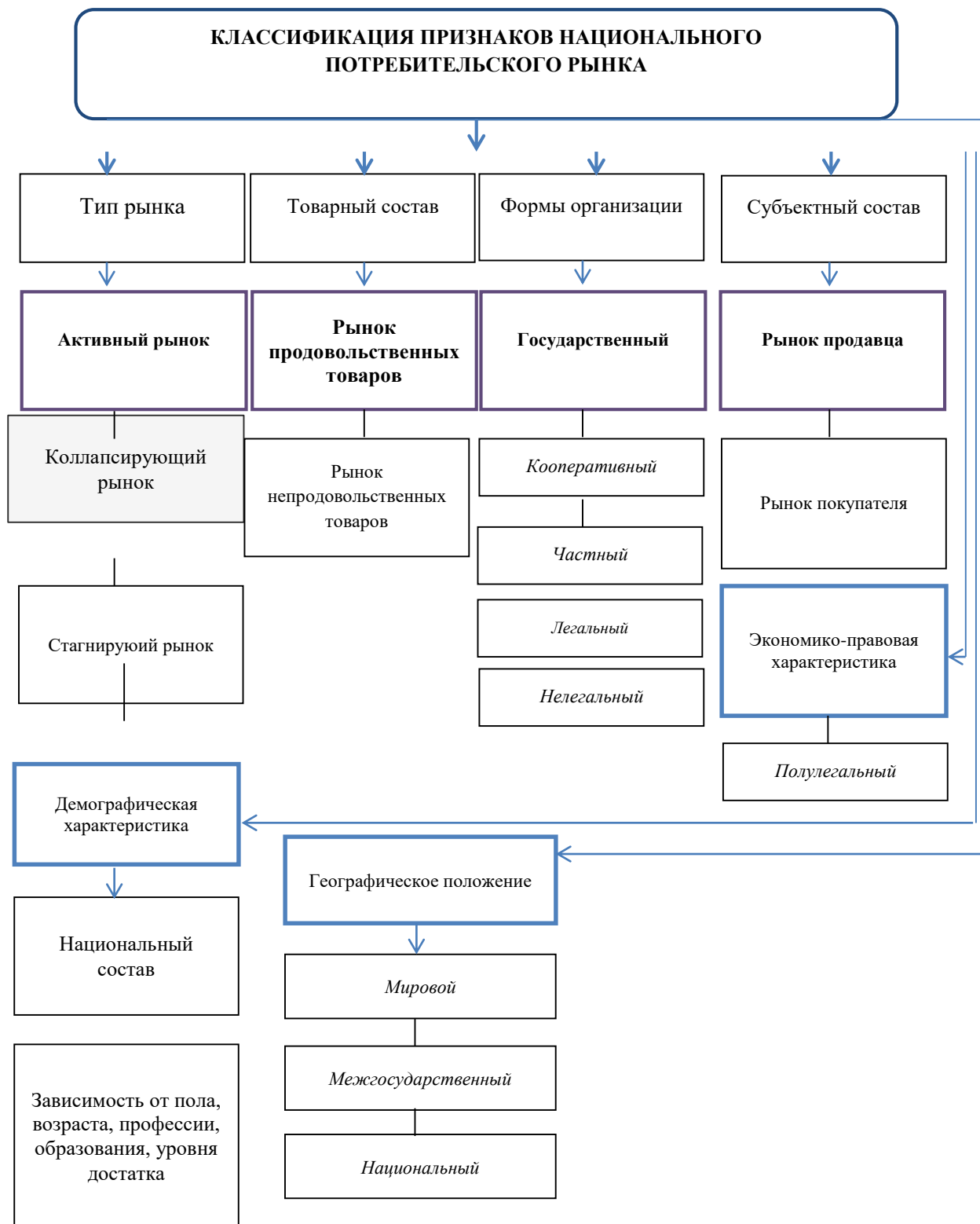


Рисунок 34 - Классификация признаков национального потребительского рынка

Как видно из рисунка 34 используя приведенную классификацию потребительского рынка, выделяют различные его характеристики и тип форму организации. С другой стороны, выделенная классификация позволяет сформировать полное представление о потребительском рынке, как о сложной высокоорганизованной системе, состоящей из комплекса подсистем. Поэтому с учетом этого выделяем национальные особенности функционирования и развития потребительского рынка в Таджикистане (рис.35).

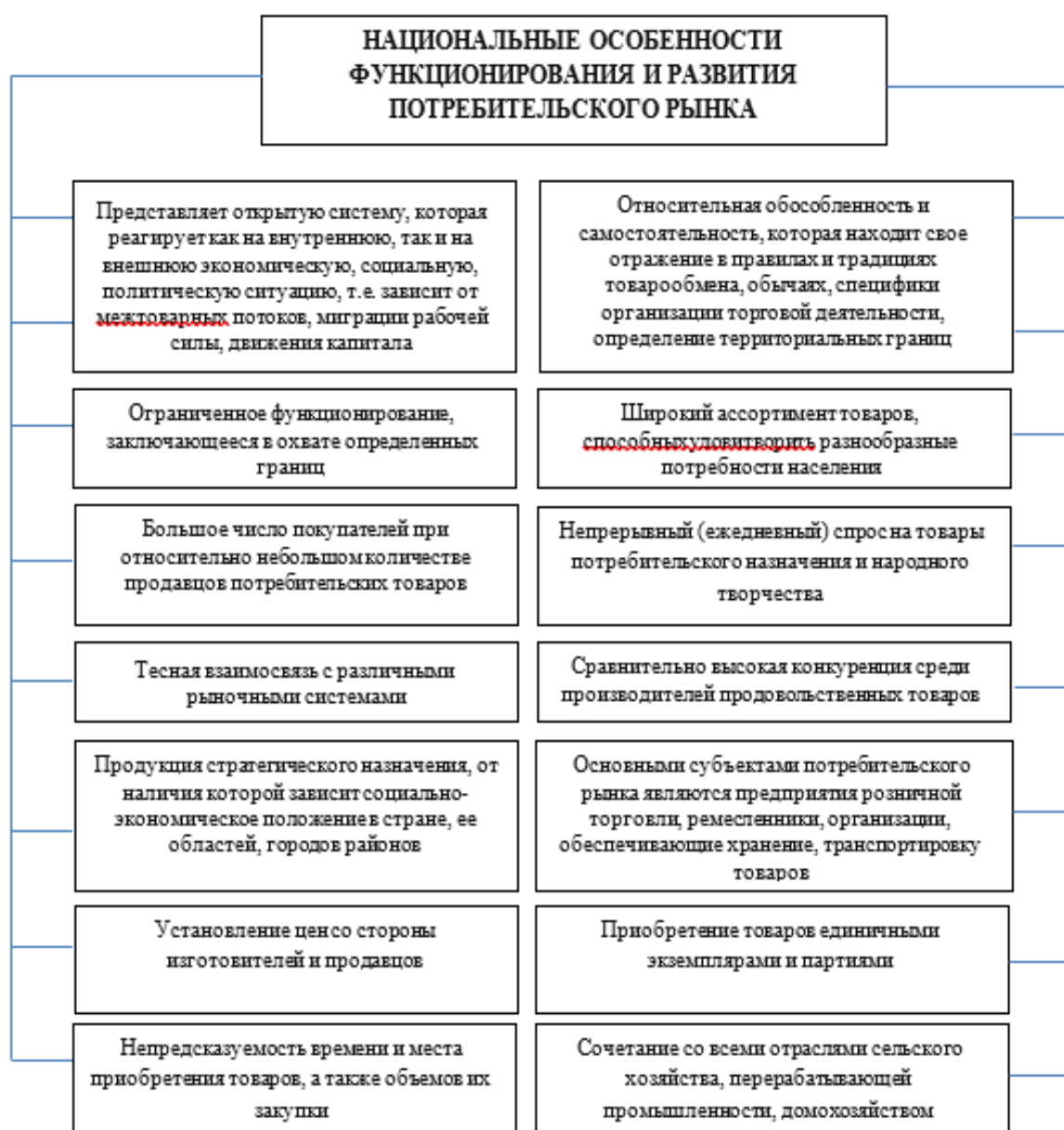


Рисунок 35 - Национальные особенности функционирования и развития потребительского рынка

«...Таким образом, на основе изучения опыта и теоретико-методических основ функционирования потребительского рынка, а также традиций и обычаев народа выявили, что ее следует рассматривать как сложной категории, который оказывает влияние на социально-экономическое положение страны и занимает ведущее место в процессе воспроизводства и удовлетворения растущих потребностей населения на продовольственные и непродовольственные, а также и потребительские услуги».

5.2. Прогноз параметров потребительского рынка

В рыночной экономике без прогноза нельзя достигнуть нужного уровня развития хозяйствующих субъектов, которые дали бы положительные результаты для предпринимателей разного уровня.

Основной целью прогнозирования коммерческих предприятий и организаций является выявление факторов, динамики развития на основе имеющихся данных рынка сбыта на будущую перспективу. Обычно прогнозирование можно рассматривать как краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные и сверхсрочные на 50-100 лет.

Нами написаны программы в пакете математической обработки данных, позволяющие эффективно исследовать математическую модель, соответствующую СМН. Одной из программ методом множественного корреляционно-регрессионного анализа рассчитали объем розничного товарооборота в Республике Таджикистан.

Показатели для прогноза уровня розничного товарооборота, характеризующие развитие потребительского рынка в Республике Таджикистан

Обозначение признака	Признак	Единицы измерения
Y	Объем розничного товарооборота	млн. тонн
X ₁	Количество население	тыс. чел.
X ₂	Импорт	млн. дол.
X ₄	Денежные расходы населения	млн. сомони
X ₅	Объем продукции промышленности	млн. сомони
X ₆	Объем продукция сельского хозяйства	млн. сомони

Для построения многомерной регрессионной модели результирующего признака, объема розничного товарооборота, отбирают факторы и составляют матрицу парных коэффициентов корреляции:

	Y	X₁	X₂	X₄	X₅	X₆
Y	1	0,97492	0,19974	0,98085	0,87976	0,99235
X₁	0,97492	1	0,054958	0,99391	0,91544	0,98493
X₂	0,19974	0,054958	1	0,11385	-0,19802	0,11204
X₄	0,98085	0,99391	0,11385	1	0,89887	0,98679
X₅	0,87976	0,91544	-0,19802	0,89887	1	0,9266
X₆	0,99235	0,98493	0,11204	0,98679	0,9266	1

Следует отметить, что оценивая полученные результаты выдвигается гипотеза о том, что $T_{\text{набл}}=23,519$. $t_{\text{крит.дв.}}(0,01;2)=9,92$. Тогда, $T_{\text{набл}} > t_{\text{крит.}}(0,01;2)$, и $R_B=0,9982$ Связь является тесной. Так как $D=(R_B^2)*100\%=(0,9982)^2*100\%=99,6403\%$, поэтому вариация объема розничного товарооборота в среднем на 99,6403% происходит за счёт вариации факторных признаков, (количество населения, импорт, денежные расходы населения, продукции промышленности, продукции сельского хозяйства).

Разработанная экономико-математическая модель имеет такой вид:

$$Y = -2,112E004 + 0,99 * X_1 + 0,05676 * X_2 - 0,08203 * X_4 - 0,3137 * X_5 + 1,638 * X_6$$

$$\text{Находим } F_{\text{набл}} = 110,62, F_{\text{крит}}(0,01;5;2) = 99,3.$$

Так как $F_{\text{набл}} > F_{\text{крит}}(0,01;5;2)$, нулевую гипотезу отвергаем, поэтому модель значима.

Кроме того, определяем ранг влияния признаков:

Ранг влияния	Признак
1	Продукция сельского хозяйства
2	Количество население
3	Продукция промышленности
4	Денежные расходы населения
5	Импорт

Согласно уравнению, которое получено методом множественного корреляционно-регрессионного анализа рассчитывала прогнозный объем

розничного товарооборота в Республике Таджикистан на период до 2030г. Полученные данные за некоторые годы приводится в таблице 5.1.

Таблица 5.1

Годы	Расчётный объем розничного товарооборота в Республике Таджикистан по модулю, млн. сомони	Фактический объем розничного товарооборота в Республике Таджикистан, млн. сомони	Отклонение (+,-)
2016	21579	21588,6	+9,6
2018	24623	24646,9	+23,9
2020	27018	27024,8	-6,8
2021	29524	-	-
2025	33629	-	-
2030	36889	-	-

Анализ таблицы 5.1 показывает, что за 2016-2020 годы расчетный и фактический объемы розничного товарооборота в Республике Таджикистан очень близки, это говорит о достоверности расчетов.

Объем розничного товарооборота в Республике Таджикистан на период до 2030г. согласно таблице 5.1 имеет линейный характер, что свидетельствует об уровне менеджмента хозяйствующего субъекта обеспечивающее ему благоприятную среду на рынке сбыта. Расчетные данные за эти годы фактическими данными имеет положительные тенденции.

Полученные прогнозные значения показывают, что объем розничного товарооборота в Республике Таджикистан в 2021, 2025 и 2030 годы соответственно составляют 29524, 33629 и 36889 млн. сомони. Среднегодовой темп роста данного показателя составляет 6,65 %.

Кроме того, используя методические основы физико-экономического моделирования, разрабатываем ЭВМ, используем потребительский рынок. Для этого используем в качестве исходных данные факторы изменения индексов динамики основных индикаторов социально-экономического развития в

Республике Таджикистан за 2010-2020 годы. В таблице 5.2 приведена динамика индексов основных социально-экономических показателей Республики Таджикистан за 2010-2020 годы.

Таблица 5.2

Динамика индекса основных социально-экономических показателей
Республики Таджикистан за 2010-2020гг.

№	Показатели	Годы										
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
X ₁	Численность населения (на конец года)	102,4	104,8	102,4	102,2	102,3	102,4	102,2	102,2	102,2	102,1	102,0
X ₂	Среднегодовая численность занятых в экономике	100,6	100,7	101,9	100,7	98,10	102,4	100,2	100,9	100,8	101,5	100,1
X ₃	Денежные доходы населения	121,0	122,0	124,0	111,0	108,0	123,0	118,0	110,0	117,0	114,0	113,7
X ₄	Денежные расходы населения	125,0	117,0	136,0	121,0	123,0	104,0	104,0	110,0	115,0	114,0	113,0
X ₅	Среднемесячная начисленная заработная плата	125,0	125,0	126,0	125,0	117,0	108,0	109,0	119,0	108,0	108,0	108,8
У ₁	Валовой национальный продукт	123,2	118,5	120,9	111,8	111,8	107,1	114,1	112,2	109,6	111,9	108,6
X ₆	Индекс промышленного производства	109,2	105,7	110,8	103,8	105,0	116,0	121,3	110,6	113,2	114,3	115,0
X ₇	Продукция сельского хозяйства	106,8	105,7	109,9	107,6	104,1	103,1	105,2	103,9	107,2	106,8	107,6
X ₈	Инвестиции в основной капитал	119,7	106,8	91,02	127,7	129,3	130,1	114,7	117,5	93,69	101,7	100,6
X ₉	Ввод в действие общей площади жилых домов	123,1	88,24	104,6	111,2	106,4	112,5	96,60	99,76	125,6	119,0	121,6
X ₁₀	Грузооборот транспорта общего пользования	104,2	103,9	111,0	105,6	103,1	100,0	113,0	100,0	95,31	101,5	102,1
У ₂	Оборот розничной торговли	107,5	109,1	115,9	118,8	116,1	105,6	106,3	107,4	111,9	112,0	113,4

X ₁₁	Платные услуги населению	113,2	118,6	111,5	108,6	101,0	92,36	99,54	102,3	107,0	101,3	103,2
X ₁₂	Прибыль в экономике	118,0	127,2	108,2	129,9	117,5	114,9	111,4	126,1	97,48	103,8	105,1
X ₁₃	Внешнеторговый оборот	107,6	115,9	115,1	103,4	105,7	82,02	101,1	106,3	107,1	105,9	104,3
X ₁₄	Экспорт потребительских товаров	94,7	80,58	146,8	96,84	67,83	97,16	144,7	132,9	106,2	111,3	113,5
У ₃	Импорт потребительских товаров	134,0	152,9	112,7	102,4	76,69	113,8	107,5	117,5	109,1	113,5	107,9
X ₁₅	Экспорт производственно-технического назначения	116,4	118,7	51,52	495,1	115,8	16,51	106,7	118,5	193,4	132,4	121,7
У ₄	Импорт производственно-технического назначения	93,02	96,46	68,4	101,4	101,3	106,2	104,5	107,4	122,3	111,4	108,9

Источник: составлено автором на основе статистических данных

Для разработки экономико-математической модели использована многофакторная корреляционно - регрессионная динамическая модель по стандартной программе, результаты расчетов ЭВМ функционирования потребительского рынка Республики Таджикистан приведены в таблице 5.3.

Таблица 5.3

Показатели	Вид уравнения	Коэффициент детерминации (R_B^2)
Валовой внутренний продукт	$Y_1 = 93,17 + 0,005857 \cdot X_1 + 0,07342 \cdot X_2 + 0,005744 \cdot X_3 + 0,04941 \cdot X_4$	0,97544
Оборот розничной торговли	$Y_2 = -185,4 + 1,626 \cdot X_1 + 1,038 \cdot X_3$	0,8623
Ввоз потребительских товаров	$Y_3 = 99,25 + 1,146 \cdot t$	0,86839
Ввоз продукции производственно-технического назначения	$Y_4 = 114,1 + 1,185 \cdot t$	0,79281

$$F_{\text{набл}} = 110,62; F_{\text{крит}}(0,01; 5; 2) = 99,3. \quad F_{\text{набл.}} > F_{\text{кр}}$$

В приведенных уравнениях таблицы 5.3 использованы следующие обозначения: Y - результативные переменные; X_i – факторные переменные, их подстрочные знаки соответствуют нумерации показателей в табл.5.3; R_B^2 – коэффициент детерминации; t – период.

Установленные параметры моделей позволяют сделать выводы о степени влияния различных факторов на динамику социально-экономического развития Республики Таджикистан и межрегиональных торговых связей. Динамика ВВП характеризующего развития экономики Таджикистана в целом, на 97,5% определяется однонаправленным изменением денежных доходов населения, объема оказанных населению республики платных услуг, вывоза из республики потребительских товаров и ввоза продукции производственно-технического назначения.

Например, в приросте доходов населения на 1% сопровождается увеличением ВВП на 1,2%, а в объеме оказанных населению республики платных услуг на 1,3%, ввоз продукции производственно-технического назначения приводит к уменьшению ВВП на 8,3%. Таким образом, экономико-математическая модель динамики потребительского рынка может быть использована для прогноза формирования параметров социально-экономического развития в республике.

На основе динамики тенденции изменения индексов основных социально-экономических показателей Республики Таджикистан за 2010-2020 годы можно прогнозировать расчеты некоторых основных экономических показателей согласно нижеприведённых таблиц.

1. Расчет ВВП - Y_1

№	Показатели	Годы										
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
X_1	Денежные доходы населения	121,0	122,0	124,0	111,0	108,0	123,0	118,0	110,0	117,0	114,0	113,7
X_2	Продукция сельского хозяйства	106,8	105,7	109,9	107,6	104,1	103,1	105,2	103,9	107,2	106,8	107,6
X_3	Индекс промышленного производства	109,2	105,7	110,8	103,8	105,0	116,0	121,3	110,6	113,2	114,3	115,0

X ₄	Инвестиции в основной капитал	119,7	106,8	91,02	127,7	129,3	130,1	114,7	117,5	93,69	101,7	100,6
X ₅	Платные услуги населению	113,2	118,6	111,5	108,6	101,0	92,36	99,54	102,3	107,0	101,3	103,2
X ₆	Экспорт потребительских товаров	94,7	80,58	146,8	96,84	67,83	97,16	144,7	132,9	106,2	111,3	113,5

2. Оборот розничной торговли - У₂

№	Показатели	Годы										
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
X ₇	Среднемесячная начисленная заработная плата	125,0	125,0	126,0	125,0	117,0	108,0	109,0	119,0	108,0	108,0	108,8
X ₅	Платные услуги населению	113,2	118,6	111,5	108,6	101,0	92,36	99,54	102,3	107,0	101,3	103,2
.....												
X ₈	Внешнеторговый оборот	107,6	115,9	115,1	103,4	105,7	82,02	101,1	106,3	107,1	105,9	104,3

3. Экспорт потребительских товаров - У₃

№	Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
X ₂	Продукция сельского хозяйства	106,8	105,7	109,9	107,6	104,1	103,1	105,2	103,9	107,2	106,8	107,6
X ₄	Инвестиции в основной капитал	119,7	106,8	91,02	127,7	129,3	130,1	114,7	117,5	93,69	101,7	100,6
X ₉	Оборот розничной торговли	107,5	109,1	115,9	118,8	116,1	105,6	106,3	107,4	111,9	112,0	113,4

3. Импорт потребительских товаров - У₄

№	Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
X ₁	Денежные доходы населения	121,0	122,0	124,0	111,0	108,0	123,0	118,0	110,0	117,0	114,0	113,7
X ₂	Продукция сельского хозяйства	106,8	105,7	109,9	107,6	104,1	103,1	105,2	103,9	107,2	106,8	107,6
X ₁₀	Грузооборот транспорта общего пользования	104,2	103,9	111,0	105,6	103,1	100,0	113,0	100,0	95,31	101,5	102,1

4. Ввоз продукции производственно – технического назначения - $У_5$

№	Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
X ₁	Численность населения (на конец года)	102,4	104,8	102,4	102,2	102,3	102,4	102,2	102,2	102,2	102,1	102,0
X ₁₁	Денежные расходы населения	125,0	117,0	136,0	121,0	123,0	104,0	104,0	110,0	115,0	114,0	113,0
X ₇	Среднемесячная начисленная заработная плата	125,0	125,0	126,0	125,0	117,0	108,0	109,0	119,0	108,0	108,0	108,8
X ₆	Экспорт потребительских товаров	94,7	80,58	146,8	96,84	67,83	97,16	144,7	132,9	106,2	111,3	113,5

Например, нами на основе показателей пункта 3 прогнозирован экспорт потребительских товаров, который показан на рисунке 36.

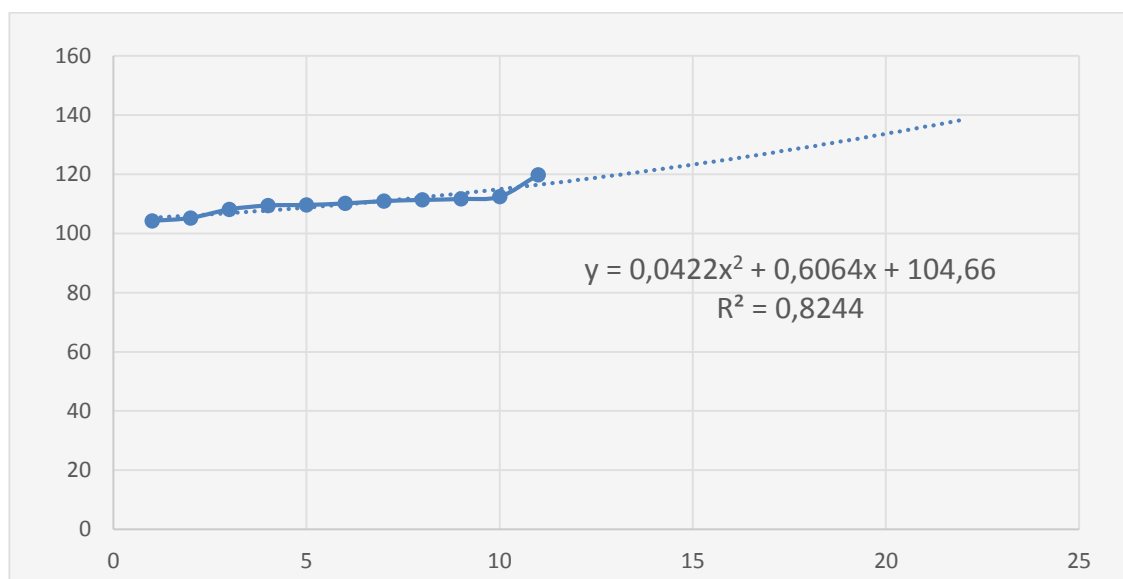


Рисунок 36 - Расчет экспорта потребительских товаров в зависимости от времени (точки- фактические данные, сплошная линия расчета).

Как видно из рисунка 36 экспорт потребительских товаров с 2010 по 2020 годы фактические и расчетные данные совпадают и с помощью уравнения, которые приведены на рисунке можно прогнозировать.

Таким образом, можно использовать табличные данные и прогнозировать для других показателей.

5.3 Основные направления инновационного развития потребительского рынка Республики Таджикистан

Механизмы по сбалансированному рынку потребителей особое внимание уделяется балансу спроса и предложения, с учетом непосредственного и косвенного влияния на активность количества поступающего предложения по обеспечению нужного объема, или, иными словами, поступающих предложений на рынке.

Следует отметить, что здесь затронуто государственное регулирование по созданию и дальнейшему развитию потребительской системы сбыта, а также процессы, связанные со свободным передвижением экспорта и импорта товаров.

Одним из примитивных трактований потребительского рынка выступают его характерные данные, как: «комплекс отраслей и видов бизнес процессов, выпуск разнообразных товаров и услуг, которые служат для удовлетворения потребностей потенциальных клиентов. В свою очередь данные процессы связаны непосредственно с формированием определенных условий для достижения экономико-социального прогресса граждан и государства в целом, тем самым обеспечивая рост трудового потенциала, решая задачи по обеспечению нормального уровня жизни населения»⁹⁴.

Потребительский рынок можно рассматривать следующим образом:

- Выпуск производственных и непроизводственных товаров;
- Спрос и предложение на услуги для определенного слоя населения страны.

Исследуя указания и рекомендации комиссии Организации Объединенных наций, в которых содержится Международный стандарт отраслевых классификаторов «МСОК» всех бизнес-процессов, предлагается

⁹⁴ Макекадырова А.С., Тарханов А.В. Потребительский комплекс национальной экономики. – М.: Изд-во Рос. экон. акад., 1999. – С.12; Национальная экономика России: потенциалы, комплексы, экономическая безопасность / В.И. Волков и др. Под общ. ред. В.И. Лисов. - М.: ОАО «НПО «Экономика», 2000. – С.238.

широкий спектр отраслей потребительского комплекса национальной экономики.

Типология отраслей потребительского рынка определяет бизнес-процессам централизованный подход, которое имеет как теоретическое, так и методико-практическое значение в целом.

Необходимо заметить, что задачи нашего исследования рассматривают выявления между определенными отраслями таких, где по своему характеру призваны возместить материально-финансовые, духовно-культурные, социально-нравственные нужды населения в виде товаров и услуг, а также повышения ценности этих благ, синхронно придавая им свойства потребительского спроса и предложения. В данной ситуации значимый интерес представляет взаимосвязанные отрасли потребительского рынка, которые можно охарактеризовать следующим образом:

Производственные - тяжелая, легкая и пищевая промышленность, сельскохозяйственная отрасль;

Отрасли сферы услуг – торговля, бытовое обслуживание, общепит и т.д.

При этом следует понять некоторые методологические аспекты, где в производственную составляющую необходимо включить товары первой необходимости, что в свою очередь имеет особую значимость, так как товары подсобного хозяйства граждан напрямую удовлетворяют спрос населения, с другой стороны, наполняет рынок потребительских товаров.

Другой аспект, где нами не рассматриваются услуги, которые имеют спрос у населения социального, культурного и интеллектуального характера, что в свою очередь создаются государством условия для цивилизованного общества повышая их морально-нравственные качества. К ним можно отнести – образование, культуру, искусство, медицинские услуги, туризм, спорт на бесплатной основе.

Характер управления потребительского рынка устанавливается самим рынком. Исходя из этого, потребительский рынок постоянно зависит от волатильности рыночных факторов, платежеспособности граждан, так как все хозяйствующие субъекты работают исключительно на удовлетворение нужд потребителей их продукции.

Изначально определится с родом деятельности хозяйствующих субъектов на рынке сбыта также было сложно, так как с переходом с плановой экономики на рыночную, появились новые формы собственности, а также их направленности.

Хотелось бы отметить, что по всей республике удельный вес госпредприятий в ключевых сферах экономики потребительского рынка за последнее время уменьшается. В промышленности за 2011-2020 годы число предприятий возросло на 35,71%, а в сельском хозяйстве возросло на 11,54%, в торговле 2,41 раза⁹⁵, виден подъем сельхоз продукции приусадебных участках и дехканских хозяйствах.

По поводу частного сектора следует отметить, что в общем объеме розничного товарооборота, увеличилось с 68,0% в 1991 г. до 98,0% в 2020г. по Республике Таджикистан.

Вопрос, связанный со сферой услуг в 2020 году относительно частной собственности выглядит следующим образом, его удельный вес составил 83,91%, включая и бытовые услуги - 99,15%⁹⁶ и т.д.

Соответственно эти действия имеют кардинальные отличия в системе функционирования хозяйствующих субъектов. Взамен базовых устоев комплексных мер, которые обеспечивают допустимые доли на потребительском рынке, хозяйствующим субъектам необходимо самим

⁹⁵ Таджикистан: 30 лет государственной независимости. Статический сборник. Статистический ежегодник Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- 702с.

⁹⁶Таджикистан: 30 лет государственной независимости. Статический сборник. Статистический ежегодник Республики Таджикистан. Душанбе, 2021. - С.638.

выстраивать свою функциональную стратегию, где регулирование системой деятельности переходит, по существу, на макроуровень.

Основной цепочкой в деле регулирования рынка сбыта с учетом интересов поставщиков продукции, на первый план выходят базовые сегменты потребительского рынка и его функциональные действия с позиции плотной конкуренции, выявляя уровень восприимчивости рынка к спросу и предложению, а также прогноз воспроизводительной составляющей предприятий на перспективу.

Несмотря на это, характер потребительского рынка, с учетом создания баланса интересов предполагается как прямое, так и косвенное регулирование со стороны государства. В данном случае, нами рассматривается методологическая позиция, которая на протяжении многих лет, несмотря на сложные периоды, при которых останавливалось производство и предоставление услуг, спрос со стороны потребителей всегда сохранялся. В данных условиях рыночные инструменты не работают в полную силу, что в свою очередь необходимо государственное содействие для того, чтобы обеспечить минимальное обеспечение спроса населения на востребованные товары и услуги.

В процессе трансформации рыночных преобразований в Таджикистане потребность госрегулирования на рынок преобладает, но это не означает, как было замечено ранее, что государство не имеет права вносить коррективы даже в условиях позитивного развития граждан в процессы социального и экономического характера.

С учетом появляющихся проблем и их решением, страны с развитой экономикой проводят точечную экономическую поддержку. Объем трат развитых стран на выработку сельскохозяйственной продукции выглядит следующим образом, так в Соединенных Штатах Америки до двадцати

процентов, Канаде и странах ЕС от сорока до пятидесяти процентов, а в Японии до семидесяти процентов соответственно.

В период развала Советского Союза потребительский рынок в Республике Таджикистан практически не функционировал, так же, как и в других союзных странах СНГ.

Однако в последние годы произошли существенные изменения в общем объеме продукции промышленности, которые указаны в таблице 5.4.

Таблица 5.4

Тенденции изменения индексов общего объема продукции промышленности в Республике Таджикистан за 2010-2020 гг.⁹⁷ (в процентах к предыдущему году)

Отрасли	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Вся промышленность	105,7	110,8	103,8	105,0	111,3	116,0	121,3	110,6	113,2	111,9
в том числе:										
добывающая	134,3	121,2	143,1	124,5	117,9	153,3	121,7	103,5	112,6	88,8
обрабатывающая	103,3	110,2	99,0	100,9	110,1	112,5	122,9	114,8	115,3	119,4
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	100,5	106,4	105,6	106,8	111,5	103,7	116,7	107,5	105,6	110,2

Источник: составлено на основе данных - Таджикистан: 30 лет государственной независимости. Статический сборник. Статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- с.394-429.

Согласно таблице 5.4 наблюдается подъем индекса промышленных товаров с 105,7 % в 2010 году, до 111,9% в 2020 году. При этом соответственно в добывающей, обрабатывающей, производстве и распределении электроэнергии, газа и воды 134,3 и 88,8; 103,3 и 119,4; а также 100,5 и 110,2 %.

При проведении анализа важным считаем изучение тенденции изменения структуры отраслей промышленности в Республике Таджикистан. Полученные результаты приведены в таблице 5.5.

⁹⁷ Таджикистан: 30 лет государственной независимости статической сборник. Статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- с.394-429.

Тенденция изменения структуры отраслей промышленности в Республике
Таджикистан за 2010-2020 годы⁹⁸ в %

Отрасли	Годы									
	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Промышленность, всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Добывающая промышленность	9,8	12,9	11,2	13,3	13,5	19,9	22,6	19,6	17,5	13,9
Обрабатывающая промышленность, в том числе:	70,7	68,8	69,5	66,1	65,6	62,1	58,8	56,6	57,7	61,7
производство пищевых продуктов, включая напитки и табака	32,2	34,9	36,1	31,0	28,5	24,4	21,5	20,6	19,5	22,9
текстильное и швейное производство	16,4	16,2	13,7	12,5	10,6	10,1	11,8	10,8	9,5	9,3
производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	0,1	0,2	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3
прочие отрасли промышленности	0,1	0,2	0,2	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,4	0,5
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	19,5	18,3	19,3	20,6	20,9	18,0	18,6	23,8	29,0	24,4

Источник: составлено на основе данных статического сборника/Таджикистан: 30 лет государственной независимости, статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- с.497-500.

Согласно таблице 5.5 за указанный период произошли изменения в структуре отраслей промышленности в Республике Таджикистан. Если доля добывающей промышленности в 2010 г. составляла 9,8%, то в 2020 году возросла до 24,2%, обрабатывающая промышленность уменьшилась от 70,7% до 46,8%.

⁹⁸ Статической сборник/Таджикистан: 30 лет государственной независимости. Статистический ежегодник Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- с.497-500.

Для оценки результатов потребительского рынка особое место отводится динамике производства пищевых продуктов, включая напитки и табак в Республике Таджикистан. Результаты анализа представлены в таблице 5.6.

Таблица 5.6

Динамика производства пищевых продуктов, включая напитки и табак в Республике Таджикистан за 2010-2020 годы⁹⁹

Наименование	Годы									2020г. к 2010г., в %
	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Мясо (включая субпродукты 1 категории), тыс. тонн	27,1	27,4	36,9	40,7	45,5	47,2	59,0	65,1	69,5	256,45
Говядина и телятина, тыс. тонн	22,7	24,2	32,4	35,1	42,3	45,4	55,2	58,3	58,5	257,70
Баранина, тыс. тонн	4,1	3,2	4,4	5,1	2,7	1,6	1,7	0,3	1,2	29,3
Мясо птицы, тыс. тонн	0,1	0,0	0,1	0,5	0,5	0,2	2,1	6,5	10,3	103 раза
Колбасные изделия, тонн	998	2083	3220	4116	4947	4942	4629	5039	7057	7,05 раза
животное масло, тонн	20,9	25,6	93,6	138,2	204,9	212,0	153,6	175,0	106,6	5,1 раза
Цель молочная продукция в пересчете на молоко, тыс. тонн	4,1	5,8	8,2	14,5	14,0	14,4	14,6	15,2	15,4	3,75 раза
Сыры и брынза жирные, тонн	17	100	120	181	191	224	256	224	226	13,29 раза
Растительное масло, тыс. тонн	14,1	14,1	13,0	10,0	10,1	12,7	16,3	21,6	23,9	169,5
Консервы, млн. условных банок	51,0	69,9	31,4	16,1	22,1	22,7	23,6	27,1	62,4	122,35
Сухие фрукты, тонн	2329	1808	2135	1328	1792	1948	2929	3707	5303	159,30
Кондитерские изделия, тыс. тонн	3,9	6,3	10,7	14,5	15,7	19,1	13,9	15,3	17,4	2,27 раза

⁹⁹ Статический сборник: Таджикистан: 30 лет государственной независимости. Статистический ежегодник Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- с.497-500.

Макаронные изделия, тыс. тонн	2,5	4,0	6,9	5,9	4,3	4,6	4,4	3,4	6,0	2,4 раза
Безалкогольные напитки, тыс. дал.	3477	5986	6576	6634	6727	7087	11198	12683	12358	3,55 раза
Минеральная вода, тыс. дал.	1002	1318	1486	1364	1345	1520	1533	1664	1232	166,06
Водка и ликёроводочные изделия, тыс. дал.	53	63	62	59	51	56	52	53,8	57,4	122,95
Вино виноградное, тыс. дал.	21,5	16,4	16,0	9,1	10,7	10,9	13,1	10,1	16,4	76,28
Шампанское, тыс. дал.	0,7	0,1	0,1	0,07	0,11	0,10	0,4	0,2	0,1	14,28
Коньяк, тыс. дал.	2,2	2,6	1,8	1,1	1,2	1,9	2,0	2,0	1,1	50,0
Пиво, тыс. дал.	111,4	108,9	109,5	105,5	104,2	97,9	94,2	81,4	61,6	55,29
Папиросы и сигареты, млн. штук	921	305	482	306	432	574	766	292	331	35,93

Источник: составлено на основе статического сборника «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- с.497-500.

Согласно данным таблицы 5.6 в целом наблюдается рост объема производства пищевых продуктов за 2010-2020 годы. При этом только объем производства следующих продуктов уменьшился на: мясо баранина - 93%, консервы – 46,87%, вино виноградное 53,03%, шампанское -71,43%, коньяк - 9%, пиво -27%, папиросы и сигареты - 68,3%.

Другим важным компонентом, влияющим на состояние потребительского рынка, является изменение объема производства текстильной, швейной продукции и обуви в Республике Таджикистан (табл.5.7).

Таблица 5.7

Тенденции изменения производства текстильной и швейной продукции и обуви
в Республике Таджикистан за 2010-2020 годы¹⁰⁰

	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020г. к 2010г., в %
Ткани – всего, млн. м ²	26,7	19,8	19,8	9,2	2,9	4,3	8,7	9,3	9,6	35,95
Хлопчатобумажн ые ткани	25,6	18,1	18,2	8,4	2,5	3,3	7,5	9,3	7,4	28,90
Шелковые ткани	0,07	0,07	0,0	0,0	0,0	0,01	0,02	0,02	0,02	28,57
Нетканые материалы типа тканей	1,0	1,6	1,6	0,8	0,4	0,5	1,2	2,2	2,2	220
Чулочно – носочные изделия, млн. пар	5,7	1,0	1,7	1,7	2,8	3,8	5,7	4,1	7,8	136,84
Трикотажные изделия, млн. штук	-	0,03	0,02	0,3	0,4	0,1	0,1	0,1	0,2	200 раза
Ковры и ковровые изделия, млн. м ²	0,6	1,4	1,8	1,2	1,7	2,8	3,4	3,9	2,7	4,5 раза
Обувь, млн. пар	0,03	0,09	0,1	0,08	0,09	0,1	0,1	0,9	1,0	33 раза
Резиновая обувь, млн. пар	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,7	0,7	0,8	0,8	2 раза
Хлопок–волокно, тыс. тонн, в том числе:	95,0	112,0	105,0	98,4	85,0	112,0	98	102, 7	101, 6	106,94
Хлопковые семена, тыс. тонн	162,0	181,0	168,3	158,0	133,2	180,0	151	156	156	96,29

Источник: составлено на основе статического сборника «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- с.497-500.

Из таблицы 5.7 видно, что за рассматриваемый период соответственно объем производства ткани: хлопчатобумажных тканей, шелковых тканей,

¹⁰⁰ Таджикистан: 30 лет государственной независимости статической сборник. Статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- с.497-500.

чулочно-носочные изделия, хлопковые семена, уменьшились соответственно на 65,17; 63,67; 71,43; 3,71%, а по другим товарам наблюдается рост их объема.

В целом после 2000 г. с учетом позитивной общественно-политической и социально-экономической ситуацией в Таджикистане наблюдаются положительный рост уровня ПР.

Важно заметить, что на ПР в Республике Таджикистане особое место отведено продукции сельского хозяйства, которое предоставляется всеми формами собственности от государственных до частных предприятий, и обусловлено это тем, что:

- основная масса населения живет именно в сельской местности, где производят и перерабатывают сельскохозяйственную продукцию;
- сельскохозяйственная продукция на потребительском рынке в структуре ВВП Таджикистана всегда занимала основное место относительно других товаров;
- в самой структуре потребительского рынка продовольственные товары сельского хозяйства занимают основное место.

Характерные особенности потребительского рынка в Республике Таджикистан обусловлены изучением подходов регулирования сельскохозяйственного производства, как одного из основного фактора, выявляющего на рынке спроса и предложения.

На данный момент частные дехканские хозяйства выпускают сельскохозяйственную продукцию в объеме 64,5% в целом, животноводства - 91,8%, а также растениеводства на 61,1% соответственно. Благодаря адресным подходам экономических реформ относительно сельского хозяйства дали положительную динамику роста и жизнеспособности данной отрасли в обеспечении страны продовольственной независимости.

Согласно нашему исследованию, Республика Таджикистан за счет собственных возможностей обеспечена зерном более чем на 65%. Однако, существующее положение дел также имеет ряд проблем, которое не позволяет дальнейшему развитию сельского хозяйства в нашей стране. Одна из таких проблем связана с ходом регистрации частников на право обладания земельными угодьями. Другая причина таких проблем в развитии сельского хозяйства связана с большим количеством налогов.

Отсутствие должных механизмов, а также нецелесообразное использование земельных угодий за прошедший период привели экологическую ситуацию к отрицательным показателям в регионах. Необходимо отметить, что заражение всевозможными пестицидами и некачественными удобрениями значительно уменьшилось, но спад дренажной системы подвел к росту уровня грунтовых вод и засолению соответственно. Остаточные явления дренажной системы становятся причиной засоления рек в регионах, что в свою очередь влияет на их экологию. Почва подвергается эрозии, что само по себе является серьезной проблемой на будущее ее использование. Большинство дехканских хозяйств, в связи с отсутствием земель, стали активно использовать пастбищные угодья, где процесс эрозии почвы дал о себе знать, в процессе чего служит причина селевых потоков, последствия которого ведут к гибели земли для дальнейшего ее использования.

Исходя из вышеперечисленного, по нашему мнению, участие государства в регулировании аграрного сектора необходимо сохранить для развития данной отрасли.

На сегодняшний день, согласно официальным данным Республики Таджикистан в области сельского хозяйства: «... в республике за 2011-2020 годы объем сельскохозяйственной продукции в стране увеличился на 43,29%»

¹⁰¹. Это в свою очередь связано с результативной работой частного сектора и участия государства предоставляемых мотиваций.

В свою очередь следует отметить, с учетом низкого уровня механизации труда, а также занятости населения в сельской местности, имеются проблемы в приобретении соответствующей техники для обработки земель, что влияет на общую продуктивность дехканских хозяйств как таковой. Исходя из этого, по нашему мнению, необходимо создавать условия для образования новых дехканских хозяйств на освоение горных и предгорных земель, не затрагивая крупные предприятия аграрного сектора, у которых процесс производства уже налажен. Для этих целей необходимо адаптировать налоговую и финансово-кредитную систему, чтобы поддержать частный сектор осваивающих горные и предгорные угодья, а также тех, кто занимается восстановлением засоленных и подверженных эрозией земель для покупки мелиоративных средств и другой необходимой техники.

Главным направлением регулирования функционирования процессов аграрного хозяйства, по нашему мнению, является рациональное применение налогообложения со стороны налоговых органов. Упрощенная система сама по себе является хорошей поддержкой со стороны государства, как и в большинстве стран мира, но вместе с тем, в условиях нашей страны Республики Таджикистан, огромная часть территории находится в зоне катастрофического земледелия, где налоговые механизмы не мотивируют высокопроизводительную деятельность дехканских хозяйств в процессе поддержания и восстановления жизнеспособности земельных угодий. В свою очередь, в период засухи и наводнений или других непредвиденных обстоятельствах местные аграрии при обязательной уплате налогов не будут иметь финансовых возможностей осуществлять даже простое воспроизводство.

¹⁰¹ Источник: составлено на основе данных Таджикистан: 30 лет государственной независимости статической сборник. Статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- 702с.

Выходом из данной ситуации, по нашему мнению, может быть внедрение дифференцированной системы страхования аграрного сектора, которое должно быть обязательным для тех, кто находится в зоне рискованного земледелия, а для тех кто, занимается растениеводством, такой подход должен действовать с продолжительностью более 3 лет.

Преобразования в сфере дехканских хозяйств решило множество социальных и экономических проблем в Республике Таджикистан, в связи с чем, была практически решена проблема зерновой безопасности, задача которой была озвучена в НСР Республики Таджикистан на предстоящие годы. Вследствие проводимых земельных преобразований было решено ряд значимых проблем в области занятости населения, где на 75 тысяч га, распределенных земель и на двести тысячи богарных земель, которые были сданы в аренду частным лицам, было трудоустроено более ста тысяч граждан страны.

Все эти реформы в аграрном секторе сподвигли значительный рост объема потребительского рынка Республики Таджикистан вследствие положительной динамики сырьевой обеспеченности легкой промышленности (текстильной продукции), а также сферы переработки пищевых продуктов питания.

В то же время, следует отметить, что, несмотря на положительную динамику роста в области сельского хозяйства, также наблюдаются некоторые трудности.

Факторы, которые замедляют рост сельскохозяйственного процесса, по нашему мнению, являются следующими:

- использование семян, не соответствующих к применению или не качественные;
- низкий уровень борьбы против сельскохозяйственных вредителей;

- несвоевременная уборка урожая из-за отсутствия должной техники и топлива.

Государственная поддержка позволила решить задачи продовольственной безопасности и их доступности, прежде всего населению проживающих в сельской местности, которые благодаря своему труду обеспечили про независимость в стране.

В перспективе повышение роли аграрного сектора в решении продовольственных проблем ПР предполагает активное и адресное участие государства. Опыт развитых стран мира показывает, что без государственного участия достичь значимых результатов в аграрном секторе очень сложно. Один из таких примеров выглядит опыт США по госрегулированию аграрного сектора в течение XX века и Российской Федерации за последние годы указанного века (приложение 5).

Исследование показало необходимость процессов системного характера к регулированию со стороны государства, где все действия осуществляются одновременно в одной связке, конечная цель которого является заполнение рынка потребителей, а также повышение экспортного потенциала.

Исходя из этого, государственное регулирование должно иметь целевой характер, которое должно быть адаптированным, имело бы возможность быстро реагировать на сложившуюся ситуацию потребительского рынка и мнение граждан.

В исследовании роли домашних хозяйств, необходимо отметить лишь то, что они выступают полноправными субъектами экономики как институциональная единица, что в свою очередь является объектом системы государственного регулирования в современных условиях.

Следует отметить, что в условиях Республики Таджикистан требуемая статистика о производстве и потреблении товаров домашних хозяйствах

отсутствует, а мониторинг своевременно не проводится. Это требует решению вопроса об институционализации основ ведения домашних хозяйств в конкретно взятой стране отдельно. В связи с этим некоторые экономические показатели и понятия (совокупное потребление населением продуктов питания и совокупный доход домашнего хозяйства), должны рассчитаться на основе фактических данных.

Конечно же, в любом государстве «теневая экономика» имеет место быть, и такой учет объемов потребления будет не совсем достоверным, но в свою очередь это может стать началом к нормализации учета точных данных относительно домашних хозяйств в целом.

Развитие предпринимательства во всех его формах имеет особое значение для удовлетворения продуктами и услугами потребительский рынок.

Формирование предпринимательства в Республике Таджикистан возрождалось поэтапно. Первый этап формирования предпринимательства берет свое начало с конца восьмидесятых годов прошлого столетия, когда возрождалась первая система индивидуальной трудовой занятости и кооперационного движения, которые охватили, прежде всего, сферу потребительского рынка. В начале девяностых годов индивидуальная занятость насчитывала приблизительно восемь тысяч человек, где количество хозяйствующих субъектов малого предпринимательства было более 2500 единиц. С этого момента появились первые кооперативные предприятия, на сегодняшний день это прототип международной интеграции в сфере предпринимательской деятельности. Это дало начало институционализации экономической деятельности малых форм предпринимательской деятельности, совместных предприятий и индивидуального предпринимательства, которые на заре 90-х годов стало набирать обороты.

Важным фактором слабой конкурентоспособности малых форм предпринимательской деятельности являлось отсутствие конкретной программы государственного регулирования предпринимательской деятельности того периода. Вся система малого предпринимательства развивалась сама собой, которая не имела соответствующих нормативно-правовых составляющих. Процедура оформления хозяйствующих субъектов имела сложный и дорогостоящий процесс. Отсутствовала практически система экономической поддержки от государства, а доступ к банковским ресурсам был весьма неприемлем из-за дорогих кредитов и бюрократических проволочек.

В Республике Таджикистан за 2010-2020 годы в целом наблюдается рост количество действующих малых предприятий, среднесписочная численность работающих (без совместителей), выручка от реализованной продукции (работ, услуг) и фонд оплаты труда (включая совместителей). «В целом по стране соответственно число зарегистрированных дехканских хозяйств возросло на 2,82 раза, а площадь сельхозугодий и средний размер земельного участка уменьшились на 2,01% и 65,33%»¹⁰². Это в основном связано с созданием новых дехканских хозяйств на основе их разделения во всех регионах страны. «За указанный период наблюдается рост численности граждан, занятых индивидуальной трудовой деятельностью в целом по стране на 2,34 раза. При этом соответственно в бытовом обслуживании в торговле и общественном питании, а также в других видах деятельности доля численности уменьшилась на 2,6; 6,9 и 5, п. п»¹⁰³.

Основным фактором благоприятного функционирования хозяйствующих субъектов и повышения их роли в системе потребительского рынка является реформа налоговой и финансово-кредитной системы государства для лиц

¹⁰² Источник: Рассчитано автором на основе Таджикистан: 30 лет государственной независимости статической сборник. Статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- с.430-463.

¹⁰³ Там же.- С. 638-647.

занятым процессом удовлетворения спроса и предложения товарами и услугами на ПР.

Хотелось бы отметить вопросы, связанные с налогообложением, так как доходы предпринимателей зачастую превышают средний уровень заработной платы по республике. Действующая прогрессивная налоговая ставка подоходного налога, во-первых, может препятствовать деловой активности предпринимателя, а во-вторых, будет подталкивать предпринимателей на занижение показателей доходов при предоставлении налоговой декларации, тем самым скрывая свои реальные доходы.

На сегодняшний день в условиях недобросовестной конкуренции, как на внутренних, так и на внешних рынках сбыта, увеличивается уровень риска, в связи с чем, приобретает вопросы, связанные со страхованием предпринимательской деятельности. Она должна стать неотъемлемой составляющей стратегии формирования финансовой инфраструктуры потребительского комплекса.

Подводя итоги, характеристика регулирования ПР обуславливается особенностями деятельностью последнего в процессе активных рыночных взаимосвязей учитывая спрос граждан, так как в рыночных условиях деятельность хозяйствующих субъектов ориентирована полностью на нужды потребителей на рынке товаров и услуг.

Следует совершенствовать институционально основы, анализировать экономику домашних хозяйств, наладить учет производственной и бытовой деятельности в потребительском комплексе.

Поэтому в диссертации нами на основе вышеизложенного предложены приоритетные направления инновационного развития потребительского рынка Республики Таджикистан (рис.37).



Рисунок 37- Основные направления инновационного развития потребительского рынка

Экономические показатели Республики Таджикистан, в целом за 2010-2020 годы имеют положительный характер, однако, нынешнее состояние потребительского рынка не отвечает требованиям инновационного развития в стране и ее территории.

Перечень мер для реализации инновационной политики Республики Таджикистан определяется рядом взаимообусловленных, сдерживающих факторов и ограничений, которые связаны с фактической нехваткой квалификации, знаний, ресурсов, стимулов и возможностей для развития инновационного процесса в стране.

Следовательно, государственная политика в этой области предусматривает повышение квалификации кадров, расширение доступа к знаниям, привлечение дополнительных ресурсов, рост эффективности использования имеющихся ресурсов и усиление стимулов и возможностей для инновационного процесса на данном рынке при реализации Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

По результатам проведенного исследования нами сформулированы следующие выводы и предложения:

1. В диссертации потребительский рынок, рассматривается как структурообразующий элемент воспроизводственного процесса системы рыночных отношений, обеспечивающий движение товаров и услуг, согласно законам товарно-денежных отношений. Исходя из этого в работе с методологической позиции выявлено место и роль потребительского рынка с учетом исследования спроса, предложения, цены, взаимодействия производителей и потребителей товаров.

Функциональное назначение потребительского рынка предопределяет наличие организационно-экономических отношений, поэтому его следует рассматривать как возникающие и развивающиеся отношения системы при производстве, распределении, обмена и потребления товарами и услугами для удовлетворения нужд населения и экономики.

2. В диссертационном исследовании на основе изучения зарубежного и отечественного опыта, уточнены теоретико-методологические основы формирования и развития потребительского рынка, а также определены практические пути развития потребительского рынка в системе инновационной экономики в условиях развития рыночных отношений.

3. В новых условиях вопросы функционирования и развития потребительского рынка считаются основой реализации социальной политики государства. Поэтому в диссертации дана оценка современного состояния функционирования и развития потребительского рынка, установлены тенденции развития потребительского рынка и выявлены узкие места и факторы, влияющие на функционирование и развитие этого рынка в республике и ее регионах;

4. Изучены методические основы оценки конкурентоспособности потребительского рынка в условиях инновационной экономики. Основное внимание уделено оценке конкурентоспособности потребительского рынка с учетом влияния различных условий и факторов в условиях углубления рыночных отношений

5. Изучена социально-экономическая среда формирования и развития потребительского рынка в современных условиях развития экономики. Дана оценка современного состояния функционирования и развития потребительского рынка, установлены тенденции развития потребительского рынка и его основных параметров, проведен сравнительный анализ за 2010-2020 годы. По результатам проведенного анализа выявлены узкие места на потребительском рынке. Исследованы и выявлены факторы, влияющие на функционирование и развитие данного рынка в республике и ее регионах;

6. Выявлена роль малого предпринимательства, как важного фактора развития потребительского рынка в эффективном использовании его ресурсного потенциала, а также в создании новых рабочих мест и обеспечении экономического роста в условиях Таджикистана и ее территориальных преобразованиях. Однако за последние годы наблюдается сокращение малых предпринимательских структур и это связано с трансформацией отношений, формированием частных и коллективных предприятий, неразвитостью их инфраструктуры, несовершенством системы господдержки для обеспечения их конкурентоспособности.

Развитие предпринимательства в сфере производства потребтоваров и услуг предполагает разработку новой стратегии в рамках реализации «Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года» с учетом совершенствования налоговой и кредитной системы учета производства импортозамещающих товаров с высоким качеством, а также использования прогрессивной шкалы ставок подоходного налога, что

сдерживает деловую активность и создает условия для сокрытия своих получаемых доходов.

7. С возрастанием сложности народнохозяйственных и региональных проблем повышается значимость разработки и применения в практике методов физического моделирования экономических процессов. В настоящее время физическое моделирование экономических процессов не теряют своего значения, пока не завершилось создание рыночной инфраструктуры. Поэтому в диссертации развита методология и осуществлено физико-экономическое моделирование параметров потребительского рынка и усовершенствована экономическая структура предприятий на основе аналогии физических и экономических систем. Проведено моделирование движения товаров на основе аналогии физических и экономических систем в условиях потребительского рынка, изучены теплофизические законы и проведена кибернетическая интерпретация устойчивости системы управления экономическим объектом на этом рынке;

Дано авторское мнение согласно теории Дж. Тенненбаума нового направления науки как физико-экономического определения — это экономика о применении творческого разума человека на практике, как процесса преобразования вселенной посредством социально-экономической работы человека.

8. Опыт применения моделей физической экономики на потребительском рынке показывает, что ряд исследуемых процессов и явления имеют практически одинаковую математическую описанию. В этих случаях целесообразно выделить аналогию различных по своей природе экономических и социальных задач. Изучение аналогий, наряду с расширением кругозора, позволяет использовать достижения более продвинутых естественных наук для лучшего понимания идей и методов развития экономики, а в некоторых случаях

целенаправленное сопоставление задач физики и экономики способствуют находить требуемый результат, а также способы их решения.

9. В диссертации выявлено, что аналогии задач могут быть чисто формальными, имеют общности математические формулировки и именуются аналогии, базирующиеся на фундаментальные процессы, присущих как неживой природе, так и человеческому обществу, к которым относятся:

- термодинамические аналогии моделей рынка, в основе которых лежит процесс перераспределения, то есть перераспределения энергии и импульсов сталкивающихся молекул (физика), перераспределения товаров и денег между субъектами рынка (экономики);

- экономические процессы, в том числе сфера услуг на рынке путём физических законов;

- анализ сложных физических и экономических систем;

- физическая экономика: анализ экономической структуры общества и многое другое.

9. Предложенные физико-экономические модели позволяют с их помощью определить состояние производства выпускаемых товаров для потребительского рынка, их механические свойства, движение товаров на потребительском рынке и управление предприятий или фирмы, которые выпускают товары на этом рынке, имеет огромное значение для совершенствования системы организации управления потребительского рынка.

10. Осуществлено исследование системообразующих процессов на формирование и развитие потребительского рынка оценивая разработку и реализации совместных согласованных прогнозов, проектов, программ социально-экономического развития. При этом в работе на основе использования опыта государств Содружества независимых государств и учета принципов восстановления, укрепления и развития существующих прямых горизонтально-вертикальных связей между их предприятиями, развитие

интеграционных процессов, координация и активизация торгово-экономических отношений, а также создания межгосударственных финансово-промышленных групп с участием субъектов ПР и банков.

11. В диссертации рассмотрены место и роль розничной и оптовой торговли в формировании и развитии потребительского рынка. Установлены тенденции его развития с учетом особенностей социально-экономического развития регионов и системы оказания торговых услуг;

12. На основе исследования действующей системы товароснабжения обоснованы и разработаны направления ее совершенствования на потребительском рынке с учетом улучшения перевозочных технологий и рационального использования транспортных средств и размещения транспортных предприятий. Автор считает, что оптимизация товароснабжения положительно влияет на повышение эффективности функционирования розничной торговой сети и субъектов потребительского комплекса. На основе проведенного анализа оказания услуг транспортными предприятиями установлено, что за 2010-2020 гг. наблюдается рост объема перевозок грузов всеми видами транспорта на - 41,70 %. При этом наибольший прирост наблюдается на автомобильном транспорте - 60,80 %. Оптимизация системы товароснабжения способствует развитию обеспечения населения товарами в условиях Республики Таджикистан на основе рационального использования железнодорожного и авиационного транспорта и перспективы их развития, а также разработке рациональных маршрутов перевозки товаров.

13. Национальный фактор, влияющий на потребительский рынок является приоритетным, а также факторы социального и демографического характера, факторы, связанные со спросом и предложением, структурой цен, формированием новых информационно-коммуникационных технологий, появлением современных форм торгового оборудования, технологиями организации управления и развитием производства, реализацией товаров и

оказанием услуг, играют важную роль в его развитии и совершенствовании. В этих условиях важным считаем сегментацию рынка на основе выделения следующих критериев:

- географические (территория, климатические условия, административно-территориальное деление, удаленность от производителей и др.);
- демографические (возраст, пол, размер семьи, количество детей и др.);
- социально-экономические (социальная и профессиональная принадлежность, уровень образования и доходов, национальность, религиозные убеждения и др.).

Выделенные критерии рассматриваются во взаимосвязи и являются объективными и общими. При этом также выделяются субъективные поведенческие критерии: стиль жизни; личностные качества; мотивы и др.

В диссертации изучены национальные особенности совершенствования и развития регионального потребительского рынка на основе изучения обычаев и традиций народа, основных принципов функционирования национального потребительского рынка и классификация признаков национального потребительского рынка.

Таким образом, на основе изучения традиций и обычаев народа страны, установлено, что они оказывают существенное влияние на социально-экономическое развитие страны и считаются приоритетными в воспроизводственном процессе и удовлетворении растущих потребностей населения на продовольственные и непродовольственные, а также потребительские услуги.

14. В диссертации Обоснованы и разработаны приоритетные направления инновационного развития потребительского рынка, используя результаты прогноза основных показателей, учета организационно-технических и административно-управленческих особенностей его развития в Таджикистане

на период реализации НСР- 2030 и перехода к цифровой экономике, предусматривающие совершенствование организации управления спроса потребителей; повышение качество обслуживания потребителей и конкурентоспособности субъектов потребительского рынка и цифровизации, а также повышение уровня жизни населения и улучшения качество торгового и сервисного обслуживания.

При этом приоритетным считается рост производства сельскохозяйственной продукции, государственная поддержка производителей этой продукции, государственного регулирования потребительского рынка, улучшение роли домашних хозяйств, обеспечение конкурентоспособности малых форм предпринимательской деятельности, реформа налоговой и финансово-кредитной системы и др.

Реализация разработанных направлений и исследуемых организационно-экономических аспектов совершенствования потребительского рынка в условиях инновационной экономики на основе физико-экономического моделирования, разработки приоритетных направлениях инновационного развития потребительского рынка, способствует улучшению торгового обслуживания и повышения качества жизни населения в условиях развивающегося потребительского рынка в Республике Таджикистан.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абалкин Л.И. Российская школа экономической мысли: поиск самоопределения /Л.И.Абалкин// Вопросы экономики.- 2001. - № 5, С. 4-18.
2. Абдуллаев Ч. В поисках бафоса. / Ч. Абдуллаев. - М.: ЭКСМО, 2009. -320с.
3. Абрамов А.П., Иванилов Ю.П. Физика и математическая экономика. // Ж. Математика. Кибернетика. - М., 1991. - №8.- 48с
4. Абрютина М. С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности / М. С. Абрютина. – М.: Дело и сервис, 2010. – 462 с.
5. Айнабек К.С. Теория издержек обращения в рыночном механизме: Монография. / К.С. Айнабек . – Алматы, 2010. – С.77.
6. Аминов И.А. Райгородецкий А. Факеров Х.Н. Предложения по совершенствованию розничной торговли товарами народного потребления в Таджикской ССР в переходном периоде и в условиях функционирования рыночной экономики. / И.А. Аминов, А. Райгородецкий, Х.Н.Факеров // – Душанбе, ДСП, ВНИИКС, Тадж. филиал, 1990.
7. Андриан Сливотски., Ричард Вайз, Карл Вебер Как расти, когда рынки не растут / Сливоцки Адриан; Ричард Вайз. - М.: Эксмо, 2016. - 352 с.
8. Антонова В.И. Изучение рынка товаров за рубежом // «Новое в науке, технике и производстве». / В.И. Антонова // ППП Укр. НИИНТИ. – Киев, 1995.- С.22.
9. Анурин В. Маркетинговые исследования потребительского рынка. / В. Анурин, Е. Евтушенко, И. Муромкина. - М.: СПб: Питер, 2017. - 272 с.
10. Ахнезер А. И. , Пелетминский С.В Методы статической физики. / А..И Ахнезер,. С.В Пелетминский. - М.: Наука, 1977. -266с.
11. Балабанов В.С., Борщенко Е.Н. Продовольственная безопасность (международные и внутренние аспекты). // Экономика. – М.: -2002.- С.108-110.

12. Беляев, В.И. Потребительский рынок субъекта Российской Федерации (механизмы формирования, регулирования и развития). / В.И Беляев.— Сыктывкар: КРАГСиУ.: - 2005. – 67 с.
13. Беляевский И.К. и др. Статистика рынка товаров и услуг. / И.К. Беляевский. - М.: -1995. - 112с.
14. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. // И.К. Беляевский. Финансы и статистика. – М.: - 2001. - С.21.
15. Березин Игорь Крупнейшие потребительские рынки России. Объем, динамика, перспективы. Доклад российскому бизнесу. / И. Березин. - М.: Беловодье, 2016. - 272 с.
16. Бернвальд А.Р., Ефимовская Л.А. Бедность: понятие, критерии оценки, пути преодоления. / А.Р.Бернвальд, Л.А.Ефимовская. – Новосибирск, 2003.-36с.
17. Бессонова Н.Ю. Управление качеством и устойчивым развитием регионального потребительского рынка // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. - №2 (6). Номер статьи: 605. Дата публикации: 2006-06-25. Режим доступа: <https://eee-region.ru/article/605/>.
18. Бессонова, Н.Ю. Инфраструктура потребительского рынка региона: проблемы управления резервами / Под ред. С.Н. Семенова. – Саратов: СГСЭУ, 2006. – 252 с.
19. Биржевое дело / Под ред. В.А. Галанова, А.И. Басова. – М.: Финансы и статистика, 2000.- 448с.
20. Бланк И.А. Управление торговым предприятием. / И.А. Бланк.- М.: Экономика, 1998. - 263 с.
21. Бойматов А.А. Экономика Таджикистана на пути к рынку (проблемы теории и практики перехода). / А.А Бойматов. – Худжанд, 2002. – 236 с.
22. Боймуратов У.Б. Национальная экономическая система. / У.Б Боймуратов.— Алматы: Гылым, 2000. -536с.

23. Большой коммерческий словарь. / Под ред. Т.Ф. Рябовой. – М.: Ред. «Война и мир», 1996. – 123 с.
24. Боржов А.Б. Большой экономический словарь. / А.Б. Боржов. – М.: Книжный мир, 2002.-543с.
25. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. – 2-е изд. / Е.Ф. Борисов. – М.: Юрайт, 1999. – 860с.
26. Брагин Л.А. Торговое дело - экономика и организация Текст. / Л. А. Брагин. - М. : Инфра - М, 2014. - 256 с.
27. Брагинский С.В., Певзнер Я.А. Политическая экономия: дискуссионные проблемы, пути обновления. / С.В. Брагинский, Я.А. Певзнер. – М., 1991. – С.80.
28. В.Н. Крючков. Физические модели в управленческом консультировании: междисциплинарный и трансдисциплинарный подходы // Менеджмент в России и за рубежом. – М., 2002.-№3. –с.54-65.
29. Василевский А.С., Мултановский В. В. Статическая физика и термодинамика, / А.С. Василевский.- М.: Просвящение,1991. - 256 с.
30. Васильев Г.А., Каменева Н.Г. Товарные биржи. / Г.А. Васильев, Н.Г. Каменева. – М., 1991. - 112с.
31. Васильева Н. А. Интеграция России в мировой продовольственный рынок: теоретические и практические аспекты. / Н. А. Васильева // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – М., 2012. – № 10. – С. 24–28.
32. Виноградская А.М. Коммерческая деятельность торгового предприятия/А.М. Виноградская. - М.: КНТЭУ, 2015. - 278 с.
33. Владимирова Л. П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях отрасли (торговля). / Л. П. Владимирова. – М.: Дашков и К°, 2008. – 346 с.

34. Власов В.В. Япония: производственная инфраструктура. / В.В. Власов.- М.: Наука, 1991. – 184с.
35. Войтов А.Г. Экономика. Общий курс: фундаментальная теория экономики / А. Г. Войтов.– М.: Информационно внедренческий центр «Маркетинг», 1999. – 600с.
36. Воронов А.Н., Вьюгин О.В., Локшин Р.А., Морголин А.Л., Орлов А.В., Фонарева Н.Е., Фридман А.М. Формирование рынка товаров народного потребления и платных услуг, «Трудный поворот к рынку». / Научн. ред. Л.И. Абалкин. – М.: Экономика, 1990. - 415с.
37. Габидинова Г.С. Сегментация потребительского рынка: монография. / Г.С.Габидинова. – Набережные Челны: изд-во Камской государственной инженерно-экономической академии, 2009. – 173 с.
38. Гаджинский А.М. Логистика. /А.М. Гаджинский. - М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2003. - 408 с.
39. Гатауллин Р.Ф., Байгильдина А.У., Каримов А.Г. Развитие потребительского рынка крупного города в условиях глобализации экономического пространства. / Р.Ф. Гатауллин, А.У Байгильдина, А.Г. Каримов // Фундаментальные исследования. – М., 2015. – № 12-1. – С. 122-127;
40. Гельбрас, В.М. Импортзамещение и экспортная ориентация экономики / В. М. Гельбрас. - МЭ и МО. -М.: 2013.- 198 с.
41. Генеральное соглашение по тарифам и торговле 1994 (General Agreement on Tariffs and Trade 1994). // Консультант Плюс. – 2015.- С. 24-25-38.
42. Герчикова И.Н. Маркетинг и международное коммерческое дело. / И.Н. Герчикова. – М.: Внешторгиздат, 1990. -264с.
43. Глазьев С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. / С.Ю. Глазьев.– М.: Владар, 1993. -310с.

44. Говорин А.А. Инфраструктура современного предпринимательства: проблемы теории и практики. / А. А. Говорин. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 1999. - С. 48-59.
45. Государственное регулирование в стратегии устойчивого развития экономики России. – М.: Наука, 1996. - 213с.
46. Государственное регулирование рыночной экономики: / Под общ. ред. Кушлина В.И., Волгина Н.А. – М.: ОАО НПО «Экономика», 2000. – С.15-45.
47. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики. / А. Г. Гранберг.– М.: ГУВШЭ, 2000. - 495с.
48. Гринберг Р.С. Экономические реформы в постсоциалистических странах: концепции, результаты, уроки // Р.С. Гринбер. Экономика. – 2003. - № 4. С. 22-37.
49. Грэйсон Дж. И. Американский менеджмент на пороге XXI века:/ Пер. с англ. Дж. И. Грэйсон.– М.: Экономика, 1991. - 312 с.
50. Гурьянов Т.И. Совершенствование оценки состояния и развития потребительского рынка: дисс.канд.экон.наук. 08.00.05 / Т.И.Гурьянов.- Красноярск, 2014. - 189с.
51. Гэлбрейт Дж.К. Экономические теории и цели общества. / Дж.К. Гэлбрейт.– М.: 1986.- 417с.
52. Данько Т.П. Управление маркетингом. / Т.П. Данько. Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М., 2001. -560с.
53. Детлафф А.А., Яворский Б.М. Курс физики. / А.А., Детлафф, Б.М. Яворский. – М.: высш.шк., 1989.- 320с.
54. Джамshedов М, Хабибов С.Х., Факеров Х.Н. Потребительский рынок Таджикистана. / М.Джамshedов, С.Х. Хабибов, Х.Н. Факеров. – Душанбе.: «Ирфон», 2003.- 203с.

55. Джемшедов М. Потребительский рынок и внешняя торговля Таджикистана: состояние их развития в современных условиях [текст] М. Джемшедов // Вестник Таджикского национального университета.-Душанбе: ТНУ, 2019, № 1/9 (232).- С. 173-179.
56. Джемшедов М. Разработка концептуальных направлений социально-экономического развития рынка потребительских товаров Республики Таджикистан на перспективу (до 2030 года) [текст] М. Джемшедов // «Таджикистан и Современный мир».-Душанбе: ЦСИ, 2019, № 4 (59), С.75-87.
57. Джемшедов М. Роль и особенности развития потребительского рынка в современной экономике [текст] М. Джемшедов // Вестник Таджикского национального университета.-Душанбе: ТНУ, 2019, № 1/9 (232).- С. 173-179.
58. Джемшедов М. Социально-экономическое развитие рынка потребительских товаров в Таджикистане: теория, методология, практика. Монография. / М. Джемшедов. - Душанбе.: «Ирфон», 2019. - 361 с.
59. Документ стратегии сокращения бедности. Правительство Республики Таджикистан. – Душанбе, декабрь 2001г. – 140с.
60. Дурович А.П. Маркетинг предпринимательской деятельности. /А.П. Дурович – Минск: НПЖ «Финансы, учет, аудит», 1997. - 364с.
61. Дьяченко, К.П. Потребительская кооперация в городской социальной сфере, торговле и производстве / К.П. Дьяченко. - М.: Институт Индустрии Моды, 2016. - 176 с.
62. Дюмулен И.И. Международная торговля услугами. / И.И. Дюмулен. – М.: Экономика, 2003. - 215с.
63. Ежегодник Республики Таджикистан. Статистический сборник. - Душанбе, 2018.- 482с.

64. Елизаров В., Зверева Н., Калабихина И. Основные направления комплексного подхода к исследованию семьи и домохозяйства. Определение понятий // Домохозяйство, семья и семейная политика. – М.: МГУ, 1997.- С.160-177.
65. Ермилов А.П. Теория рыночного хозяйства. / А.П. Ермилов – Новосибирск: Наука, 1993. – 411 с.
66. Жан Матук. Финансовые системы Франции и других стран. В 2-х томах. / Ж. Матук. – М.: АО «Финастатинформ», 1994. - 325с
67. Жариков Е.А.. Уроки психологии для руководителей. / Е.А. Жариков. М.: «Знание», 1990. - 47с.
68. Жеребин В.М., Романов А.Н. Экономика домашних хозяйств. / В.М. Жеребин, А.Н. Романов – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1998. -231с.
69. Журавлев П.В., Карташов С.А., Маусов Н.К., Одегов Ю.Г. Персонал. Словарь понятий и определений.: – М.:«Экзамен», 1999, М.: ИНФРА-М, 1999. -512с.
70. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. / П.С.Завьялов. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 496 с.
71. Зайналов М.И. Формирование и функционирование продовольственного рынка: региональный аспект./ М.И. Зайналов. – М.: Наука, 1998. -128с.
72. Закон Республики Таджикистан «О дехканском (фермерском) хозяйстве», №544 от 10 марта 1992г.
73. Закон Республики Таджикистан «О естественных монополиях», №525 от 13 декабря 1997г.
74. Закон Республики Таджикистан «О защите прав потребителей», 1996г.
75. Закон Республики Таджикистан «О земельной реформе», № 594 от 5 марта 1992г.
76. Закон Республики Таджикистан «О налоге на прибыль предприятий и организаций», №1001 от 21 июля 1994г.

77. Закон Республики Таджикистан «О налоге с продаж», №515 от 12 декабря 1997г.
78. Закон Республики Таджикистан «О плате за землю», №449 от 15 мая 1997г.
79. Закон Республики Таджикистан «О потребительской кооперации», №583 от 13 марта 1992г.
80. Закон Республики Таджикистан «О предпринимательской деятельности Республики Таджикистан», № 450 от 23 декабря 1991г.
81. Закон Республики Таджикистан «О приватизации государственной собственности», №464 от 16 мая 1997г.
82. Закон Республики Таджикистан «О приватизации государственных предприятий», 1996 г.
83. Закон Республики Таджикистан «О разгосударствлении и приватизации госсобственности», №194 от ноября 1995г.
84. Закон Республики Таджикистан «О сертификации продукции и услуг», 1996г.
85. Закон Республики Таджикистан «О ценных бумагах и фондовых биржах», №552 от 10 марта 1992г.
86. Закон Республики Таджикистан «Об акционерных обществах», №454 от 23 декабря 1991г.
87. Закон Республики Таджикистан «Об индексации доходов населения с учетом роста цен на потребительские товары и услуги», №891 от 27 декабря 1997г.
88. Закон Республики Таджикистан «Об иностранных инвестициях в Республике Таджикистан», №554 от 10 марта 1992г.
89. Закон Республики Таджикистан «Об ограничении монополистической деятельности и развитии конкуренции», №871 от 27 декабря 1993г. "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках", №72, от 28 июня 2011 г.

90. Закон Республики Таджикистан «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства», №513 от 12 декабря 1997г.
91. Земельный Кодекс Республики Таджикистан, №327 от 13 декабря 1996г. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 14.11.2016 г.) .
92. Зубайдов С. Акрамов М. Определение состояния экономических систем методом статической модели. //Научный журнал «Молодежь и наука: реальность и будущее», Том 2, Экономические науки, Невинномысск, Россия.- 2015. – С.110-113.
93. Зубайдов С. Взаимосвязь теплофизических и экономических законов: постановка и осмысление. «Теплофизические исследования и измерения при контроле качества веществ, материалов и изделий » Материалы 10-й Междун. теплофизической школы, Душанбе - Тамбов,2016, С..555-566.
94. Зубайдов С. Взаимосвязь физики и экономики. //Материалы международной конференции «Перспективы развития физической науки», посвященная памяти 80-летию Заслуженного деятеля науки и техники Республики Таджикистан, член-корреспондента РТ, д.ф-м.н., профессора Хакимова Ф.Х.-Душанбе: «ЭР-граф», 2017, С.195-198.
95. Зубайдов С. К вопросу о применении физических моделей в экономике сферы услуг. //Вестник ТГУК. №4(25)/2018. -Душанбе. -2018. С. 113-117.
96. Зубайдов С. К вопросу о формировании инфраструктуры оптовой торговли региона в условиях глобализации // Вестник ТГУК. -№1(26)/2019. – Душанбе, 2019. - С. 50-54.
97. Зубайдов С. Новый подход к определению состояния экономических систем Материалы третьей меж. научно-практич. конфр. «Актуальные проблемы развития экономики и образования». Душанбе.: «Ирфон», 2015.- С.153-156.

98. Зубайдов С. Физические модели в экономике//С.Зубайдов // Сборник научных трудов сотрудников ТГУК. - Душанбе. «Ирфон», 2007.- С.199-200.
99. Зубайдов С., Рауфи А. Исследование принципов и механизмов регулирования рынка ресторанных услуг/С.Зубайдов, А.Рауфи //Материалы международной научно. практической дистанционной конференции «Устойчивое развитие инновационной экономики в Таджикистане и Польше».- Душанбе, 2016.- С. 297 – 305.
100. Зубайдов С. Совершенствование организации товароснабжения на рынке потребительских товаров в условиях рыночной экономики/Зубайдов С., Раджабов Р.К., Хамроев Ф.М. // Вестник ТГУПБП. Серия общественных наук. № 1 (74).- 2018. –С.21-31.
101. Зубайдов С. Инновационное развитие услуг и проблемы экономики труда в народном хозяйстве. / Коллектив. монография. Под общ. ред. профессора Раджабова Р.К. - Душанбе.: «Ирфон», 2021. - 284с. - 17,75 п.л. (в соавторстве, автором 1,8 п. л.).
102. Ибрагимов Л.И. Инфраструктура товарного рынка. / Л.И. Ибрагимов. – М.: Изд. ПРИОР, 2001. - 359с.
103. Иванов, Г. Г. Экономика торгового предприятия / Г. Г. Иванов. – Москва: Академия, 2010. – 317 с.
104. Иванова В.И. Проблемы развития потребительского рынка Республики Беларусь: региональный аспект / В.И. Иванова //Экономика и управление. - 2013. -№ 2 (34). - С. 69 -72.
105. Идрисов Р.Г. Модели и методы экономической физики // Вестник Башкирского университета. 2015.Т.20. №3. – С. 913- 917.
106. Ильенкова Н.Д., Спрос: анализ и управление / Под ред. И.К. Белявского. – М.: Финансы и статистика. 1997. -111с.

107. Иневатова О.А., Прокофьева Е.П. Механизм управления развитием потребительского рынка региона в современных условиях/О.А.Ивантева, Е.П.Прокофьева // Вестник ОГУ. №13 (132). / декабрь`2011.- Омск, 2011.- С.210-215.
108. Иноземцев В. Структурирование общественного производства в системе постиндустриальных координат (методолого-теоретические аспекты) // Российский экономический журнал. – 1997. - № 11-12. – С.527.
109. Как продать ваш товар на внешнем рынке: Справочник / ред. Ю.А. Савинов. - М.: Мысль, 2016. - 364 с.
110. Капелюк З. А. Формы хозяйствования в сфере обращения потребительских товаров: Автореф. дис. док. экон. наук. – Новосибирск, 1996. - 40с
111. Капелюк З.А., Мартынов Ю.А. Влияние налогового регулирования на получение конечного результата деятельности торговых организаций // Потребительская кооперация в переходной экономике России. Ч.1. – Новосибирск, 1999. -128с.
112. Катаев А.Х., Раджабов Р.К. Экономика таможенного дела. / А.Х. Катаев, Раджабов Р.К.. – Душанбе, 2013.-192с.
113. Каюмов, Н.К. Переходная экономика Таджикистана: концепции, цели и механизмы развития./ Н.К. Каюмов. - Душанбе, 2013. - 660 с.
114. Кейнс Дж. М Общая теория занятости, процента денег: пер. с англ. – М.: Гозизинлит, 1978. - 472с.
115. Киловатт-час как мера стоимости в мировой экономике III тысячелетия. Экономическая газета / Развитие, 1997.- №6 (123).90.
116. Кисельников А.А. Зарубежный опыт проведения рыночных реформ и управления региональной экономикой / А.А. Кисельников. - Новосибирск: СибУПК, 1998. – 85 с.

117. Климова Н. В. Продовольственная безопасность России в условиях глобализации мирового продовольственного рынка: монография / Н. В. Климова, А. Э. Михайлов. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – 158 с.
118. Ковалев, Анатолий Иванович. Маркетинговый анализ / А.И. Ковалев, В.В. Войленко. - Москва : Центр экономики и маркетинга, 1996. - 174 с.
119. Койчуев Т.К. КОР - стратегия развития Кыргызстана. / Т.К. Койчуев. - Бишкек: ЦэиСР при МФ КР, 2000. - 234 с.
120. Койчуев Т.К. Теория постсоветского реформирования. / Т.К. Койчуев. – Бишкек: «Илим», 1997. -251 с.
121. Койчуев Т.К., Алыбашева А., Дыйканбаева Т., Мирзабаева М. Вопросы социальной рыночной экономики (опыт Германии и экономики Кыргызстана на современном этапе). / Т.К. Койчуев, А. Алыбашева, Т. Дыйканбаева, М.Мирзабаева.– Бишкек, 1994, - 301с.
122. Койчуева М.Т. Формирование рыночной экономики СНГ в переходный период. / Т.К. Койчуев. – Бишкек, 1999, - 176с.
123. Комаров М.П. Инфраструктура регионов мира. / М.П. Камаров. – СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2000, -347с.
124. Комилов С.Д., Каюмов Н.К., Нурмахмадов М. Стратегия движения к рыночной экономике. Вып. 2. / С.Д. Комилов, Н.К. Каюмов, М. Нурмахмадов. – Душанбе, 1998. -114с.
125. Конституция (Основной) Закон Республики Таджикистан. – Душанбе: Ирфон, 1994. – 155с.
126. Костенко Н.А. Введение в бизнес реформируемой России. / Н.А. Костенко. - Новосибирск: ИГАС, 1993. – 297 с.
127. Котлер Ф. Маркетинг- менеджмент. / пер. с англ./ Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком, 1998. – 234с.
128. Кравченко, Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле / Л. И. Кравченко. – Минск: Новое знание, 2009. – 511 с.

129. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. / Я.Г. Критсотакис.– М.: «ОСЬ-89», 1997, - 224с.
130. Крофт М. Дж. Сегментирование рынка / М.Дж. Крофт.– СПб: Питер, 2001.- 123с.
131. Крутиков Ф.А. Основные направления изучения рынка потребительских товаров / Ф.А. Крутиков. - М.: Экономика, 1991.- 182с.
132. Кузнецов Б.Л. Гипотеза синергетического система рынка в свете феноменологической теории фазовых переходов Л. Ландау» // Вопросы экономики», 2005, №8. - С.48-53.
133. Кузнецов Б.Л. Рынок как синергетическая система // Б.Л. Кузнецов - Наб.Челны: Изд-во КГИЭА, Камск, 2012.- С.7-9.
134. Кузнецов Б.Л., Кузнецова С.Б Теория синергетического рынка / Б.Л. Кузнецов, С.Б. Кузнецова. - Наб. Челны: Изд-во. КГИЭА, 2006. – 70с.
135. Кузнецов О.Л., Кузнецов П.Г., Большаков Б.Е. Система природа-общество-человек: Устойчивое развитие. / О. Л. Кузнецов, П. Г. Кузнецова. - Государственный научный центр Российской Федерации ВНИИгеосистем; Международный университет природы, общества и человека «Дубна», 2000. — 272 с.
136. Кузнецова Е., Суринов А. Неравенство в распределении доходов и проблемы оценки эффективности мероприятий по его снижению // Вопросы статистики. – 1999. - № 11.- С.3-5.
137. Куликов В. В очередной раз о характере реформационных преобразований Российской экономики и об их уроках // Российский экономический журнал. – 2003. - № 1. – С. 3.
138. Кулинцев И.И. Экономика и социология труда. / И. И. Кулинцев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1999. - 274с.
139. Кулишер И.М. История русской торговли до девятнадцатого века включительно. / И.М. Кулишер. – СПб.:Атеней, 1923. – 322 с.

140. Лазгиев М.М. Влияние транснациональных корпораций на развитие потребительского рынка России в условиях глобализации: дисс...канд.экон.наук.08.00.14 / Михаил Маисович Лазгиев.-Краснодар, 2018.-203с.
141. Ларуш Л. Физическая экономика как платоновская эпистемологическая основа всех отраслей человеческого знания. / Л. Ларуш. Шилеровский Институт Науки и Культуры. Научная книга. М., 1997.- 140с.
142. Лексин В.Н., Швецов А. Н. Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития. / В.Н. Лексин, А. Н. Швецов. – М.: 1997.-367с.
143. Леонтьева В.М. Принципы и механизм перехода торговли, общественного питания и бытового обслуживания к рыночной экономике. / В.М.Леонтьева – Л.: Ленингр. орг. о-во «Знание» РСФСР, 1990. -189с.
144. Лившиц А.Я. Введение в рыночную экономику. / И.В. Липсиц. - М.: Изд-во «Станкин», 1992. -127с.
145. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование. / И.В. Липсиц. – М.: Изд-во БЕК, 2001. - 307с.
146. Лычагин М.В., Леонтьев А.П. Налоги с древнейших времен до наших дней // Налоги и экономика. – 2000.- № 5;9;11.
147. Мазараки А.А. Экономика торгового предприятия. / А.А. Мазараки, Н.М. Ушакова, Л.А. Лигоненко. - М.: Медиум, 2012. - 800 с.
148. Макекадырова А. С., Тарханов А.В. Потребительский комплекс национальной экономики. // А.С. Макекадырова, А. В. Тарханов. – М.: Изд-во Рос. экон. акад., 1999. – С.12.
149. Малашенко, Н. П. Маркетинг на потребительском рынке. / Н.П. Малашенко. - М.: Омега-Л, 2016. - 208 с.
150. Малышков В.И. Потребительский рынок Москвы. / В. И. Малышков. – М., 1997. -189с.

151. Мамыров Н.К. Менеджмент и рынок: казахстанская модель. / Н. К. Мамыров. – Алматы: «Казак энциклопедиясы», 1998.- 432с.
152. Маркин Р. Управление розничной торговлей. // Экономика. М.: 1980. - С.14-15.
153. Маршалл А. Принципы политической экономии. В 3^х т.,Т.3. / А. Маршалл. – М.: 1983. - 351с.
154. Маршалл А., Олкин И. Неравенства: теория мажоризации и ее применение. / А. Маршалл, И. Олкин. – М.: Мир, 1983. - 576 с.
155. Маршалова А.С., Новоселов А.С. Основы теории регионального воспроизводства. / А. С. Маршалова, А. С. Новоселов. – М.: Экономика, 1998. - 192с.
156. Маслов, Д.Г. Государственное регулирование внешней торговли в условиях Таможенного Союза (Россия, Белоруссия и Казахстан) / Д. Г. Маслов, В. Ю. Елисеева, А. Е. Дуплин. - СПб.: Интермедия, 2014.- 272 с.
157. Математические и инструментальные методы в современных экономических исследованиях: Монография / Под редакцией М. В. Грачевой и Е. А. Тумановой. - М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018. - 232 с.
158. Матыцин, С.Л. Польша: трудный переход к рынку. / С.Л. Матыцин. – М.:Знание, 1991. – С. 1-60.
159. Международное таможенное сотрудничество. / П. Н. Афонин, С. В. Филиппенко, Н. Ю. Яргина.- СПб.: Интермедия, 2014.-172 с.
160. Менеджмент в торговле. / Г. А. Короленок, Г. Г. Гоцкий. – Минск: БГЭУ, 2012. – 334 с.
161. Менеджмент и рынок: германская модель. / Под ред. У. Рора и С. Долгова. М.: БЕК. 1995. - 480 с.
162. Мескон М., Хедоури Л. Основы менеджмента. / М. Мескон, Л. Хедоури. – М.: Экономика, 1992. – 686 с.

163. Методические рекомендации по анализу и прогнозированию товарных рынков. / – М.: «Издательский Дом «Новый ВЕК»», Институт микроэкономики, 2001. -116с.
164. Методические рекомендации по определению бюджета прожиточного минимума в Республике Таджикистан. Научный отчет. // Ответственные исполнители: Амонова Д.С., Анваров А.К. Рук-ль: Пулатов П.А. – Душанбе, 2001. -108с.
165. Механизм антикризисного управления в потребительской кооперации. Методические рекомендации. // О.П. Зайцева. - Новосибирск: СибУПК, 1998.- 45с.
166. Мирватова Б.Ф. Особенности и институциональные основы развития потребительского рынка в переходной экономике Республики Таджикистан : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.01 / Мирватова Бинасиба Файзуллоевна; [Место защиты: Худжан. гос. ун-т им. Б.Г. Гафурова].- Худжанд, 2012.- 133 с.
167. Михайлов, Д.М. Мировой финансовый рынок. Тенденции развития и инструменты. / Д.М. Михайлов. - М.: Экзамен, 2017. - 768 с.
168. Муздыбаев К. Экономическая депривация, стратегия ее преодоления и поиск социальной поддержки // Труды Санкт-Петербургского филиала Института социологии РАН. – СПб, 1996.- С.4-14.
169. Муфтиев Г.Г. Рынок средств производства в системе региональной экономики. / Г. Г. Муфтиев. – М.: Наука, 1993. -120с.
170. Муханова Е. Теоретические основы и пути формирования рыночной инфраструктуры. / Е. Муханова – М.: ИЭ РАН, 1994. -162с.
171. Наговицина Л.П. Как управлять товарными запасами. / Л. П. Наговицина. – М.: Экономика, 1989. -111с.
172. Назаров А.Г., Разыков В.А., Зубайдов С. Диверсификация промышленности Таджикистана в условиях рыночных отношений // Мат.

- 12-го Всероссийского симпозиума «Стратегическое планирование и развитие предприятий», секция 3 «Опыт стратегического планирования на российских и зарубежных предприятиях». М. ЦЭМИ РАН. 2011.- С. 159-163.
173. Назаров, Т.Н. Таджикистан: экономика, политика, международное сотрудничество. / Т.Н. Назаров. - Душанбе: УИ МИД РТ, 2001. – 245с.
174. Народное благосостояние: Тенденции и перспективы / Отв. ред. Н.М. Римашевская и др. – М.: Наука, 1991. -255с.
175. Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года. / -Душанбе.: «Шарки озод», 2017.-103с.
176. Национальная экономика России: потенциалы, комплексы, экономическая безопасность / В.И. Волков и др. Под общ. ред. В.И. Лисов. - М.: ОАО «НПО «Экономика»», 2000. - 477с.
177. Нельсон Р., Уинтер С. Эволюционная теория экономических изменений. / Р. Нельсон, С. Уинтер. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2000. – 474с.
178. Николаева, С.В. Особенности учета затрат в условиях рынка: система "Директ-костинг" / С.В. Николаева. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 128 с.
179. Новоселов А.С. Рыночная инфраструктура региона: Проблемы формирования и развития. / А. С. Новоселов. – Новосибирск: ЭКОР, 1996. -287с.
180. Новоселов А.С. Теория региональных рынков // Под ред. А.Р. Бернвальда. – Ростов-на-Дону: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. - 448с.
181. Нурмахмадов М.Н., Комилов С.Д. Стратегия движения к рыночной экономике. Вып. 1. / М.Н. Нурмахмадов, С.Д. Комилов. – Душанбе: Международный фонд экономических и социальных реформ. Таджикское отделение, 1995. -144с.

182. Общеэкономические основы рыночного хозяйствования. / отв. ред. Сорокин Д.Е. – М.: «Путь России», 2002. – С.66.
183. Ойматов Б.Ш., Раджабов Р.К., Зубайдов С. Экономическая оценка развития ресурсного потенциала и социальной инфраструктуры предприятий сферы услуг в Республике Таджикистан. // Таджикистан и современный мир: актуальные проблемы развития инновационной экономики. Сборник материалов шестой международной научно-практической конференции: под общ. ред. Факерова Х.Н., Раджабова Р.К. – Душанбе.: «ТГУК». 2018. – С.238-243.
184. Орлов А.В. Введение в предпринимательство. Малый бизнес: за рубежом и в России. / А. В. Орлов. – М.: Экономическая академия, 1994. - 63с.
185. Орлов А.В. Рынок товаров народного потребления: социально-экономический аспект. / А. В. Орлов. – М.: Знание, 1988. - 75с.
186. Основы физической экономики: (Физ. аналогии и модели в экономике) // Д. С. Конторов, Н. В. Михайлов, Ю. С. Саврасов 181,[2] с. ил. М.: Радио и связь, 1999. -184с.
187. Основы экономической безопасности. (Государство, регион, предприятие, личность). // Под ред. Е.А. Олейникова – М.: ЗАО Бизнес – школа «Интеп - Синтез», 1997. – С.72.
188. Оценка бедности. Республика Таджикистан // Всемирный банк, 2000. -64с.
189. Памбухчиянц А.В. Организация и технология коммерческой деятельности. / А.В. Памбухчиянц. - М.: «Дашков и К», 2014. - 672 с.
190. Панкратов, Ф.Г., Серегин, Т.К. Коммерческая деятельность. / Ф.Г. Панкратов. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. - 580 с.
191. Пасешник Н.П. Функционирование и развитие территориальных потребительских рынков: теоретические, методические и прикладные

- аспекты: автореферат канд.экон. наук.08.00.05 / Наталья Петровна Пасешник.- Челябинск, 2013.-26с.
192. Першукевич П. М. АПК Сибири: тактика и стратегия экономических реформ. / СО РАН. СибНИИЭСХ. / П. М. Першукевич. – Новосибирск, 2001. – 420с.
193. Петров П.В., Саломатин А.Н. Экономика товарного обращения. / П. В. Петров, А. Н. Саломатин. – М.: ИНФРА-М., 2001.- 220с.
194. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. / Е. П. Пешкова. – М.: «Ось-89», 1996. -80с.
195. Подузов А. – Измерение бедности (зарубежный опыт) // Проблемы прогнозирования, 1996. - № 4. - С. 100-108; № 5. – С.110-113.
196. Подузов А., Кукушкин Д. Бедность в Москве: использование шкал эквивалентности для ее измерения // Проблемы прогнозирования, 1995. - №6. – С.17-32.
197. Политика доходов и заработной платы // Под. ред. П.В. Савченко и Ю.П. Кокина. – М.: Юристъ, 2000.- 456с.
198. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. / Ф. П. Половцева. – М.: ИНФРА. –М.: 2001. -248с.
199. Портер М. Конкуренция. / М. Портер.– М.: ИД «Вильямс», 2000. – 495 с.
200. Потребительский рынок города: состояние и перспективы: монография / кол. авт. под рук. Т.В. Усковой. – Вологда.: ИСЭРТ РАН, 2012. – 111с.
201. Потребительский рынок России: Сборник нормативный документов. – М.: 1995, N 81-11 (ред. от 29.07.2019).
202. Потребительский рынок: качество и безопасность продовольственных товаров. // [Электронный ресурс]. – Материалы VII международной научно-практической конференции 16-17 декабря 2013 г. / Под общей ред. д-ра техн. наук, доц. О.В. Евдокимовой, д-ра техн. наук, проф. Т.Н. Ивановой. – Орёл: Госуниверситет – УНПК, 2013.-274с.

203. Потребности в энергии и белке // Доклад объединенного Консультативного совещания экспертов ФАО /ВОЗ/УООН. – Женева, 1997. - С.150-153.
204. Примбетов С.Д. Центральная Азия: Реалии и перспективы экономической интеграции. / С.Д. Примбетов.– М., 2000. – 504с.
205. Программа развития ООН в Республике Таджикистан. – Душанбе, 2009.- 120с
206. Прожиточный минимум. Новая методика расчета // Библиотека журнала «Социальная защита». Выпуск 3. М., 2001.- 155с.
207. Прунскене К.П. Продовольственное хозяйство: методология структурно-организационного совершенствования. / К.П. Прунскене. – М.: Агропромиздат, 1989. – 117с.
208. Путь в XXI век. Стратегические проблемы и перспективы российской экономики. – М.: Экономика, 1999. -793с.
209. Раджабов Р.К. Проблемы моделирования развития региональной транспортной системы. / Р.К. Раджабов, И.А. Амонуллоев // Вестник ТТУ имени акад. М.С. Осими. – Душанбе: ТТУ. - №3(31)-2015. - С.135-139.
210. Раджабов Р.К. Региональные аспекты развития сферы платных услуг населению в условиях переходной экономики. Монография / Р.К.Раджабов.- Душанбе: Ирфон, 2013.- 213с.
211. Раджабов Р.К. Формирование стратегии развития предприятия в условиях переходной экономики/ Р.К. Раджабов, М.Х. Саидова, С.Ш. Низомиддинов // Учёные записки ХГУ им. академика Б. Гафурова. Серия «Естественные и экономические науки», 2016. - №2 (37). - С.78-91.
212. Раджабов Р.К., Зубайдов С. К вопросу о применении физических моделей в экономике сферы услуг. // Материалы республиканской конференции «Применение информационные технологии в экономике» ФЭИ. Душанбе, 2017.- С. 29-34.

213. Раджабов Р.К., Зубайдов С., Саломова У. Экономико-математического моделирование прогнозирования спроса населения на бытовых услуги в РТ. // Материалы республик. научно- практичес. конферен. «Моделирование экономические процессы и современный технология». Душанбе, 2015, ТНУ.- С.45-50.
214. Раджабов Р.К., Зубайдов С., Хамроев Ф.М. Совершенствование организации товароснабжения на рынке потребительских товаров в условиях рыночной экономики / Р.К. Раджабов, С. Зубайдов, Ф.М. Хамроев // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики (Научно-теоретический журнал). СЕРИЯ: Общественных наук. №1 (74), -2018г. -С. 21-31.
215. Раджабов, Р. К. Проблемы формирования и развития транспортной инфраструктуры / Р. К. Раджабов. - Душанбе: Ирфон,1999. - 187с.
216. Разыков В.А., Зубайдов С. Анализ экономических категорий посредством физических явлений. //Сб. материалы меж. научно-теоретичес. конфр. посвящен «20-летию суверенитета РТ», часть 2, -Душанбе, 2012. - С.89-95.
217. Разыков В.А., Зубайдов С. Некоторые реальные подходы к применению физических моделей в экономике. //Материалы меж. научно-практич. конференции «Тенденции развития экономики и образования» посвящен. «20-летию независимости РТ». –Душанбе, 2011. - С.16-20.
218. Разыков В.А., Зубайдов С. Применение физических моделей в экономике // Наука и практика. Проблемы вхождения мировом образовательном пространстве и применение инновационных технологий. -Хучанд, 2010. - С. 15-20.
219. Разыков В.А., Зубайдов С. Производство и сфера торговли как физико-экономические системы. // Материалы межд. научно-практической конферен. посвящен. «90-летию Потребительской кооперации». - Душанбе, 2012.- С.35-39.

220. Разыков В.А., Зубайдов С. Совершенствование экономической структуры предприятия и использование физических аналогий. // Матер. меж. конфр. «Проблемы и перспективы развития потребительской кооперации в условиях глобализации» посвящн.90-летию Таджикматлубота и 25-летию ТГУК. -Душанбе, 2012. - С.19-22.
221. Разыков В.А., Зубайдов С. Физическое моделирование динамики экономических систем. // Материалы меж.научной конферен. «Перспективы и факторы обеспечения устойчивого развития экономики», Худжанд, Хуросон, 2012. - С.276-281.
222. Разумихин Б.С. Физические модели и методы теории равновесия в программировании и экономике. / Б.С. Разумихин. - М.: «Наука», 1975. - 304с.
223. Рахимов Р.К. Проблемы развития переходной экономики Республики Таджикистан. / Монография: Р.К. Рахимов. - Душанбе, изд. «Дониш», 2012. - 813с
224. Рахимов Р.К., Каюмов Н.К., Нурмахмадов М.Н. и др. Социальная политика Таджикистана в условиях переходной экономики. // Российская Академия наук, Ж. Общество и экономика.– М.: № 6. 2001.- С. 99-142.
225. Ревинский И.А., Романова Л.С. Поведение фирмы на рынке услуг. Туризм и путешествия. / И.А. Ревинский, Л.С. Романова. – Новосибирск: Сиб.унив. изд-во, 2001. -304с.
226. Регги де Феникс , Роджер Певерелли. Финансовые услуги: перезагрузка. Вызовы будущего для потребительского рынка банковских и страховых услуг. /Регги де Феникс , Роджер Певерелли.- Манн, Иванов и Фербер, 2011. - 384с.
227. Регионы Таджикистана. //Статистический сборник. – Душанбе: АСПРТ, 2021.- 174с.

228. Республика Таджикистан. Оценка бедности. // Отдел развития сектора человеческих ресурсов. Европейский и Центрально-азиатский регион. Всемирный банк, 10 апреля 2000 г.- 104с.
229. Римская Декларация о Всемирной продовольственной безопасности и План действий всемирной встречи на высшем уровне по проблемам продовольствия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.fao.org.
230. Розенблатт П., Л. де Мик., Р. Андерсон., П. Джонсон. Семейный бизнес в США. / Пер. с англ. – М.: NOTA BENE, 2001. - 296с.
231. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление. / [Н. В. Егарева и др.]. – Москва.: КноРус, 2010. – 416 с.
232. Ромат Е.В. Реклама: История, Теория, Практика. / Е.В. Ромат.– СПб.: Питер, 2003. -544с.
233. Рот А. Основы государственного регулирования финансового рынка. / А. Рот, Р. Бернард, Я. Миркин. - М.: Юстицинформ, 2017. - 512 с.
234. Руденко М. Енергія прогрессу. / М. Руденко. // Нариси фізичної економії. К., "Молодь", 1998.- 528с.
235. Рынок товаров и услуг: концепция формирования и регулирования. / под ред. И.Н. Пузина. – М., 1994. – 285с.
236. Рынок товаров: формирование, управление. / Под общ. ред. А.В. Орлова, Ф.А. Крутикова. – М.: Экономика, 1986. – 261с.
237. Рыночная экономика Казахстана: проблемы становления и развития. В двух томах. / под. ред. М.Б. Кенжегузина. – Алматы, 2001. - 484с.
238. Самуэльсон П. Экономикс. // П. Самуэльсон. – М.: 1992. т.1, гл. 19. п. 6. – С.497-526.
239. Сангинов Н.С. Эффективность товародвижения в торговле. / Н.С. Сангинов.– Душанбе, 1994. -138с.
240. Свечкин, О. Н. Дилеру о моделировании потребительского рынка. Три кита и стихийная память рынка. / О.Н. Свечкин. - М.: Ленанд, 2016.- 192с.

241. Сельское хозяйство Республики Таджикистан. // Статистический сборник. – Душанбе: АСПРТ, 2021.-167с.
242. Серегина С.Ф. Роль государства в экономике. Синергетический подход. / С.Ф. Серегина. – М.: «Дело и Сервис», 2002. - 288с.
243. Селезнева Е. Ю. Развитие потребительского рынка как фактор социально-экономической безопасности региона Специальность: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономическая безопасность). / Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук.- Научны Киров, 2020. - 297с.
244. Сипко Л.А., Наговицина Л.П. Актуальные проблемы потребительской кооперации. / Л.А. Сипко, Л.П. Наговицина.– Новосибирск: СибУПК, 1999. – 66 с.
245. Слепнева Т.А., Яркин Е.В. Цены и ценообразование. / Т.А. Слепнева Е.В. Яркин. – М.: ИНФРА-М, 2001. - 200с.
246. Словарь терминов современного предпринимательства. / под ред. В.В. Морковкина. – М.: «Радикс», 1995. – 121 с.
247. Смешанная экономика: трансформационная модель развития Казахстана / под ред. Кошанова А.К. и др. – Алматы, 1997. - 169с.
248. Смит, А. Исследования о природе и причинах богатства народов [Электронный ресурс] / А.Смит. – 960 с. - Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Vuks/Econom/smit/smit_1.pdf.
249. Современный рынок: природа и развитие. / под ред. Э.П. Дунаева, И.Е. Рудаковой. – М.: Изд-во МГУ, 1992. - 133с.
250. Современный цивилизованный рынок: Зарубежный опыт и его распространение в СНГ. / А.И. Ракитов, В.К. Сенчагов, Р.И. Капелюшников и др. Ярославль: Экономическая Академия, 1995. - 625с.
251. Содружество Независимых Государств в 2016 году. // Статистический сборник. – Москва: Межгосударственный статистический комитет СНГ,

2021. - С. 577.
252. Содружеству Независимых Государств 25 лет (1991-2015гг.). // Статистический сборник. – М.: Межгосударственный статистический комитет СНГ, 2016. - С. 56.
253. Сорокина, М. В. Менеджмент в торговле / М. В. Сорокина. – Санкт-Петербург: Бизнес–пресса, 2008. – 472 с.
254. Софина Т.Н. Рынок услуг: Методологические основы формирования и функционирования. - Автореф. докт. дисс.08.00.05 / Т. Н. Софина. - СПб., 1999.- 46с.
255. Социально-экономические проблемы развития отдельных отраслей сферы услуг: Сборник статей: под ред. Н. А. Восколович И. Н. Молчанова. - М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017. - 199 с.
256. Среднесрочная программа экономической стратегии Правительства Республики Таджикистан на период 1998-2001 годы. // Народная газета, 1998.-№28, 2 июля.
257. Становление рыночной экономики в странах Восточной Европы. – М.: Изд-во Моск. гос. гуманитарного университета, 1994.-323с.
258. Старинский В.Н. Анализ и прогнозирования рыночной конъюнктуры. / В.Н. Старинский. – С.-Пб., 1992. -198с.
259. Статистика / Харченко Л.П. и др. – Новосибирск: Издательство НГАЭ и У, М.: ИНФРА-М, 2000. -326с.
260. Статистика рынка товаров и услуг / Под ред. И.К. Беляевского. – М.: Финансы и статистика, 1995.- 376с.
261. Статистический ежегодник Республики Таджикиста-2018.-Душанбе: «ТоРус», 2018.-482с.
262. Статистический ежегодник Республики Таджикистан – 2015, (официальное издание) Издатель: Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. Душанбе -2015. С. 246 – 255.

263. Статистический ежегодник Республики Таджикистан. - Душанбе: АСПРТ, 2002.-432 с.
264. Статистический сборник Республики Таджикистан-2020. – Душанбе: «ТоРус», 2020. -495с.
265. Стиглиц Джозеф. Крутое пике: Америка и новый экономический порядок после глобального кризиса. /Дж. Стиглиц. - М.: ЭКСМО, 2011. - 219с.
266. Сулейманов, С. М. Законодательство по противодействию преступлениям, совершаемым на потребительском рынке / С.М. Сулейманов. - М.: Закон и право, Юнити-Дана, 2016. - 104 с.
267. Султанов Ш.М. Таджикистан на пути экономических преобразований: проблемы становления рыночной инфраструктуры. / Ш.М. Султанов. -М.: изд. ЗАО «Информ-Знание» . -1997- 168 с.
268. Сульповар Л.Б., Данилов А.А., Данилова В.А. Социально-экономическое регулирование рынка потребительских товаров и услуг Московской области. / Л.Б. Сульповар, А. А. Данилов, В.А. Данилова. – М.: изд. Степаненко, 2011. – 164 с.
269. Супян В.Д. Американская экономика: новые реальности и приоритеты XXI века. / В. Д. Супян. – М.: «Анkil», 2001.-152с.
270. Суринов А.Е. Доходы населения. Опыт количественных измерений. / А.Е. Суринов. – М.: Финансы и статистика, 2000. - 432с.
271. США: рынок потребительских товаров и услуг. / Отв. ред. Ю.И. Бабраков, В.А. Федорович. – М.: Наука, 1983. -343с.
272. Сэм Блэк. Паблик – рилейшнз. Что это такое? – «Модио пресс». / С.Б. Паблик. – М. : СП «АСЭС - Москва», 1990.- 239 с.
273. Таджикистан: Отчет по человеческому развитию, 2010г. // Программа развития ООН, 2010. - 125с.

274. Таджикистан: 30 лет государственной независимости статической сборник. // Статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021.- 702с.
275. Тарг С.М. Краткий курс теоретической механики. / С.М. Тарг. – М.: Высш. шк. 1986.- 416 с.
276. Твилдиани Ю.К. Спрос и предложение. / Ю.К. Твилдиани. – М.: Экономика, 1987. -135с.
277. Теория и практика государственного регулирования на переломных этапах экономического развития. – М.: ИМЭМО РАН, 1993.- 225с.
278. Теория переходной экономики. / под ред. Николаевой И.П. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2001. - 487с.
279. Тереск А.А., Коган И.Ш. Движение товара и денег на рынке. // А. А. Тереск, И.Ш. Коган. ЭСВП, М.:-2015.- с.1-2.
280. Терещенко Н.Н. Экономическая диагностика состояния и развития потребительского рынка: монография. / Н.Н. Терещенко. – М.: Креативная экономика, 2008. –384с.
281. Томас Т. Нэгл, Рид К. Холден. Стратегия и тактика ценообразования. / Томас Т. Нэгл, Рид К. Холден. – СПб.: Питер.- 2001. -543с.
282. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация. / под общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М. -2001. – 560с.
283. Тухлиев Н., Таксанов А. Национальная экономическая модель Узбекистана. / Н. Тухлиев, А. Таксанов. – Ташкент: «Укитувчи», 2000. - 347с.
284. Удальцова М. В. О научных основах формирования стратегии социального развития территории Текст. / М. В. Удальцова // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации : вып. 1. — Новосибирск : Гео СО РАН, Манускрипт, 2002. - С. 30-39.

285. Унтура Г.А. Моделирование интегральных рисков социально-экономического взаимодействия в регионе. // Г.А. Унтура Регион: экономика и социология. - 1998.-№ 4. - С. 3-20.
286. Унтура Г.А., Евсеенко А.В., Зверев В.С. Системная оценка интегрального риска взаимодействия экономических субъектов в регионе. // Г.А. Унтура, А.В. Евсеенко, В.С. Зверев Регион: экономика и социология.- 1997.- № 3.- С.48-62.
287. Управление персоналом. / под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. 1998. - 560с.
288. Управление социально-экономическим развитием России: концепции, цели, механизмы. / Рук. авт. колл.: Д.С. Львов, А.Г. Поршневу. – М.: ЗАО «Изд-во «Экономика»», 2002. - 702с.
289. Управление социально-экономическими процессами региона. / под ред. А.С. Новоселова. – Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2000. – С.39-40.
290. Уровень жизни населения Республики Таджикистан (по данным выборочного обследования домашних хозяйств). 2019 год. // Статистический сборник. Госстатагентство при Правительстве РТ. – Душанбе, 2020. – 152с.
291. Ускова Т.В., Попова О.И., Воронцова Т.В. Потребительский рынок города: состояние и перспектива. / Т.В. Ускова, О.В. Попова, Т.В. Воронцова.- Вологда, 2012.-134с.
292. Факеров Х.Н. Инфраструктура потребительского рынка Республики Таджикистан: Проблемы формирования и развития // Х.Н.Факеров. Вестник САМАН, 2002. - № 1(15). – С.49-56.
293. Факеров Х.Н. Потребительский рынок: проблемы регулирования. / Х.Н.Факеров. – Душанбе: Ирфон, 2002. -103с.

294. Факеров Х.Н. Регулирование доходов населения в условиях становления рыночных отношений // Х.Н.Факеров. Проблемы рыночной экономики. Вып. 2. – Душанбе: ТГУК, 2002.- С..3-9.
295. Факеров Х.Н. Роль и значение прогнозов в совершенствовании планирования розничной торговой сети // Х.Н.Факеров. Проблемы интенсификации торговли (сборник науч. трудов), К.: Укр. НИИТОП, 1984. –С.34-38
296. Факеров Х.Н. Стратегия реформ и продовольственная безопасность страны // Х.Н. Факеров. Проблемы рыночной экономики. Вып. 3. – Душанбе, ТГУК, 2001. - С. 3-7.
297. Факеров Х.Н. Теория практика становления инфраструктуры потребительского рынка: / Х.Н. Факеров. - Душанбе.: « Ирфон», 2001-152с.
298. Факеров Х.Н., Зубайдов С. Влияние интеграционных процессов на формирования рынка потребительских товаров. // Х.Н.Факеров, С. Зубайдов Вестник ТНУ, серия социально-экономических и общественных наук,2/9(218), 2016.- С.123-130.
299. Факеров Х.Н., Зубайдов С. К вопросу о формировании инфраструктуры оптовой торговли региона в условиях глобализации. // Х.Н. Факеров, С. Зубайдов. Вестник ТГУК. -№1(26)/2019. Душанбе.: - 2019. - С. 50-54.
300. Факеров Х.Н., Зубайдов С. Национальные особенности функционирования и развития потребительского рынка. // Вестник ТГУК. №4(33)/2020. – Душанбе, 2021. С. 83-87.
301. Факеров Х.Н., Зубайдов С. Некоторые аспекты развития потребительского рынка. // Вестник ТГУК. №4(33)/2020. –Душанбе, 2021. С. 13-22.
302. Факеров Х.Н., Зубайдов С. Потребительский рынок в системе рыночной экономики. Монография. / Социально-экономические проблемы формирования рыночной экономики состояние и перспективы. Под

- редакцией Х.Н. Факерова и Р.К. Раджабов – Душанбе.: «Ирфон» , 2019.- 258с.
303. Факеров Х.Н., Зубайдов С. Прогноз потребительского рынка. // Вестник Современный мир и Таджикистан, № 5 (68)2019.-Душанбе.: -2019. - С.180-197.
304. Факеров Х.Н., Зубайдов С. Совершенствование инфраструктуры потребительского рынка. // Вестник ТГУПБП, научный журнал, № 4. 2017.- С. 204-210.
305. Факеров Х.Н., Зубайдов С. Экономическая оценка развития ресурсного потенциала и социальной инфраструктуры предприятий сферы услуг в Республике Таджикистан. // Матер. шестая меж. конфр. «Таджикистан и современный мир: актуальные проблемы развития инновационной экономики» ТГУК, Душанбе.: -2018. - С. 238- 243.
306. Факеров Х.Н., Зубайдов С., Саидова М. Х. Оценка эластичности спроса на рынке потребительских товаров Республики Таджикистан. // Материалы V межд. научно- прак. конфр. «Таджикистан и современный мир: актуальные проблемы развития инновационной экономики»,ч.1.Душанбе.: -2017.-С. 228-231.
307. Факеров Х.Н., Раджабов Р.К., Зубайдов С. Моделирование и совершенствование инфраструктуры потребительского рынка. Монография / Х.Н.Факеров, Р.К.Раджабов, С.Зубайдов. – Душанбе.: «Ирфон», 2017. - 122 с.
308. Факеров Х.Н., Шаропов Ф.Р., М. М. Мариншоев .Формирование социально-экономического механизма развития розничной торговли. Монография /Х.Н. Факеров, Ф.Р. Шаропов, М.М. Мариншоев. – Душанбе: «Ирфон». - 2017. – 208 с.
309. Федько В.П., Федько Н.Г. Инфраструктура товарного рынка. / В.П.Федько, Н.Г.Федько. – Ростов н/Д: Феникс.- 2000. -135с.

310. Федько Н.Г., Федько В.П. Поведение потребителей. / Н.Г. Федько, В.П. Федько. – Ростов н/Д: Феникс. -2001. – 352с.
311. Феокристова Б.М., Красюк И.Н. Маркетинг: теория и практика. / Б.М.Феокристова, И.Н. Красюк. – М.: Высшая школа, 1993. - 408с.
312. Фетисова О.В. Структурно-функциональная модернизация регионального потребительского рынка: монография. / О.В.Фетисова – Волгоград: изд-во ВолГУ, 2011. – 206 с.
313. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. / С.Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи. – М.: Дело ЛТД, 1993. – 450с.
314. Фридман, А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества. / А. М. Фридман. – М.: Дашков и К, 2008. – 625с.
315. Фокина О.В. Методология обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур сферы общественного питания на основе маркетинговой компетентности: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Фокина Ольга Александровна. - Санкт-Петербург, 2015. – 347с.
316. Хабибов С.Х. Торговля в перестройке. / С.Х. Хабибов.– Душанбе.: «Ирфон», 1989. -107с.
317. Хейдвуд Р. Термодинамика равновесных процессов. / Р.Хейдвуд – М.: Мир, 1983. – 493с.
318. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. // В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева.– М.: Финансы и статистика, 1999. – С.15-17.
319. Цвылев Р.И. Постиндустриальное развитие: уроки для России. / Р. И. Цвылев. - М.: Наука, 1996. -205с.
320. Чаплина А.Н. Организационно-экономические инструменты реализации стратегии развития организаций рынка потребительских услуг. / А. Н. Чаплина. – Красноярск, 2004. – 340 с.

321. Черепов В.В. Оптимизация товарных запасов. /В.В. Черепов // Логистика: проблемы и решения, 2014. - №5. - С. 56-59.
322. Чусова, А.Е. Потребительский рынок России: диагностика отраслевых и региональных проблем / Под ред., д.э.н. Г.А. Агарков. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2012. – 280 с.
323. Шаланов Н.В. Исследование развития региональной системы торговли. / Н.В. Шаланов. – Новосибирск: Изд-во НГУ, 1995. - 83с.
324. Шаланов Н.В. Моделирование основных аспектов предпринимательской деятельности. / Н. В. Шаланов. – Новосибирск, 2002. – 78с.
325. Шарипов М.М. Формирование конкурентоспособной организации потребительской кооперации на рынке потребительских товаров и услуг. / М.М. Шарипов. - Душанбе: Ирфон, 2009. -152 с.
326. Шаропов Ф.Р. Управление социально-экономическим развитием розничной торговли. Монография [текст]. Ф. Р. Шаропов – Душанбе: «Ирфон», 2018. –280 с.
327. Шаропов Ф.Р. Управление социально-экономическим развитием розничной торговли: теория, методология, стратегия: дисс.... докт. экон. наук 08.00.05 / Фарход Разокович Шаропов.-Душанбе, 2018. -305с.
328. Шерер Ф.М., Росс Д. Структура отраслевых рынков: Пер. с англ. / Ф.М. Шерер, Д. Росс. – М.: ИНФРА –М, 1997. - 698с.
329. Шнипер Р.И., Новоселов А.С. Региональные проблемы рынковедения: Экономический аспект. / Р.И. Шнипер, А.С. Новоселов. – Новосибирск: Наука, 1993. – 443 с.
330. Шуляк П.Н. Ценообразование. / П.Н. Шуляк.–М.: Издательский дом «Дашков»,1999. -216с.
331. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. / Й. А. Шумпетер. – М.:Директ-Медиа, 2007. – 400 с.

332. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания / Т. И. Арзуманова, М. Ш. Мачабели. – М.: Дашков и К. - 2009. – 272 с.
333. Экономика отрасли: торговля и общественное питание / Е. А. Карпенко и др. – М.: Альфа – М: Инфра-М, 2010. – 221 с.
334. Экономика предприятия: в сфере товарного обращения / Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова, Т. И. Марченко. – Москва: КноРус.- 2007. – 298 с.
335. Экономика торговли / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов, Г. И. Терехова. – М.: Форум, 2011. – 229 с.
336. Экономика торгового предприятия / С. Н. Лебедева, Н. А. Сныткова, А. В. Гавриков. – Минск.: Новое знание.- 2007. – 239 с.
337. Экономика торгового предприятия: торговое дело. / [Л. А. Брагин и др.]. – М: Инфра-М, 2010. – 313 с.
338. Экономика труда и социально-трудовые отношения. / Под ред. Г.Г. Меликьяна, Р.П. Колосовой. – М.: Изд-во МГУ, изд-во ЧеРо., 1996. – 623с.
339. Экономическая библиотека - <http://economy-lib.com/mehanizm-upravleniya-investitsionnymi-riskami-v-energetike-respubliki-tadzhikistan#ixzz6UnmbJeco>.
340. Экономическая библиотека - <http://economy-lib.com/strategiya-integrativnogo-razvitiya-potrebitelskoj-kooperatsii-respubliki-buryatiya#ixzz6UQ8yriV1>
341. Экономическая система современной России: пути и цели развития: Монография / Под ред. А.А. Пороховского (Электронное издание). – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова.- 2015. – 896с.
342. Экономический подъем в России в 1998 – 2005 гг.: стратегия действий // Проблемы прогнозирования. – 1998. - № 3. -С.38-46.
343. Becker В.М., and Tillman F. Management checklist for a Family Business. – Fort Worth: US Small Business Administration, 1976. – 235p.
344. Castells M. The rise of the networe society. Malden (Ma). – Oxford. Black well Publishers, 1996. -594 p.

345. Cherepov V. V. Optimization of Goods Reserves / V. V. Cherepov // Logistics of Problems and its Solution. 2014, №5. –pp. 56-59 .
346. Ciscel D. Galbraith's Planning System as a Substitute for Market // Journal of Economic Issues, Vol. 18, No. 2, June 1994, pp. 411-418.
347. Clark J.M. Social Control of Business. – Chicago, 1926. - 483p.
348. Davis P. and D. Stern, 'Adaptation, survival, and growth of the family business: an integrated systems perspective', Human Relations, vol. 34, No. 4 (1980), pp. 207-224.
349. Fathuddinov R. A. Organization of Manufacturing. M.: "INFRA-M".- 2013. – 672 p.
350. Friedman M. Money and Economic Development. – New York: Praeger.-1973. - 67p.
351. Gadginsky A. M. Logistics / A. M Gadginsky. –M.: "Marketing" publishing-book-trading centre. -2003. – 408 p.
352. Hedley M.J. Rural social structure and the ideology of the "family farm". //Canadian journal of anthropology.-1981. 2 (1): 85-9.
353. Heilbroner R., Thurow L. The economic problem. – London, 1988. -383p.
354. Моя Библиотека. [Электронный ресурс]: <http://drjikow.narod.ru/lgldin/htm>. (Дата обращения 24.02.2017).
355. Единый информационный портал. Деловая культура Таджикистана [Электронный ресурс]: <http://m.rusexporter.ru/business-etiquette/503/>. (Дата обращения 21.02.2017).
356. Юриспруденция. О «парадоксе Галасюка» или почему физики и экономисты поразному оценивают динамику одних и тех же процессов. [Электронный ресурс]: <http://urist-edu.ru/buhgalteriya/11113/index.html>. (Дата обращения 19.05.2018).
357. Моя Библиотека. [Электронный ресурс]: <https://lirt.hse.ru/news/577859.html>. (Дата обращения 21.02.2019).

358. Моя Библиотека. [Электронный ресурс]: <https://mybiblioteka.su/8-84315.html>. (Дата обращения 11.10.2017).
359. Официальный сайт. Спутник. [Электронный ресурс]: <https://tj.sputniknews.ru/opinion/20171220/1024221329/nematullo-hikmatullozoda-tadzhikistan-ministr-ekonomikm.html>. (Дата обращения 01.06.2016).
360. Iochimsen R. Theorie der Infrastructure Tubingen. - 1996, p. 99. • 436. Marchand D.A., Horton F.W., jr. Infotrends: Profiting from your inform.
361. Lipton Dand Sachs J.P. Prospects doc Russia Ekonomik Reforms // Broovinds Paptvs on aktivite. – 1992. – pp.213-283.
362. Marchand D.A., Horton F.W., jr. Infotrends: Profiting from your inform. Resources. – New York.: – Wiely. 1986. – 324p.
363. Mazaraki A. A. Economy of Trading Enterprise // A. A. Mazaraki, N. M. Ushakova, L.A. Ligonenko. – M.: “Medium” publishing-house, 2012. – 800 p.
364. Mc. Kinnon Ronald J. The Order of Economic Liberalization. Financial Control in the Transition to a Market Economy. – The Johns Hopkins University press. – Baltimore. London.: -1991. - 264p.
365. Pambukhchiyants A.V. Organization and Technology of Commercial Activity // A.V. Pambukhchiyants. –M: Dashkov and Co. – M,2014. - 296 p.
366. Pankratov F. G. Sereghin T. K Commercial Acrivity. // F. G Pankratov. –M.: “Marketing” informational-instilling centre. M.: “INFRA-M” 2000. -580 pp.
367. Pride W.P., Fevvell O.C. Marketing. Houghton Mifflin Company, 1995. -753p.
368. Radjabov R. K. The Problems Beset with Modelling of the Development Concerned with Regional Transport System // R. K. Radjabov, I. A. Amonulloyev // Bulletin of the Tajik Engineering University named after academician M. Osimi. 2015, №3 (31). –Dushanbe. – pp. 135-139.
369. Rajabov R. K. Formation of the Strategy Dealing with Enterprise Development under the Conditions of Transitive Economy // R. K Rajabov, M. Kh. Saidova,

- S. Sh. Nizomiddinov // Scientific notes of Khujand State University named after academician B. Gafurov. Series of Natural and Economy Sciences. 2016, №2 (37). –pp. 78-91.
370. Reference Literature: 1. Blanc I. A. Management with Trading Enterprise // I. A. Blanc. – M.: Economics, 1998. – 263 p.
371. Richard Schmalensee. «Product differentiation advantages of pioneering brands». American Economic Review, vol. 72 (June, 1982). – pp. 349-365.
372. Robert H. Hayes, Steven C. Wheelwright, Kim B. Glavk. Dynamic Manufacturing. – New York.: The FREE PRESS. 1988. – 448p.
373. Rosenstein – Rodan P. Notes on the theorie of the “Big Push”// Economic development for Latin America. New York.: -1961. vol. 4, pp. 1190-1213;
374. Statistical Annual of Tajikistan Republic. – Dushanbe; agency on Statistics under the Auspices of TR President, 2017. – 466p.
375. Stein., ed. Public Infrastructure and planning management. Newbury Park, Calif. : Sage Publications.: - 1988. - 244 p.
376. Thurow L. Dangerous Currents: The State of Economics. / L. Thurow. – Oxford.: -1993. -264p.
377. Vinogradskaya A. M. Commercial Activity of Trading Enterprise / A. M. Vinogradskaya. –M.: KN Trading- Economic Managerial office, 2015. – 278 p.
378. William T. Robinson, Claes Fornell, Sources of market pioneer Advantages in Consume Good Industries. Journal of marketing Research.// Journal of Marketing Research Vol. 22, №. 3 (Aug., 1985), pp. 305-317
379. www.prezident.tj. (дата обращения 3.02.2021)

Определение рынок с точки зрения различных ученых

№п/п	Определение рынок
1	Рынок - институт или механизм, который сводит вместе покупателей (предъявителей спроса) и продавцов (поставщиков) конкретного товара или услуги.
2	Рынок – это совокупность экономических отношений производства и обмена товаров при помощи денег.
3	Рынок – это обмен, организованный по законам товарного производства и обращения.
4	Рынок – это механизм взаимодействия продавцов и покупателей, отношения спроса и предложения.
5	Рынок – это любое взаимодействие, в которое люди вступают для торговли друг с другом.
6	Рынок оказывает огромное воздействие на все стороны хозяйственной жизни, выполняя ряд функций.
7	Рынок – это система взаимодействия продавцов и покупателей, посредством цены, который является величиной относительно продолжительности жизни (определение автора)..
8	<ul style="list-style-type: none"> • обеспечение взаимодействия производства и потребления.
9	<ul style="list-style-type: none"> • регулирующую. Рынок выступает регулятором производства, спроса и предложения. Рост цен является сигналом к расширению производства, падение цен – к сокращению.
10	<ul style="list-style-type: none"> • стимулирующую. Посредством цен рынок стимулирует внедрение в производство достижений научно-технического прогресса (НТП), снижение затрат на производство

	продукции и повышение ее качества, расширение ассортимента товаров и услуг.
11	<ul style="list-style-type: none">• информационную. Рынок дает объективную информацию об общественно необходимом количестве и качестве тех товаров и услуг, которые на него поставляются.
12	<ul style="list-style-type: none">• посредническую. В рыночной экономике потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика продукции, а продавец – наиболее подходящего покупателя.
13	<ul style="list-style-type: none">• санирующую (санитарную). Рынок очищает общественное производство от экономически слабых, нежизнеспособных хозяйственных единиц и поощряет развитие эффективных фирм.
14	<ul style="list-style-type: none">• социальную. Рынок дифференцирует производителей.

Виды конкурентной борьбы

Классификационный признак	Виды	Характеристика вида
Масштаб конкуренции	Местная	Конкуренция в рамках одного географического субъекта
Национальная	Конкуренция между отечественными производителями внутри отдельной страны	
Глобальная	Конкуренция на мировом рынке	
Внутриотраслевая	Формирует рыночную цену на товар и определяет уровень прибыльности отрасли	
Межотраслевая	Обеспечивает макроэкономическое равновесие	
Способ соперничества	Ценовая	Возникает путем искусственного сбивания цен на данную продукцию. При этом широко используется ценовая дискриминация, которая имеет место в том числе, когда данный продукт продается по разным ценам, и эти ценовые различия не оправданы различиями в издержках
Неценовая	Проводится посредством совершенствования качества продукции, технологии производства, инноваций и выпуска новых товаров, патентирования и брендинга	
Характер конкуренции	Совершенная	Состояние рынка, когда на рынке много покупателей и продавцов и ни одна группа не может повлиять на положение рынка, на рынке реализуются однородные товары, нет барьеров входа и выхода

Несовершенная	Количество фирм на рынке может сократиться до одной, характер продукции может быть уникальным, предприятия не имеют равного доступа к информации, действуют рыночные барьеры	
Соотношение спроса и предложения (крайние случаи совершенной и несовершенной конкуренции)	Чистая конкуренция	Относится к виду совершенной конкуренции. Характеризуется большим числом покупателей и продавцов, не обладающих достаточной силой, чтобы повлиять на цены; недифференцированными, полностью взаимозаменяемыми товарами, которые продаются по ценам, определяемым соотношением между спросом и предложением (товары схожи, много товарозаменителей); полным отсутствием рыночной силы
Олигополия	Относится к несовершенному виду конкуренции. Ключевыми характеристиками рынка олигополистической конкуренции являются: незначительное число конкурентов, создающих сильную взаимосвязь; большая рыночная сила: сила реактивной позиции, измеряемая эластичностью реакций фирмы на действия конкурентов; схожесть товаров и ограниченность количества их типоразмеров.	
Монополия	Исключительное право на право на производство, покупку, продажу, принадлежащее одному лицу, определённой группе лиц или государству. Возникает на основе	

	<p>высокой концентрации и централизации капитала и производства. Цель — извлечение сверхвысокой прибыли. Обеспечивается посредством установления монопольно высоких или монопольно низких цен. Характерные признаки:</p> <ul style="list-style-type: none"> · единственный продавец; · отсутствие близких продуктов-заменителей; · диктуемая цена. 	
	<p>Монополистическая конкуренция</p>	<p>Относится к несовершенному виду конкуренции. Характеризуется следующими свойствами: множество продавцов и покупателей, но не больше, чем при совершенной конкуренции; невысокие барьеры для вступления на рынок; разнородная, дифференцированная продукция, совершенная информированность продавцов и покупателей об условиях рынка; преимущественно неценовая конкуренция.</p>

**Определение физико-экономические направления науки с точки зрения
различных ученых**

№ п/п	Определение физическая экономика:
1	Исследование в рамках которых методология физики применяется при изучении экономических явлений.
2	Физическая экономика позволяет использовать физические аналоги как прогнозный инструмент экономических исследований
3	Это обработка высокочастотных финансовых данных.
4	Понимание применение методов теории сложных систем или методов теоретической физики к экономике, финансам и бизнесу.
5	Понимание некоторое расширение методов статистической физики на экономические процессы, допускающие количественный анализ.
6	Это новое слово, используемое для описания работы, которую делает физик, рассматривающий финансовую и экономическую системы как сложные.
7	По сути, является разделом современной физики, изучающим экономические явления, а также экономическую теорию вообще.
8	Определяют как основанное на опытных данных моделирование, при котором становится вопрос не о том, что мы можем сделать с данными, но спрашивается, что мы можем узнать из этих данных о работе реальных рынков.
9	Начинают рассматривать в качестве единой теории, описывающей как функционирование глобальной системы мирового капитализма, так и поведение на рынке отдельных экономических субъектов.
10	Есть междисциплинарная область исследований, применяющих теории и методы, развитые физиками, чтобы решать проблемы

	экономики.
11	Это науки о состояниях финансово-экономических структур и объектов в экономической сплошной среде, а также особая часть эконометрики.
12	Это рычаг экономики, не только самая прекрасная, но и самая могущественная и универсальная наука.
13	Это наука о применении творческого разума человека на практике, как процесса преобразования вселенной посредством социально-экономической деятельности человека (Дж.Тенненбаум).

Физико-экономические модели, используемые при формировании и развитии потребительского рынка

№ п/н	Название модели	Содержание модели
1	Физические моделирования спроса	<p>В экономике при анализе состояния общества большую роль играет такой показатель, как величина спроса на тот или иной вид продукции. Как пример, можно привести функции Торнквиста</p> <p>$Q_I(r) = a_1 r / r + b_1$, $Q_{II}(r) = a_2 (r - r_{\min}) / r + b_2$, для товаров первой и второй необходимости соответственно. В качестве аргумента используется покупательская способность $r = P/p$, зависящая от P- дохода населения, p - цены продукта. a_1, b_1, a_2, b_2- параметров модели. В [1] проводится анализ функции спроса, которую можно задать в виде : $Q(r) = Q_I(r) + Q_{II}(r)$, где $r = U/p$ – также покупательская способность, но уже зависящая от U - средства населения (накоплений), p- цены.</p> <p>Относительно функции $Q(r)$ в [2] сделано допущение об однопродуктовом приближении. Эта означает, что в стационарных условиях в качестве аргумента функции спроса нельзя использовать величину дохода, как это делалось в функции Торнквиста, поскольку на приобретение продукции тратился бы весь доход. Вид функций $Q_I(r)$ и $Q_{II}(r)$ определяется так же, как и у соответствующих функций Торнквиста.</p> <p>$Q_I(r) = Q_{I,0}(r) [r / (r + r_{I,0}) + \varepsilon_1 r]$, - функция спроса на товары первой необходимости,</p> <p>$Q_{II}(r) = Q(r - r_{\min}) \{ [Q_{II,0}(r - r_{\min}) / (r - r_{\min}) + r_{II,0}] + \varepsilon_2 (r - r_{\min}) \}$ – функция спроса на товары второй необходимости.</p> <p>$Q(x) = \{0, \text{ при } x < 0; \quad 1, \text{ при } x > 0\}$. Значения функции спроса зависят от величины, который носят эмпирический характер. Поясним их суть. При отсутствии накоплений спрос отсутствует: $Q_I(0) = 0$. При неограниченном увеличении покупательской способности $r \rightarrow \infty$, $Q_I(r)$, возрастает и стремится к $Q_{I,0}$, что выражается насыщением товарами первой необходимости, т.е. достигается $Q_{I,0}$ – прожиточный минимум. При этом $Q_I^*(r) < 0$ (функция выпукла вверх),</p>

		<p>что означает достаточно медленное возрастание спроса. Аналогично и $Q_{II}(r)$ может достигать предела насыщения при $r \rightarrow \infty, Q_{II,0}$ - величина полного удовлетворения товарами второй необходимости. Функция $Q_{II}(r)$ возникает лишь тогда, когда покупательская способность достигает значения r_{min} - покупательская способность, до которой приобретаются только товары первой необходимости, что выражается коэффициентом $\theta(r-r_{min})$. Показатели $r_{1,0}$, $r_{II,0}$ достаточно вариативны, отражают психологический фактор в обществе, и для их определения применяются экспертные оценки. $r_{1,0}$ - значение покупательной способности, для которого достигается половина прожиточного минимума, $r_{II,0}$ - величина, характеризующая поведение людей со средним достатком.</p> <p>Величины $\varepsilon_1, \varepsilon_2 > 0$ отражают рост спроса на товары с увеличением накоплений.</p>
2	<p>Модель количество произведенного продукта</p>	<p>Для описания базовых моделей эконофизики в [3] приложена функция, определяющая количество произведенного продукта $F(r, n, \tau)$. Функция зависит от переменных: τ- длительность производственного цикла (взятая за единицу времени) n - количество работников, занятых на производстве:</p> <p>$F(V, n, \tau) = nF_{cp}(V/n, \tau) = \{nV/pn\tau = r/\tau$ при $r/(n\tau) \leq F_{max}$; nF_{max} при $r/n\tau \geq F_{max}$, где F_{max} - максимальное количество продукта, производимого одним работником, V-оборотные средства и V/n-в расчете на одного работника, r- вложенные (оборотные) средства. В параметрах производственной функции влияние психологического фактора так же, как и в функции спроса, является существенным. Это касается F_{max} и τ.</p>
3	<p>Модель Лотки-Вольтерры</p>	<p>В своих исследованиях физики обращаются к огромному количеству эмпирических данных, накопленных за достаточно длительный период времени (сведения о стоимости ценных бумаг, курсов валют, доходы, уровнях потребления различных групп населения, объемов производства отраслей и т.д.). как известно, в адаптированной модели применяются существующие законы физики, математические методы исследования. Известна модель Лотки-Вольтерры - модель,</p>

		<p>описывающая динамику численности двух представителей видов (хищник-жертва, паразит-хозяин), которую можно использовать для описания различных видов взаимодействия двух видов. Обобщением модели Лотки-Вольтерры считается динамическая система уравнений</p> $\dot{x}_i = x_i (c_i - b_{ij}x_j - a_i x_i), \quad i=1, 2, \dots, n,$ <p>a_i, b_{ij}, c_i – коэффициенты, отражающие взаимодействие между представителями одной и различных групп.</p>
4	<p>Модель фазового перехода</p>	<p>.Для формулировки модели используются понятия спроса и производственной функции, описанные как в модели однопродуктовая. В качестве динамических переменных выступают накопления «трудящихся», количество продуктов на складе, цена продукта. Прежде всего, обозначим n' – число «трудящихся», m' – число «владельцев», U_m, U_n – сумма накоплений «владельцев» и «трудящихся» соответственно, P_m, P_n – их доходы, $m'U_m + n'U_n = M$ – количество денег в обществе, $n' + m' = N$ – число экономически активных людей, которое будем считать постоянным. Далее введем относительные численности $m = m'/N, n = n'/N$ и относительные накопления $mU_m + nU_n = M/N = \bar{U}$, $r_m = U_m/p, r_n = U_n/p$ – покупательные способности каждого класса. Динамика накоплений «трудящихся» выражается балансом их доходов P_n и расходов $Q(r_n)$ (функции спроса): $dU_n/dt = p[P_n - Q(r_n)] + r_n dp/pdt$, где последнее слагаемое – индексация зарплаты «трудящихся» при ценовой инфляции, учитывая, что количество денег M остается неизменным. Динамика изменения продукции на складе определяется его производством F (поступлением на склад) и продажей $J(R)$:</p> $dR/dt = \gamma [nF(r_m) - J(R)],$ <p>где γ – безразмерный коэффициент, определяемый уровнем развития логистики склада. Измерение цены p характеризуется балансом спроса на товар и его производством:</p> $dp/dt = \alpha N [nQ(r_n) + mQ(r_m) - nF(r_m)].$ <p>.Анализ и решение данной модели аналогичны в физике исследованию изолированной системы и ее фазовых состояний и фазовых переходов. Построен и проанализирован фазовый портрет модели. Выявлено, что даже при одинаковых значениях параметров</p>

		общество может находиться в одном из двух состояний: высокопроизводительном или низко производительном. Возникает вопрос именно какое состояние, это зависит от управляющих действий. При различных управленческих стратегиях, а также действиях работников возможны переходы между состояниями. Указанная модель хорошо воспроизводит сложную динамику около 20 основных макроэкономических показателей за определенный период.
--	--	--

Источник: составлено автором на основе [1] Чернавский Д.С., Старков Н.И.,ЩербаковА.В. О проблемах физической экономики.// Успехи физических наук.2002.Т.172,№9. С.1045-1066.
[2] Чернавский Д.С., Старков Н.И.,ЩербаковА.В. Динамическая модель закрытого общества (институциональные ловушки и кризисы)// Матем. Моделирование. 2001.Т.13,№11.- С.97-115.

Программа для построения графиков

Data Source: Data 1 in prom

Equation: Polynomial; Quadratic

$$f=y_0+a*x+b*x^2$$

Dynamic Fit Options:

Total Number of Fits 200

Maximum Number of Iterations 200

Parameter Ranges for Initial Estimates:

Minimum Maximum

y0-2115500,68756346502,0625

a -6326,1445 2108,7148

b -0,52551,5765

Summary of Fit Results:

Converged 100,0%

Singular Solutions 0,5%

Ill-Conditioned Solutions 99,5%

Results for the Overall Best-Fit Solution:

R	Rsqr	Adj Rsqr	Standard Error of Estimate
0,9682	0,9374	0,9060	3,3906

Coefficient Std. Error t P

y 0,2114427, 40701514540, 3447 1,3961 0,2352

a -2107,6474 1506,2579 -1,3993 0,2343

b 0,52520, 3745 1,4025 0,2334

Analysis of Variance:

Analysis of Variance:

	DF	SS	MS
Regression	3	57059,1045	19019,7015
Residual	4	45,9858	11,4964
Total	7	57105,0903	8157,8700

Corrected for the mean of the observations:

	DF	SS	MS	P
Regression	2	688,0261	344,0131	0,0039
Residual	4	45,9858	11,4964	
Total	6	734,0119	122,3353	

Statistical Tests:

Normality Test (Shapiro-Wilk) Passed (P = 0,8001)

W Statistic= 0,9578 Significance Level = <0,0001

Constant Variance Test Passed (P = 0,3884)

Fit Equation Description:

[Variables]

$x = \text{col}(1)$

$y = \text{col}(3)$

$\text{reciprocal_y} = 1/\text{abs}(y)$

$\text{reciprocal_ysquare} = 1/y^2$

'Automatic Initial Parameter Estimate Functions

$F(q) = \text{ape}(x; y; 2; 0; 1)$

[Parameters]

$y_0 = F(0)[1]$ "Auto {{previous: 2,11443e+006}}

$a = F(0)[2]$ "Auto {{previous: -2107,65}}

$b = F(0)[3]$ "Auto {{previous: 0,525241}}

[Equation]

$f = y_0 + a*x + b*x^2$

fit f to y

"fit f to y with weight reciprocal_y

"fit f to y with weight reciprocal_ysquare

[Constraints]

[Options]

tolerance=1e-10

stepsize=1

iterations=20

Существующая структура системы госрегулирования аграрного сектора в
Америке и Российской Федерации по основным направлениям

Направления государственного регулирования	США			Россия
	годы			Годы
	до 30-х	30-е	90-е	90-е
Регулирование цен и доходов				
Поддержание цен на сельскохозяйственной продукции	-	++	++	+
Поддержание дохода фермеров	-	-	++	-
Стабилизация (страхование) доходов	-	+	++	+
Ограничения посевных площадей	-	++	++	-
Поддержание цен на федеральном рынке молока	-	+	+	-
Реализация кредитных программ				
Государственный кредит	-	++	+	++
Кредитная кооперация сельхозпроизводителей	+	++	+	++
Осуществление регулирования системы маркетинга продукции				
Система рыночной информации	+	+	+	?
Регулирование практики торговли	+	+	+	-
Стимулирование кооперативного движения	+	+	+	?
Стимулирование сбыта сельхозпродукции	-	-	+	-
Федеральные рынки сбыта плодов и овощей	-	+	+	-
Внешнеторговые программы				
Информационное обеспечение	-	+	++	-
Развитие экспортных рынков	-	-	++	-
Экспортные субсидии	-	+	+	-
Экспортный кредит (гарантии кредита)	-	-	++	-
Государственный экспорт	+	-	++	-
Международные торговые соглашения	-	-	++	+
Реализация научно-информационной политики				
Государственная наука	++	++	++	+
Поддержка и стимулирование НИР в частном секторе	-	-	++	?
Регулирование прав собственности на изобретения	-	+	++	?
Внедрение сельскохозяйственных знаний	++	++	+	?
Контроль качества и безопасности продовольствия				
Профилактика инфекционных заболеваний	+	+	++	?

Контроль содержания остатков сельхозхимии	-	-	++	?
Регулирование использования пищевых добавок	-	-	+	?
Продовольственная помощь населению				
Продовольственные талоны	-	+	++	-
Программы детского питания	-	+	++	-
Программа матери и ребенка	-	-	++	-
Прямое распределение продуктов	-	+	+	-
Рациональное питание и борьба с потерями продуктов				
Рациональное питание	-	-	++	-
Борьба с потерями продовольствия	-	-	++	-
Оптимизация использования природных ресурсов				
Освоение земель и политика собственности	+	-	-	++
Рациональное использование и консервация земель	-	+	++	?
Хозяйственное освоение сильно увлажненных земель	+	+	-	?
Консервирование сильно увлажненных земель	-	-	++	-
Ирригация засушливых земель	++	+	+	?
Обеспечение качества воды	-	-	++	-

Примечание: «-» - программы не существует или она практически отсутствует;

«?» – законодательно оформлено, но не реализуется либо стадии реализации под вопросом;

«+» – существует и реализуется;

«++» – реализации программы этой группы уделяется приоритетное значение.