

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
(на материалах Республики Таджикистан)**

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

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени доктора
экономических наук

Душанбе – 2022

Работа выполнена на кафедре маркетинга и коммерции
Таджикского государственного университета коммерции

Научный консультант: **Факеров Хамидуллохон Нуриддинович**, доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Черняков Михаил Константинович**, доктор экономических наук, профессор по кафедре аудита, учета и финансов Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Новосибирский государственный технический университет»,

Джурабаев Гафурджон, доктор экономических наук, профессор по кафедре государственного и местного управления Международного университета туризма и предпринимательства Таджикистана

Самандаров Искандар Хусейнович, доктор экономических наук, проректор по воспитательной работе Таджикского аграрного университета имени Шириншоха Шотемура

Ведущая организация: Институт экономики и демографии Национальной Академии наук Республики Таджикистан

Защита диссертации состоится «24» сентября 2022 года в 12-00 часов на заседании диссертационного совета Д 999.031.03 по защите докторских и кандидатских диссертаций на базе Таджикского национального университета, межгосударственного образовательного учреждения высшего образования «Российско-Таджикский (Славянский) университет», Таджикского государственного университета коммерции по адресу: 734061, Республика Таджикистан, г. Душанбе, ул. Дехоти, ½.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на официальном сайте Таджикского государственного университета коммерции <http://www.ddtt.tj>. Объявление о защите диссертации и автореферат диссертации размещены на официальном сайте ТГУК: <http://www.ddtt.tj> и направлены для размещения в сети Интернет ВАК при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации по адресу: vak.minobrnauki.gov.ru.

Автореферат разослан «___» августа 2022 г.

**Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат экономических наук**

С. С. Хабибова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

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

Повышение 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.

В условиях Таджикистана, потребительский рынок имеет устойчивое развитие под влиянием рынка СНГ и зарубежных стран и, углубления интеграционных и глобализационных процессов, способствующих 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. На это и нацелена принятая в РТ «Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года»¹ предусматривающая обоснованные сценарии социально-экономического развития, а также возрастание 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 потребителю рынку присущи специфические особенности, связанные с системой воспроизводственных процессов, решения социальных проблем общества. Формирование приоритетов по развитию потребительского рынка показывает, что отсутствуют комплексные научные исследования закономерностей функционирования и регулирования, что требует разработки и реализации подходов 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,

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

совершенствования рыночных процессов, предоставления услуг, улучшения трудовой деятельности и развития социально-экономических отношений.

Степень разработанности диссертационного исследования. Решение 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., Капелюк З.А., Новоселова А.С., Новоселова Ю.А., Орлова А.В., Фридмана А.М., Чаплина А.Н., Чернавский Д.С., Чернякова М.К., Чусова А.Е., Шаланова Н.В., Шнипера Р.И. и др.

Исследованию вопросов физико-экономического моделирования потребительского рынка посвящены работы зарубежных, российских и отечественных ученых таких как: 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, Раджабов Р.К., Факеров Х.Н. 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., Рауфи А., 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-культурный спрос.

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 в 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 и разработать экономико-физическое моделирование 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 выполнено в соответствии со следующими пунктами Паспорта номенклатуры специальностей научных работников (экономические науки) ВАК при министерстве науки и высшего образования Российской Федерации: «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 индукции и дедукции, 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 работы 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-обоснованной концепции, 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, ценообразования 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 территорий.

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 данного 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, 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 качества обслуживания потребителей и конкурентоспособности субъектов потребительского рынка и цифровизации, а также повышение уровня жизни населения и улучшение качества 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 44 работах, общим объемом 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, пяти глав, содержащих 17 параграфов, выводов и предложений, списка использованной литературы, включающего 379 источников и приложения. Основное содержание изложено на 257 страницах, сопровождается 33 таблицами, 37 рисунками и 6 приложениями.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

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

В условиях рыночной экономики исследование закономерностей и факторов формирования, функционирования и развития потребительского рынка (ПР) выступает важнейшим условием придания научным поискам в области изучения рынка характера системности и завершенности. Выступая в качестве важнейшего структурообразующего элемента воспроизводственного процесса рыночного хозяйства, потребительский рынок обеспечивает движение товарных потоков по законам товарно-денежных отношений. Именно потребительский рынок является замыкающим звеном воспроизводственных процессов, так как все циклы последнего – производство, распределение, обмен, потребление – призваны, в конечном счете, удовлетворить потребности людей. Развитие рыночных отношений требуют ускорения 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.

По мнению автора решение этих задач заложены в принятой «Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года», где выделяются стратегические инновационные приоритеты всех отраслей в т.ч. и развития потребительского рынка страны. Важно выделить инновационные проблемы потребительского рынка (рис.1).

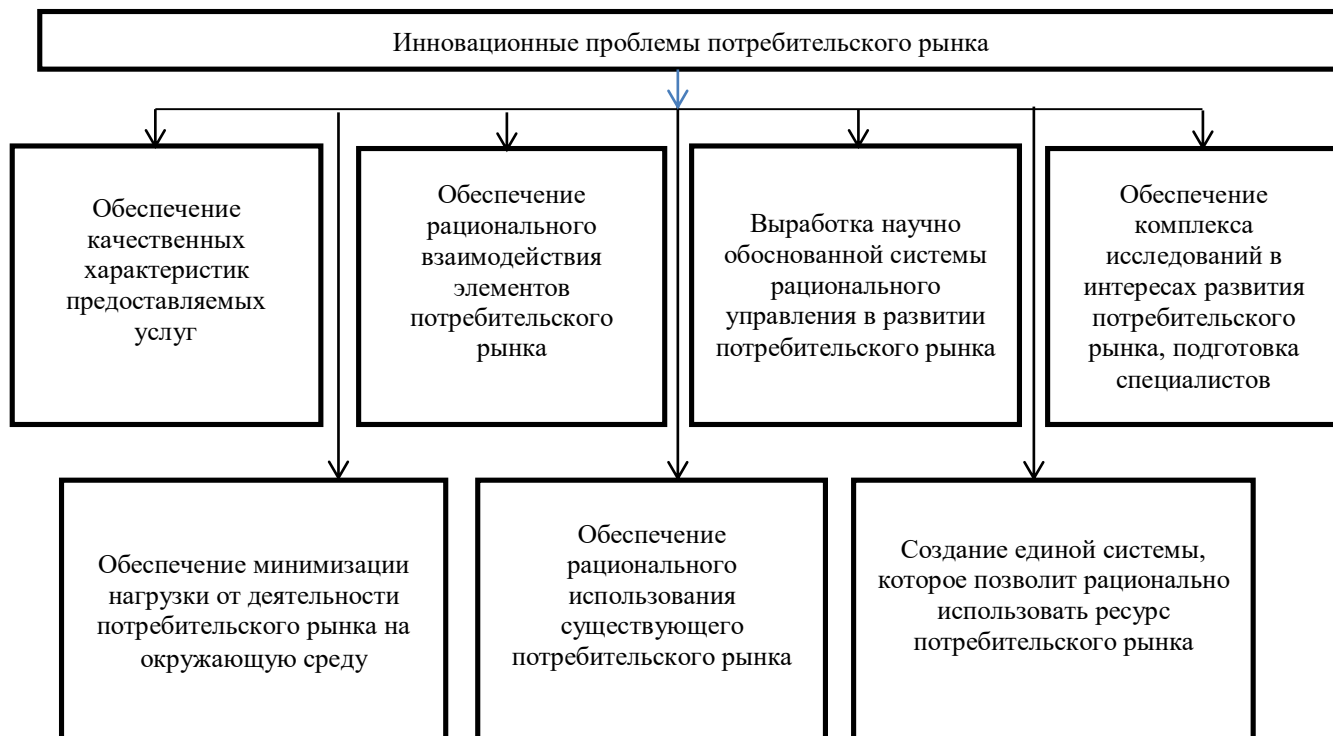


Рисунок 1- Иновационные проблемы потребительского рынка

Автор выделяет возможности построения комплексов с целью изучения потребительского рынка Таджикистана и формирования его структуры и подсистем. При этом важной проблемой при использовании ресурсов является формирование и развитие

потребительского рынка. Следует отметить, что существующие проблемы потребительского рынка между собой взаимосвязаны и их совместное исследование считается первоочередным при исследовании проблем потребительского рынка.

В целом потребительский рынок освобождает экономику от 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 потребительского рынка. 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 и на третьем уровне рассматривают внутренний механизм и условия развития ПР, механизм функционирования и совершенствования, а также вопросы ускоренного развития его инфраструктуры.

На следующем концептуальном уровне изучают субъекты потребительского рынка (ПР), регулирование процесса развития и управления, а также применение различных моделей для прогнозирования развития ПР в новых условиях.

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

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, ценообразование и др.

Автором оценены методологические позиции о месте и роли потребительского рынка в системе воспроизводственных процессов и его атрибутов – спроса, предложения, цены, считает, что данный рынок не следует относить только к сфере обмена, товарного обращения, связующего звена товаропроизводителей и потребителей. Такой подход, по крайней мере, выхолащивает его сущностное содержание.

Исходя из вышеизложенного, автор считает, что потребительский рынок следует определить как систему социально-экономических отношений, порождаемых производством, распределением, обменом и потреблением товаров и услуг потребительского назначения. Кроме того, потребительский рынок, не только обслуживает сферу доведения потребительских товаров до фазы конечного потребления, а является системным процессом обеспечения непрерывности самого воспроизводственного цикла «производство – распределение – обмен – потребление» товаров и услуг потребительского назначения. Воспроизводственный подход к определению потребительского рынка придает ему системный, целостный характер и, в то же время, позволяет научно-обоснованно определить его компоненты. Структурное содержание системы потребительского рынка составляют: отрасли потребительского комплекса, производящие товары и услуги потребительского назначения (определяют предложение на рынке);

отрасли инфраструктуры, обеспечивающие доведение потребительских товаров и

услуг до конечного потребителя по законам товарного обращения, как распределительного, так и рыночного характера; потребители с их потребительским поведением и доходами, определяющими платежеспособный спрос на рынке (рис. 2).

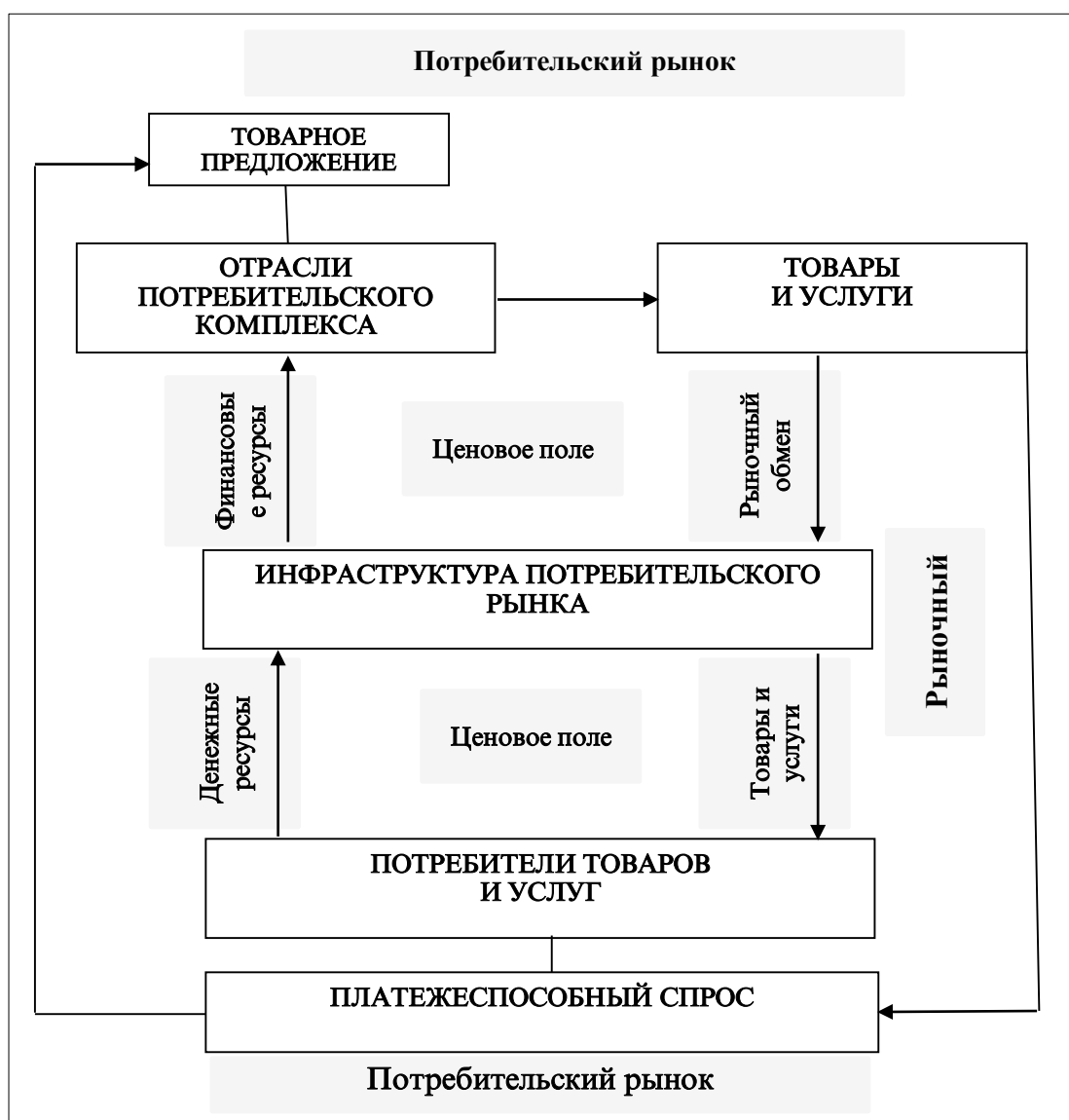


Рисунок 2 - Структурное содержание системы потребительского рынка

На данном этапе развитие экономики характеризуется изменением отношений между экономическими агентами: от жесткой конкуренции к сочетанию кооперации и конкуренции в различных сферах. Сформировалось новое понимание конкуренции с точки зрения ценностно-сетевых подходов, суть которого находит отражение в двух основных аспектах: во-первых, конкуренция – это соперничество по вхождению в наиболее эффективные и надежные производственные цепи создания ценностей; во-вторых, конкуренция – это борьба за место в цепи, так как от этого зависит размер доли получаемой прибыли. В процессе обеспечения конкурентоспособности организации особая роль отводится местоположению субъектов хозяйствования или так называемым - кластерам. Автор поддерживает точку зрения тех, кто считает концепцию кластеров как новый способ видения экономики.

В ней указывается на новую роль организаций, органов власти и других хозяйствующих субъектов, стремящихся к повышению своей конкурентоспособности.

Наличие кластеров свидетельствует, что основной выигрыш от конкуренции достигается вне организации, то есть в местах ее расположения.

Для определения развития конкурентной среды, степени влияния факторов на конкурентоспособность и правильного выбора стратегической позиции, проводится анализ среды по группам (силам). Риск входа потенциальных конкурентов является конкурентной силой, которая создает опасность прибыльности предприятия. Конкурентная сила этого фактора во многом зависит от барьеров входа. При этом следует учитывать также эмоциональное тяготение организации к отрасли и экономической зависимости от неё.

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. Следовательно, отрасль с высокой интенсивностью конкуренции признается непривлекательной. В отличие от концепции конкурентоспособности организаций, основанное на «решающем звене» цепочки создания потребительских ценностей, совершенная концепция предполагает, что позиция конкурентоспособности возникает в масштабе всей организации, когда весь ее коллектив и, прежде всего, высшие менеджеры единодушны в том, как двигаться к будущему.

В развитии бизнеса происходит смена стадии линейного эволюционного развития и непрерывных пошаговых изменений стадией революционных потрясений. Суть этой стадии состоит в том, что сначала организации-революционеры отбирают у традиционных компаний их рынки и потребителей, затем лучших работников и, наконец, активы. Те, кто не имеет дара предвидения и работает по - старинке (а таких пока большинство), «лишаются доступа к будущему». Для выигрыша в будущей конкурентной борьбе необходимо преодолеть сложившиеся стереотипы мышления.

Таким образом, конкурентоспособность организации – важная 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 субъектами. Действие механизма совершенной конкуренции, как правило, гарантирует, что рынок удовлетворит спрос с минимальными издержками. Но перечисленные условия в значительной степени могут быть изменены действиями правительства, влекущими изменения результатов действия рыночных сил, следовательно, и цены на продовольствие.

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

В новых условиях значительно возрастают 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. При этом 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.

В Таджикистане уровень потребления год за годом растет, 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. Поэтому важным автор считает, чтобы при формировании перспективной модели социально-экономического развития республики учитывались геополитические и геоэкономические особенности страны с учетом обеспечения ее экономической (в том числе продовольственной), технологической, энергетической независимости в условиях расширяющихся и углубляющихся процессов глобализации, ресурсная обеспеченность страны, национальные особенности народа, цели и задачи превращения страны в равноправного партнера в системе мирового сообщества и т.п.

Осуществление крупных комплексных социально-экономических преобразований в ключевых сферах общественной жизни предполагает разработку и реализацию национальных целевых программ (НЦП). Последние конкретизируют формы и методы государственного регулирования экономики, обеспечивают концентрацию ресурсов на ключевых направлениях. В них отражаются стратегические цели и приоритеты социально-экономической политики, комплексная система целевых ориентиров, конкретный перечень основных социально-экономических проблем, что послужит основой прогноза и планирования будущего развития общества.

В условиях Таджикистана жизненно важна разработка НЦП, особенно по тем отраслям и производствам, развитие которых определяет функционирование национальной экономики на собственной базе и насыщение внутреннего рынка потребительскими товарами (топливно-энергетический комплекс, АПК, обеспечение населения продовольствием, транспорт и связь, наука, социальная сфера и др.).

Особенностью национального потребительского рынка является открытая система, где встречаются угрозы внутреннего и внешнего характера. Также значительную роль играют факторы, влияющие на потребительский рынок как: культура населения и политическая культура правящих элит страны, уровень развития экономики страны, уровень развития техники, технологии, информационной сферы и необходимость регулирования новых видов продажи, например, электронной торговли. Исходя из этого, потребительский рынок страны 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.

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 и включает: развитие предпринимательства в качестве приоритетной политики в области инновации; продвижение культуры предпринимательства в обществе; совершенствование механизма финансирования; реализация инновационных проектов и их финансирование; формирование системы массовой поддержки субъектов потребительского рынка на основе микрокредитования; рост производительности труда в разных секторах субъектов ПР.

Вышеперечисленные проблемы в Республике 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.

Таблица 1 - Динамика показателей инновационной деятельности Республики Таджикистан за 2010-2020 годы

№ п/п	Показатели	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 виден минимальный рост основных показателей инновационной деятельности. Однако эти результаты свидетельствуют о недостаточном уровне для перехода в условия инновационной экономики страны.

Автор считает, 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 учетом осуществления процесса купли-продажи инновационного продукта, работ, услуг. Проведенный анализ позволил выявить функционирование потребительского рынка страны на основе выделения рыночных и технологических неопределенностей.

При этом, инновационной инфраструктурой потребительского рынка, является институт, непосредственно формирующий 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, а также оценки конкурентоспособности. При обосновании перспектив развития экономики необходим учет принципа эволюционности в сфере трансформации системы экономических отношений, в основе которой лежат, в частности, такие биосоциальные отношения, обусловленные присутствием человеческого фактора, как инерционность, постепенность и естественность изменения мышления, национальные традиции, уклад жизни и т.п.

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

В условиях развития национальной экономики возникла объективно обусловленная необходимость удовлетворения потребительского спроса населения. В девяностые годы XX века она практически вытеснила организованную, государством регулирующую торговлю. На начало 2003 г. на долю неорганизованной торговли приходилось 93% розничного товарооборота республики, почти $\frac{3}{4}$ которого составляли импортные товары. Между тем, по международным экспертным оценкам, пороговым показателем уровня продовольственной зависимости страны, т.е. доли потребляемых импортных продуктов питания, обеспечивающим ее экономическую безопасность.

Автор считает, что десятилетний период экономического развития республики с позиции осуществляемых преобразований и результатов их влияния на состояние национальной экономики, можно подразделить на три этапа – «дореформенный» (1991-1995 гг.)², реформенный (1996-2000 гг.) и современный (2001 год по настоящее время).

Первый этап характерен резким падением реального производства практически во всех отраслях экономики, огромным дефицитом государственного бюджета и скачкообразными темпами инфляции. Второй этап реформ связан с коренными экономическими преобразованиями в соответствии с целостной программой, получившей признание влиятельных международных финансовых организаций и поддержку населения республики. Реализация «Программы экономических преобразований Республики Таджикистан на 1995-2000 годы» позволила уже к концу 1996г. несколько замедлить темпы снижения макроэкономических показателей.

Развитию сферы услуг способствовало расширение частных форм предпринимательской деятельности, особенно после издания Указа Президента Республики Таджикистан (1996г.) «О государственной поддержке малого предпринимательства в Республике Таджикистан». В период с 1991 по 2000г. удельный вес платных услуг, оказанных населению негосударственными организациями, в общем их объеме увеличился с 23,6% до 78,0%. Индивидуальной трудовой деятельностью в сфере услуг в 2000г. занято 62,2 тыс. чел., что в 7,7 раз больше, чем в 1991г., и в 3,3 раза превысило показатель 1995 г³.

Третий этап, связанный с начавшейся реализацией основных стратегических документов экономического развития страны: Программы среднесрочного развития Республики Таджикистан на 2016-2020 годы и Стратегии национального развития на период до 2030 года.

В 2020 году была сохранена макроэкономическая стабильность, и по итогам года обеспечен достаточно высокий экономический рост в 7%, что соответствует нашим прогнозным показателям. В целом за год рост ВВП Таджикистана ожидается на уровне не ниже 7%. Среднемесячная зарплата в экономике Республики Таджикистан за год выросла в реальном измерении, то есть с учетом инфляции, на 13,3%, и это тоже хороший знак, свидетельствующий об активизации экономической деятельности предприятий и организаций и их финансовых возможностей для роста оплаты труда своим работникам. Уровень инфляции, который является важным макроэкономическим показателем, в 2020г. составил 6,3%. В целом за год уровень инфляции оценивается в 6,7-6,8%, что несколько ниже отметки, предусмотренной в прогнозе на уровне 7%.

²Имеется в виду этап реформирования экономики в отсутствие целостной государственной программы реформ.

³Статистический ежегодник Республики Таджикистан. – Душанбе: АСПРТ, 2002. -432с.

Главным конечным показателем спроса на потребительском рынке выступает объем товарооборота розничной торговли. Методологически, на наш взгляд, правомерно включение в орбиту анализа и показателей, характеризующих «культуру потребления» - структуру использования совокупного дохода населения, степени обеспеченности населения предметами длительного пользования, зависящих от множества социально-психологических и экономических факторов, обусловленные резким ростом темпов инфляции, снижением уровня доходов населения и ухудшением «культуры потребления», сокращение спроса на потребительские товары, привело к общему уменьшению объема розничного товарооборота. Последний в 1995 г. составил 11,3% уровня 1991г., а в 2000г. – всего 10,3% (в 2020г. 149,3% уровня 2000г.). Этот показатель в 2020г. по отношению к 1996г. увеличился на 36,7 процентного пункта⁴.

В целом анализ показывает, что данную тенденцию обусловили: во-первых, наблюдавшиеся в начале 90-х годов ажиотажный спрос, инфляция, обмен денег способствовали тому, что население приобретало предметы длительного пользования «прозапас» - как определенный вид капитала; во-вторых, данный вид товаров имеет определенный срок службы, сверх которого они перепродаются, передаются родным и близким, а хаотично возрастающее количество предметов длительного пользования, в том числе завозимых из-за рубежа, практически не учитываются.

Для оценки современного этапа развития экономики и потребительского рынка важным считается изучение темпов изменения основных макроэкономических показателей (табл.2) и динамики роста численности населения в целом по стране и ее регионах.

Таблица 2 - Динамика основных макроэкономических показателей Республики Таджикистан за 2000-2020гг. (в % к предыдущему году)

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 автором на основе данных/Таджикистан: 30 лет государственной независимости: статический сборник; статистического ежегодника Республики Таджикистан. - Душанбе, 2021. - 702с.

⁴Таджикистан: 30 лет государственной независимости, статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021,- 702с.

Из таблицы 2 видно, что основные макроэкономические показатели Республики Таджикистан (в % к предыдущему году) имеют положительную тенденцию.

В 2011-2020 гг. была сохранена макроэкономическая стабильность, и по итогам 10-и лет обеспечен достаточно высокий экономический рост почти в 7%.

Уровень инфляции, который является важным макроэкономическим показателем, в течение несколько лет в стране составляет передел 6,3%. В целом за год уровень инфляции оценивается в 6,7-6,8%.

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 определяет 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 структура за 2010-2020 годы. Динамика объема и изменения валового внутреннего продукта в Республике Таджикистан за 2010-2020 гг. приведена в таблице 3 и изменение структуры производства ВВП в таблице 4.

Таблица 3 – Динамика объёма и изменение ВВП Таджикистана за 2010-2020 годы⁵

Показатели	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020г. к 2010 г.
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	3,34раза
Производство товаров	11024,1	17583,8	20863,4	22424,4	25938,2	28986,6	31401,2	42663,3	39191,7	3,5раза
Производство услуг млн. сомони	11127,1	18289,2	18988,0	20555,2	22736,6	25504,8	30125,4	33700,4	35828,3	3,2раза
Чистые (за вычетом субсидии) налоги на продукты млн. сомони	2781,1	5159,5	6361,6	6129,3	6149,3	6602,2	7317,3	7692,7	7523,0	2,7раза
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	0,94

Из таблицы 3 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.

⁵Таджикистан: 30 лет государственной независимости статической сборник. Статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021. - С.337.

Таблица 4 – Динамика структуры производства ВВП Республики Таджикистан за 2010-2020 годы*

Показатели	Годы											Изменение (+/-)
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Валовой внутренний продукт	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
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.

Анализ таблицы 4 показывает, 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. Эти результаты свидетельствуют о наличии резервов для усиления роли сферы услуг ее сегментов в производстве ВВП, учитывая опыт ведущих стран мира.

Проблему повышения эффективности потребительского рынка следует рассматривать, прежде всего, в контексте решения вопросов совокупного товарного насыщения этого рынка. Последнее предполагает достижение макроэкономической стабилизации и рост реального производства.

Весьма важным представляется наращивание наблюдаемых в республике темпов экономического роста. Определяющим фактором стабилизации потребительского рынка и повышения его действенности является усиление государственного влияния на структуризацию рынков товаров и услуг. Это особенно важно в связи с необходимостью увеличения налоговых поступлений в республиканские и местные бюджеты из сферы торговых услуг.

В целях обеспечения возможности приобретения товаров, особенно для сельского населения, повышения уровня насыщенности потребительского рынка, развития производства новых изделий и услуг, а также в целях совершенствования системы ценообразования, по мнению автора, необходимо возродить систему оптовой и оптово-розничной торговли, включающих разветвленную сеть торговых складов, контор и хранилищ. При этом важным считаем совершенствование информационного обеспечения системы управления (регулирования) потребительским рынком. Существующая система статистического учета в данной сфере должна систематически дополняться массовыми социологическими обследованиями всех видов рынков, а также проверками налоговых и других служб государственного управления с тем, чтобы получить достоверную картину состояния управляемого (регулируемого) объекта.

Автор считает, что весьма актуальной и своевременной считается разработка Концепции и на ее основе составление Программы развития потребительского рынка Республики Таджикистан на период до 2030 года, содержащая основные долгосрочные приоритеты развития торговли и сферы услуг. При этом очень важно четкое определение сфер и масштабов влияния государства на важнейшие параметры потребительского рынка, его инфраструктуру, региональную товарно-ассортиментную структуру и, конечно же, на

спрос населения. Именно решение этих задач возможно на основе формирования научно-методически обоснованной модели потребительского рынка страны, ее насыщения разнообразными товарами и услугами.

Таким образом, современный цивилизованный потребительский рынок должен быть сбалансированным с позиции соответствия спроса и предложения на нем, обладать развитой инфраструктурой, прямо и косвенно регулироваться государством. Именно такой рынок адекватен требованиям рыночных отношений и способен послужить акселератором общего роста экономики и базой решения сложных социальных, экономических и ряда общественно-политических проблем страны.

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

Несмотря на тенденцию влияния глобализации на экономику республики, сохраняется и получает дальнейшее развитие малое предпринимательство (МП). Более того, опыт стран с развитой рыночной экономикой, ход социально-экономических реформ в Таджикистане показывают усиливающуюся роль малого предпринимательства в увеличении ресурсного потенциала и емкости рынка потребительских товаров, поскольку малое предпринимательство способно обеспечивать решение важнейших социально-экономических и политических задач, а именно: создание новых рабочих мест; насыщение региональных и местных рынков товарами и услугами отечественного производства; обеспечение стабильных налоговых поступлений в бюджеты всех уровней; формирование среднего класса, способствующего социально-политической стабильности общества.

Сектор экономики малого предпринимательства Республики Таджикистан динамично развивается, повышается его роль и значимость в социально-экономическом развитии территорий. Число фактически действующих малых предприятий на тысячу жителей в Республике Таджикистан за 2020 год приведено в таблице 5.

Таблица 5 – 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: расчеты автора на основе «Таджикистан: 30 лет государственной независимости» и статистического ежегодника Республики Таджикистан. Душанбе, 2021. - С.702.

Как видно из таблицы 5 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 %

На сегодняшний день в 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 приходится 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%. В структуре малого предпринимательства Республики Таджикистан 28,2% занимает торговля и общественное питание; 8,6% промышленность; 25,6% строительство; 2,7% наука; 6,6% транспорт и 1,08% сельское хозяйство. Несмотря на устойчивую положительную динамику числа предприятий, высокие темпы роста выпуска продукции и объема услуг, инновационный бизнес играет пока незначительную роль - не более 6% общего количества малых предприятий. Особенно высокие темпы роста в отраслях материально-технического снабжения и сбыта, связи, пищевой и легкой промышленности, науки и научного обслуживания, информационного-вычислительного обслуживания, транспорта, медицинской промышленности.

В основном сформирована и действует система информационного и консультационного обеспечения малого бизнеса. В нее входят как государственные, так и негосударственные структуры, работающие в сфере поддержки малого бизнеса. Сеть этой инфраструктуры уже достаточно велика разнопланова. Одна из главных причин неэффективной работы инфраструктурного комплекса - отсутствие системы оказания поддержки начинающим предпринимателям, «стартовому бизнесу». Шаги в этом направлении предприняты. Уже созданы центры поддержки предпринимательства в Хатлонской, Согдийской, РРП и ГБАО. В целях поиска путей эффективного развития предпринимательства был создан экспертно-консультативный орган - Совет по предпринимательству при местных органах исполнительной власти областей, Совет координирует и объединяет усилия всех структурных подразделений местных органов исполнительной власти области, занимающихся решением проблем малого бизнеса. Полезными будут аналогичные советы и при главах администраций в городах и районах областей.

В Республике Таджикистан уже созданы первый бизнес - инкубатор, а также студенческий бизнес-инкубатор в ВУЗах республики. Их задача - выполнение роли организационно-методических центров для вновь создаваемых инновационных предприятий.

Финансово-кредитная поддержка предпринимательских проектов на льготных условиях осуществляется за счет средств Государственного учреждения «Фонда развития и поддержки малого предпринимательства при Правительстве Республики Таджикистан», действующего на основании закона. Эффективным источником финансовой поддержки бизнеса служат субсидии на компенсацию части процентной ставки по кредитам, привлеченным на реализацию инвестиционных проектов.

Переход от прямого финансирования отдельных проектов к формированию механизма гарантий и законодательного обеспечении безопасности частных инвестиций - следующий шаг в процессе совершенствования политики финансовой поддержки малого предпринимательства. Такой подход нацеливает на привлечение дополнительных

инвестиций в сектор малого бизнеса. Он способствует созданию инфраструктуры финансовой поддержки малого предпринимательства, что эффективнее оказания помощи отдельным предприятиям.

Более широкое использование лизинговых операций, развитие системы государственных, региональных заказов на поставку продукции малыми предприятиями относится также к числу важных средств стимулирования развития малого предпринимательства.

Однако достигнутый уровень развития малого предпринимательства еще недостаточен. Малое предпринимательство должно развиваться как источник проявления самостоятельности экономически активного населения, семейного благополучия, способ создания новых рабочих мест, снижения социальных нагрузок на бюджетные расходы всех уровней. Учитывая развитие предпринимательской деятельности, предлагаем инновационные приоритеты в развитии потребительского рынка (рис.3).



Рисунок 3 - Иновационные приоритеты в развитии потребительского рынка

Для поддержки предпринимательства необходимо партнерство с предпринимательской общественностью, которое сможет активно и инициативно предлагать свои предложения, а также передавать им некоторые функции.

В целом, это даст возможность усилить роль малого бизнеса в увеличении ресурсного потенциала и емкости рынка потребительских товаров 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 увеличился и данный процесс будет всесторонне поддерживаться Правительством страны и ее регионов на перспективу.

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.

Рыночная экономика предполагает коренную реформу методов и процессов моделирования экономических процессов. Однако, как показывает опыт стран СНГ и в том же числе Республики Таджикистан, проводимая реформа вызывает длительный спад производства, а также ухудшение положения предприятий 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.

Решая актуальные вопросы рыночной экономики с помощью физической экономики (построение экономики по образу и подобию физики с привлечением математического моделирования – это направление получило название «Физическая экономика»), можно смоделировать и разработать модели выхода из низкопродуктивного состояния к высокопродуктивной стране, равноправного члена мирового экономического сообщества.

Анализ обзора литературы по этому направлению отражает, что некоторые физические и экономические процессы, а также 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.

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.

Автор предлагает модель на основе рассмотрения зависимости функции прибыли при постоянных издержках и уравнении спроса, особенно эластичности спроса по цене, спрос на товары со стороны различных групп населения, обладает аналогичную картину, как график движения тел с малыми скоростями.

Исходя из этого, с целью совершенствования и развития экономической структуры на субъекты потребительского рынка предлагаем физическую модель «Движение тел с малыми скоростями» (рис 4).

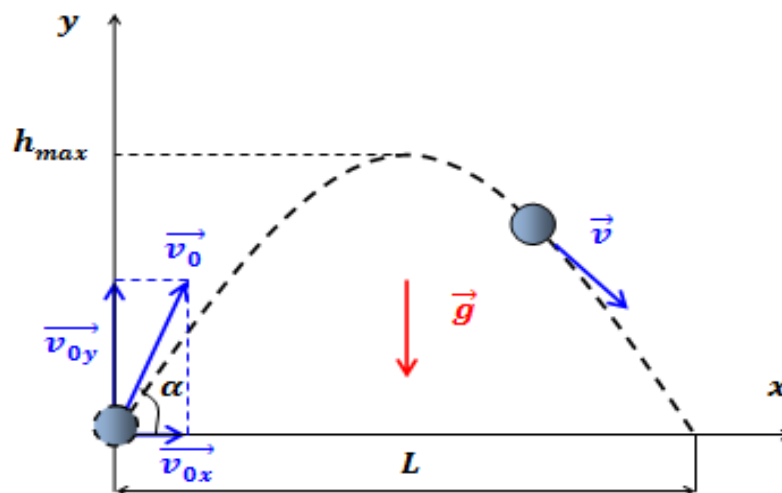


Рисунок 4 - Движение тел с малыми скоростями в производственном процессе

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.

С другой стороны, измеряя динамику процесса изменения показателей субъектов потребительского рынка во времени значений величины X , они будут вычислять отношение: $v = \frac{\Delta X}{\Delta t} = \frac{X_{i+1} - X_i}{t_{i+1} - t_i} = \text{tg}\alpha$. 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. Автор рекомендует местным органам исполнительной власти и специалистам при расчете темпа роста экономических показателей, учитывать эффект «G-гиперболизма»⁶. 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 построен график динамики темпа роста товарооборота Республики Таджикистан за 1991 по 2020 годы (рис. 5) с учетом и без учета эффекта «G-гиперболизма».

⁶ <https://pandia.ru/text/78/285/13630.php>. Валерий Галасюк, Виктор Галасюк. Как использовать эффект «G-гиперболизма» (дата обращения 15.10.2020г.)

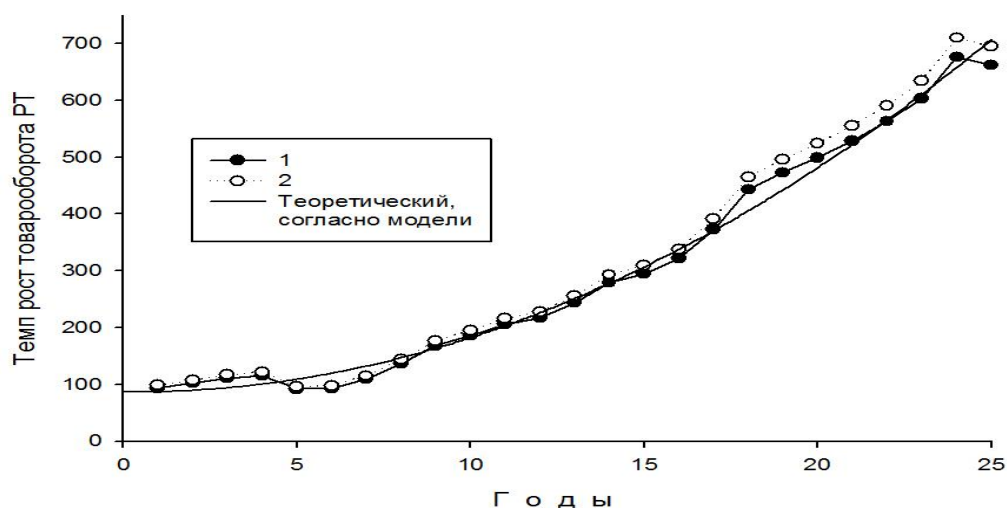


Рисунок 5 - Темп роста динамики товарооборота в Республике Таджикистан за 1991-2020 годы

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

Анализ рисунка 5 показывает, что темп роста товарооборота в Республике Таджикистан за 1991 по 2020 годы с учетом эффекта «G-гиперболизма» и без его учета составляет прирост 5%. С другой стороны, согласно теории спроса и предложения функции, эластичности спроса и предложения оценивая цены и доход определяется по формулам:

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

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

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

- эластичность полная расход по отношению к объему товара

$E_Q(C) = \frac{Q}{C} * C'$, где C' – 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 $tg\alpha$:

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

где, X и Y принимает значение соответствующие показатели.

С помощью регулирования $tg\alpha$ можно определить функции эластичности спроса от цен, от дохода, предложения от цен и эластичность, полный и средний расход по отношению к объему товара. Все товары, выпускаемые промышленностью, должны соответствовать определенным требованиям. Под требованиями, предъявляемыми к товарам, понимают особенности, которым должен соответствовать товар, чтобы его можно было использовать по назначению при определенных условиях и в течение определенного времени. К ним относятся как показатели физико-механических свойств, так и эстетических, гигиенических и др. 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.6).

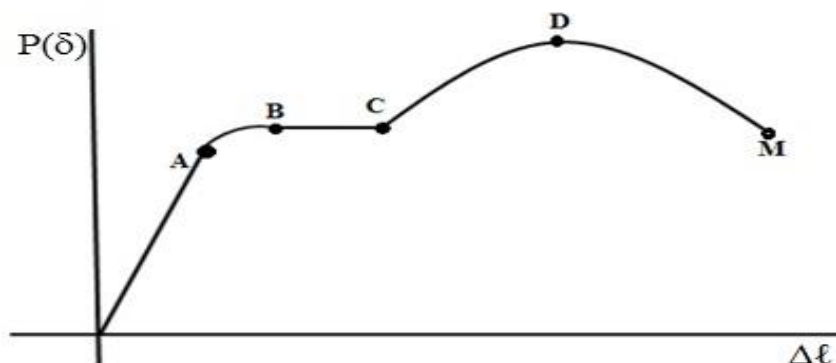


Рисунок 6 - Диаграмма растяжения

Примечание: Переходя на предприятия, жизненный цикл предприятия сталкивается с некоторыми трудностями, то есть кривая АВ плавно переходит в горизонтальную прямую ВС, что указывает на значительное удлинение образца при постоянном или очень незначительном увеличении силы. Это явление называют текучестью материала. Аналогично этап в экономике характерна текучесть капитала. На криволинейном участке СД 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 утончения). При дальнейшем нагружении 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.

С помощью этой диаграммы (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 объема 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.

При проведении качественного анализа экономических показателей и систем в условиях конкретного региона, предлагается 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 рассматривается диаграмма функции $S = f(T)$ (рис. 7). Для практической приемлемости принимаем $S(0) = S_0$. Кривые графики на рисунке 7, 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).

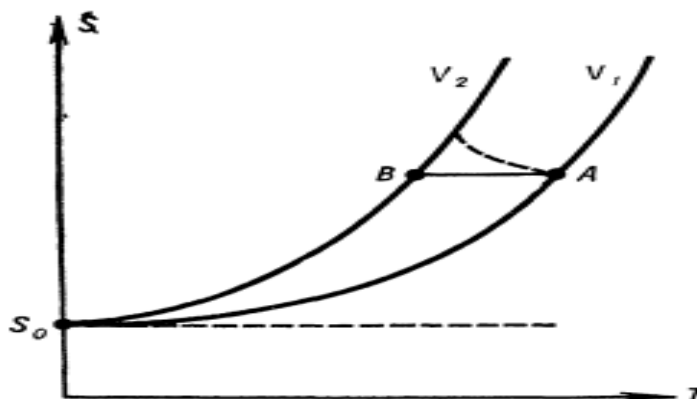


Рисунок 7 - Графики зависимости изменения энтропии системы для двух объемов

Следует 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.

В работе 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. 8).

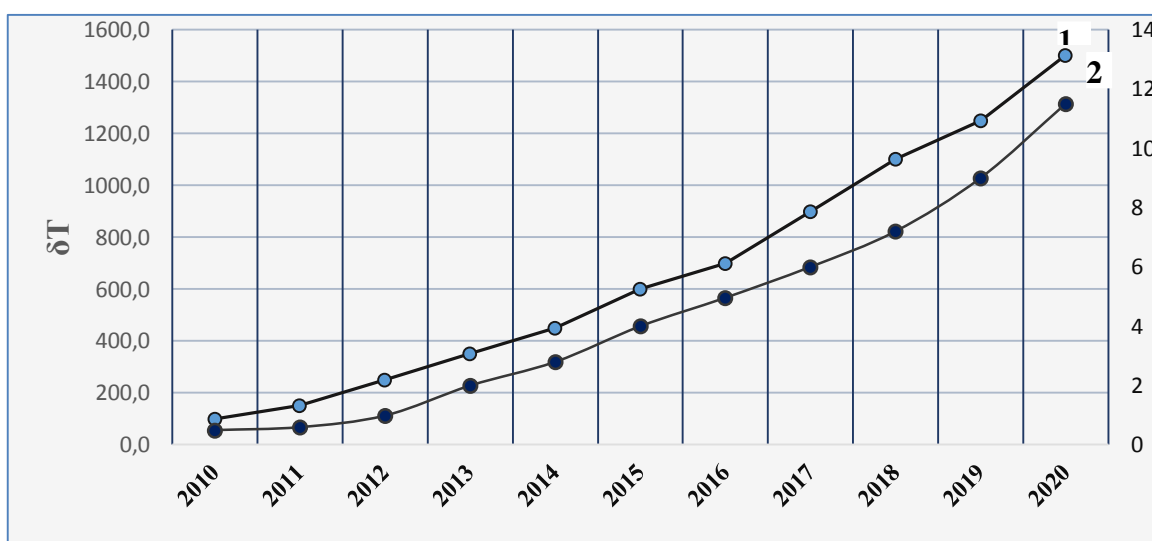


Рисунок 8 - График зависимости изменения темпа роста объема товарооборота δT с учетом «G – гиперболизма» за 2010-2020 годы

Примечание: 1- Республика Таджикистан; 2- Согдийская область

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 физической и изменении темп роста объема товарооборота.

Анализ движения товаров на рынке показывает, что оно аналогично некоторым видам физических систем. Исходя из этого, представленным видам физических систем можно сопоставить следующие виды экономических систем, рисунок 9.

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) $\updownarrow \rightarrow \uparrow$ $\downarrow \uparrow \leftarrow \downarrow$	$\Rightarrow \Rightarrow$ $\Rightarrow \Rightarrow$ 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 $R = \frac{N \cdot T}{D} \left(\frac{\text{шт. день}}{\text{у.е.}} \right)$)	Общий товарный поток Φ , $\Phi = \frac{N}{T} = const$ Инфраструктура рынка, биржа, логистика	Реализация товаров (продажа) это и есть энергия в виде денег (у.е.) Доходы.	Деньги идут в фонды накопления после погашения налогов.

Рисунок 9 - Этапы движения товаров в экономической системе на примере потребительского рынка

На основе учета мнения ученых⁷ автор считает, 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.

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 взаимодействия с покупателем, по типу распределения, по географическому признаку, по праву собственности на товар), а также учитывалась связь между этапами. В обоих случаях, (с 1-го этапа по 6-ой этап) движения имеют линейный характер. Если движение происходит по разным направлениям (имеются узлы в цепи), то рекомендуется использовать другие закономерности. Общее количество товара может изменяться в связи с тем, какая разница между спросом и приложением, денежного сопротивления, выброса товара со стороны, хищения и др.

Таким образом использование основ физической экономики проводит к моделированию движения товаров и устойчивости системы управления субъектами потребительского рынка в условиях углубления рыночных отношений. Кроме того, важным является использование теплофизических законов и кибернетической

⁷ Терекс А.А., Коган И.Ш. Движения товара и денег на рынке/А.А.Терекс, И.Ш.Коган. -М.:ЭСВП, 2015.- С.1-2.

интерпретации 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 государств.

Поэтому, 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. К сожалению, экономика нашей республики оказалась сильно деформированной не структурно, а связанно. Рассматривая характерные структуры промышленности до и после перестройки в республике установлено, что доля цветной металлургии составляет - 26,2%, химической -9,3%, текстильной - 11,1%, легкой - 9,8%, пищевой -22,9% и прочих отраслей -31,3%. Так до реформы в структуре наибольшую долю имела легкая промышленность и ее подотрасли, хлопчатобумажная, шелковая, трикотажная, ковроткацкая и другие. Сегодня отечественные товары не способны конкурировать, в основном, по цене. Аналогичная ситуация наблюдается с пищевой промышленностью и ее подотраслями: плодоовощная, консервная, масложировая, молочная и другие. Кроме того, эти две отрасли промышленности были трудопоглощающими, так как наши граждане были чересчур иммобильны.

После 90-х годов связи нарушены, и утрачены конкурентные преимущества. На передний план выходит алюминиевая промышленность и, если раньше, в сельском хозяйстве была монокультура (хлопок), то потом в промышленности стал монотовар (алюминий). Поэтому считаем, что такое положение имеет объяснимые гносологические корни и они были естественно необходимыми.

Автором не тронуты основные законы цикла Карно, оставляя это для дискуссии или дальнейшего развития, но подчеркнута еще несколько моментов: 1.Рабочее тело постоянно подпитывается внешним источником, иначе оно не сможет выполнять полезную работу; 2.Полное изменение внутренней энергии рабочего тела в результате кругового процесса равно нулю; 3.Коэффициент полезного действия системы равно произведению отдельных составляющих ее элементов. С учетом этого, в диссертационном исследовании дается экономическая интерпретация выделенных позиций цикла Карно:

1. 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 получает предприятие оказывающие услуги или производящие товары.

2. Постоянное движение к балансу, соответствию затрат и результатов.

3. Закон коэффициента полезного действия относится не только к экономическим процессам, но и к людям как основным элементам экономических процессов. При этом область экономических процессов описывается с помощью функции состояния, характеризуется законом 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 используем реле, тепловые выключатели, механические и автоматические ограничения, в экономике мы пользуемся законами Правительства, нормативно-правовыми документами, финансовыми вливаниями или штрафными санкциями. Уравнение свободной энергией приводит нас к необходимости постоянно совершенствовать методы и методологию учета затрат и результатов. Поэтому считаем, 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. 10).

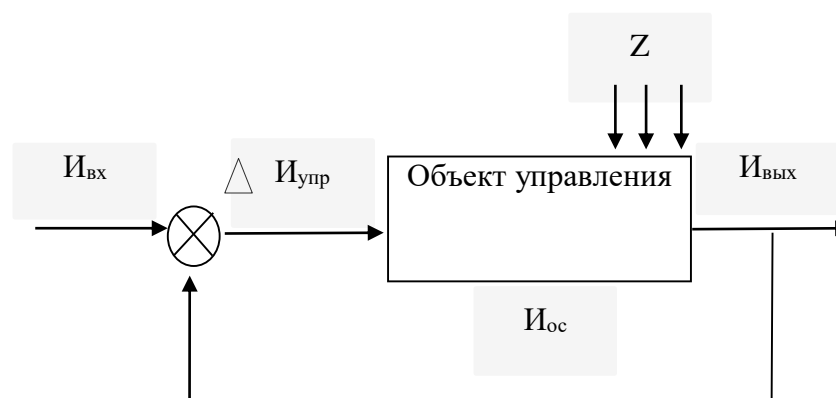


Рисунок 10 - Кибернетическая интерпретация устойчивости системы управления экономическим объектом

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:

$$\Delta I_{упр} = I_{вх} - I_{ос},$$

где в случае:

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

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

$\Delta I_{упр} < 0$ – 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.

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

Важное значение для совершенствования потребительского комплекса, соответствующего требованиям современного этапа глобализации, имеет развитие внешнеэкономической деятельности и углубление интеграционных процессов. Особенно в рамках существующие торгово-экономические связи республики с другими странами, даже в рамках СНГ, являются недостаточными и неразвитыми, что характеризуется: отсутствием скоординированной внешнеэкономической политики стран, вовлеченных во внешнеторговые отношения, неплатежеспособностью отечественных потребителей ввиду отсутствия взаимной конвертации национальных валют разных стран. Одновременно за последний годы резко возрос импорт в республику готовых товаров потребительского назначения (табл. 6).

Таблица 6 - Динамика импорта по товарным группам потребительского назначения за 2012-2020 годы в Республике Таджикистан (млн. долл. США)

Товары	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 г. 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, музические 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.- С.544-547.

Согласно таблицы 6 наблюдаются происходящие изменения в динамике импорта по товарным группам потребительского назначения 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.

Развитие внешнеэкономических связей республики на базе участия в международном разделении труда способствует ускорению перехода к социально-ориентированной рыночной экономике, обеспечению подъема экономики республики и благосостояния народа. В условиях рыночной экономики усиливается необходимость внедрения в практику экономических связей республики качественно новой модели делового партнерства, способной к саморазвитию и совершенствованию.

Превращение же внешнеэкономической деятельности в мощный фактор развития экономики предполагает необходимость радикального изменения сегодняшней модели торгового сотрудничества и интеграции, ориентацию на стратегические акценты. В качестве такой модели может выступать воспроизводственная, геоэкономическая модель внешнеторговой деятельности и интеграции, объединяющая всю систему элементов

геоэкономической политики, сулящая долговременный стратегический эффект для национальной экономики.

Наиболее приемлемой формой интеграции капиталов применительно к специфическим условиям развития Таджикистана в обозримой перспективе выступает финансово-аграрно-промышленная группа. На ее основе достигается централизация капитала, концентрация производства, решение финансово-хозяйственных проблем всех участников группы, повышение эффективности их деятельности. Важная особенность создания финансово – аграрно – промышленных групп (ФАПГ) является включение в них сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, а также оптовых и розничных предприятий по реализации производимой ФАПГ продукции, что выступает одним из ключевых факторов развития потребительского рынка.

Следует также активизировать деятельность местных органов власти в создании региональных финансово-аграрно-промышленных групп, как важного и эффективного средства решения проблем развития экономики региона, повышения благосостояния и улучшения социально-бытовых условий населения, особенно сельского. Областные органы исполнительной власти имеют значительные возможности для создания благоприятных льготных условий функционирования интегрированных хозяйствующих организаций, и реализация этих возможностей должна стать приоритетным направлением деятельности представительной и исполнительной ветвей местных властей.

Особое значение в системе управления развитием внешнеторговой деятельности субъектов потребительского комплекса имеет система таможенного регулирования. Оно призвано установить порядок и условия перемещения через таможенную границу товаров, взимания таможенных платежей, таможенного оформления, систему таможенного контроля и другие методы и средства осуществления таможенных платежей.

Наибольшее значение для регулирования сферы предложения потребительского рынка в связи с активизацией внешнеэкономической деятельности имеют таможенные тарифы, которые призваны способствовать рационализации товарной структуры ввоза товаров, поддержанию рационального соотношения вывоза и ввоза товаров, поддержанию рационального соотношения валютных доходов и расходов внутри таможенной территории страны, созданию условий для прогрессивных изменений в структуре производства и потребления товаров, защите национальной экономики от неблагоприятного воздействия иностранной конкуренции, обеспечению условий для эффективной интеграции национальной экономики в мировое хозяйство и т.п.

Идея свободной торговли, которая исходит из необходимости ликвидации таможенных и прочих барьеров на пути движения товаров между странами, основывается на экономическом анализе, показывающем выгоды от либерализации торговли как для отдельных государств, так и для всего мирового хозяйства. Именно таможенный тариф относится к наиболее традиционным и в то же время наиболее активно применяемым мерам государственного регулирования экспортно-импортных операций.

Разработка совместных согласованных прогнозов, проектов программ социально-экономического развития стран СНГ должна основываться на принципах восстановления, укрепления и развития существующих прямых горизонтальных связей между их предприятиями. На этом уровне становятся возможными углубление и конкретизация интеграционных процессов, большая координация и активизация торгово-экономического сотрудничества.

В настоящее время, в связи с развитием социально-экономических и политических процессов в Республике Таджикистан, методологические средства прогнозирования в стратегическом управлении становятся более актуальными, особенно это характерно для условий рынка. В работе для прогноза используя многофакторную регрессионную модель

определили объем розничного товарооборота в Республике Таджикистан по следующим показателями: количество населения (X_1), импорт (X_2), денежные расходы населения (X_3), объем продукции промышленности (X_4) и объем продукция сельского хозяйства (X_5) и получено следующее уравнение:

$$Y = -2,112E004 + 0,99 \cdot X_1 + 0,05676 \cdot X_2 - 0,08203 \cdot X_3 - 0,3137 \cdot X_4 + 1,638 \cdot X_5, \quad (1)$$

Уравнение регрессии в стандартизованном масштабе, и рассчитаны ее коэффициенты b_i :

$$Y = 0,111 \cdot X_1 - 0,0557 \cdot X_2 + 3,05 \cdot X_3 + 0,11 \cdot X_4 + 11,5 \cdot X_5, \quad (2)$$

Используя экономико-математические модели (1 и 2), рассчитаны прогнозные значения объема розничного товарооборота в Республике Таджикистан по динамике макроэкономических показателей и по источникам образования в Республике Таджикистан на период до 2030г (таблице 7).

Таблица 7 - Прогнозные значения объема розничного товарооборота в Республике Таджикистан по динамике макроэкономических показателей и по источникам образования

Годы	Расчётный объем розничного товарооборота в Республики Таджикистан по модулю, млн. сомони	Фактический объем розничного товарооборота в Республики 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 7 показывает, что за 2016-2020 годы расчетный и фактический объемы розничного товарооборота в Республике Таджикистан очень близки, это свидетельствует о достоверности проведенных расчетов. Среднегодовой темп роста данного показателя составляет 6,65 %.

Объем розничного товарооборота в Республике Таджикистан на период до 2030г. согласно таблице 7 имеет линейный характер, что свидетельствует о наличии благоприятной среды на рынке сбыта. Кроме того, используя методические основы физико-экономического моделирования, разработаны ЭММ потребительского рынка. Для этого в качестве исходных данных использованы изменение индексов динамики основных индикаторов социально-экономического развития в Республике Таджикистан за 2010-2020 годы.

Для разработки экономико-математической модели использована многофакторная корреляционно-регрессионная динамическая модель, расчеты проведены по стандартной программе, результаты расчетов приведены в таблице 8, где установлено, что $F_{набл} = 110,62$; $F_{крит}(0,01; 5; 2) = 99,3$, $F_{набл} > F_{кр}$.

Таблица 8 - Получение уравнения и коэффициент детерминации для показателей потребительского рынка

Показатели	Вид уравнения	Коэффициент детерминации (R_b^2)
1. 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
2. Оборот розничной торговли	$Y_2 = -185,4 + 1,626 \cdot X_1 + 1,038 \cdot X_3$	0,8623
3. Ввоз потребительских товаров	$Y_3 = 99,25 + 1,146 \cdot t$	0,86839
4. Ввоз продукции производственно-технического назначения	$Y_4 = 114,1 + 1,185 \cdot t$	0,79281

В приведенных уравнениях таблицы 8 использованы следующие обозначения: U – резульативные переменные; X_i – факторные переменные, X_1 – численность населения (на конец года), X_2 – среднегодовая численность занятых в экономике, X_3 – денежные доходы населения, X_4 – денежные расходы населения, R^2 – коэффициент детерминации; t – период. Оценка параметров разработанных ЭММ 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 показателей экспорта потребительских товаров (продукция сельского хозяйства, инвестиции в основной капитал и оборот розничной торговли) прогнозирован экспорт потребительских товаров.

Таким образом, можно сформулировать вывод о том, что результаты прогноза могут использоваться субъектами управления потребительского рынка, а также при формировании модели развития данной отрасли на долгосрочный период.

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

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 запасов; оборачиваемости товаров и др. показателей работы предприятий. Исходя из этого, оптимизация товароснабжения положительно влияет на повышение эффективности функционирования сетевых торговых субъектов потребительского рынка.

Общий объем перевозок грузов с 2010-2020 годы имеют тенденцию роста, 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, а также факторы, влияющие на товароснабжение.

По мнению автора, оптимизация товароснабжения зависит от полноты и стабильности ассортимента товаров, предоставляемых населению торговыми

предприятиями, от степени удовлетворения покупательского спроса; величины товарных запасов; оборачиваемости товаров и др. показателей работы предприятий. Исходя из этого, оптимизация товароснабжения положительно влияет на повышение эффективности функционирования сетевых торговых субъектов потребительского рынка. Организации, осуществляющие товароснабжение ТП, должны оперативно учитывать эти изменения и вносить соответствующие коррективы на основе получения информации от ТП относительно реализации товаров и состояния товарных знаков. Поэтому для рациональной организации товароснабжения приоритетной считается максимальная оперативность, учитывая ассортимент поставок, количество и сроки завоза товаров на ТП. Учитывая это, разработана блок-схема организации товароснабжения торговых предприятий.

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. При рациональной организации товароснабжения ТП, важным считается снижение суммы транспортных расходов, что дает возможность увеличить доходы ТП. При работе с оптовыми ТП и производителями товаров нужно отдать предпочтение тем поставщикам, торговые представители которых регулярно производят посещение ТП. Это не только сокращает затраты на организацию товароснабжения, но и позволяет более комплексно подходить к формированию ассортимента реализуемых товаров.

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.

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 качества обслуживания потребителей, конкурентоспособности субъектов потребительского рынка и цифровизации, а также повышение уровня жизни населения и улучшения качества торгового и сервисного обслуживания

В диссертации обоснованы и предложены приоритетные направления инновационного развития потребительского рынка Республики Таджикистан (рис.11) с учетом необходимости формулировки цели, влияния различных условий и усиления влияния развития потребительского рынка на уровень жизни населения; определения основных тенденций развития потребительского рынка. Предложенные направления позволяют создать инновационную основу для разработки и реализации приоритетных направлений инновационного развития потребительского рынка.

Для оценки влияния инновационного развития потребительского рынка на повышение уровня жизни населения необходимо оценить уровень качества обслуживания, исследовать дифференциацию уровня жизни населения, учитывать факторы, формирующие различие уровня потребления товарами и услугами, а также изучить динамику потребления товаров и услуг.

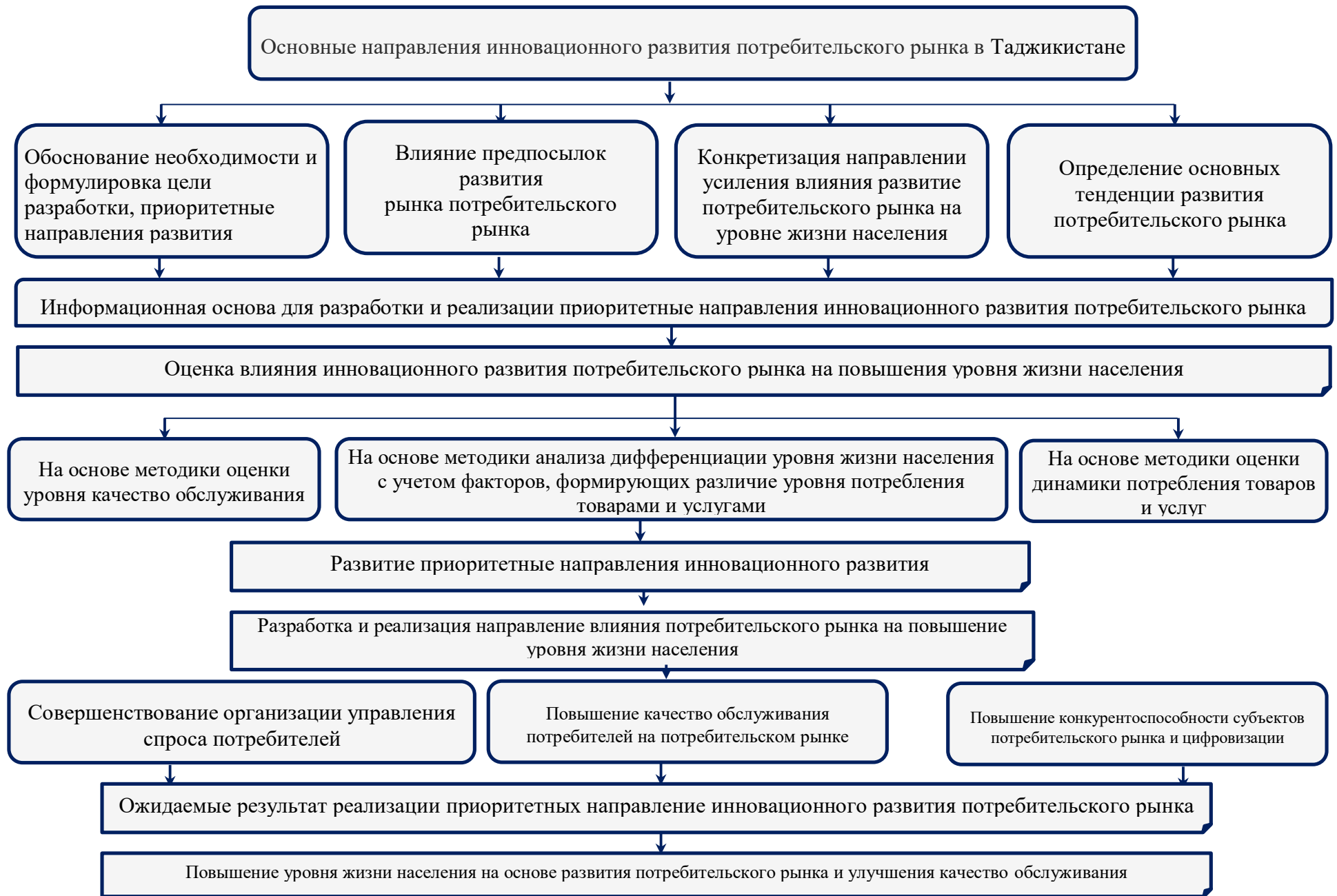


Рисунок 11 - Основные направления инновационного развития потребительского рынка (составлено автором)

Таким образом, предложенные приоритетные направления инновационного развития потребительского рынка позволят совершенствовать организацию управления спроса потребителей, повысить качество обслуживания потребителей на потребительском рынке и конкурентоспособность субъектов потребительского рынка, которая позволит улучшить уровень жизни населения на основе развития потребительского рынка и качество обслуживания в Республике Таджикистан.

В целом, 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.

III. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

По результатам проведенного исследования сформулированы следующие выводы и предложения:

1. В диссертационном исследовании 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, обмене и потреблении товарами и услугами для удовлетворения нужд населения и экономики.

2. 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 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 связанное с трансформацией отношений, формированием частных и коллективных предприятий, неразвитостью их инфраструктуры, несовершенством системы господдержки для обеспечения их конкурентоспособности.

Развитие предпринимательства в сфере производства потребительских товаров 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 работе 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.

Опыт применения моделей физической экономики на потребительском рынке показывает, что ряд исследуемых процессов и явлений имеют практически одинаковую математическое описание. 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 способствует находить требуемый результат, а также способы их решения.

8. Выявлено, что аналогия задач может быть чисто формальной, иметь общности математических формулировок и имеет аналогии, базирующиеся на фундаментальных процессах, 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 (экономика); 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 предприятиями или фирмами, 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 реализацию совместных согласованных прогнозов, проектов, программ социально-экономического развития. При этом в работе на основе использования опыта государств СНГ и учета принципов восстановления, укрепления и развития существующих прямых горизонтально-вертикальных связей между предприятиями, развитие интеграционных процессов, координация и активизация торгово-экономических отношений, а также создания межгосударственных финансово-промышленных групп с участием субъектов потребительского рынка и банков сформированы меры по развитию потребительского рынка.

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 на основе выделения различных критериев. При этом 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.

В целом 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. Обоснованы и разработаны приоритетные направления инновационного развития потребительского рынка, используя результаты прогноза основных показателей, учет организационно-технических и административно-управленческих особенностей его развития в Таджикистане на период реализации НСР- 2030 и переход 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 качества 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 направлений инновационного развития потребительского рынка, способствует улучшению торгового обслуживания и повышению качества жизни населения в условиях развивающегося потребительского рынка в Республике Таджикистан.

IV. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ ОПУБЛИКОВАНЫ В СЛЕДУЮЩИХ НАУЧНЫХ ТРУДАХ:

а) Монографии:

1. Зубайдов С. Моделирование и совершенствование инфраструктуры потребительского рынка. / Х. Н. Факеров, Р. К. Раджабов, С. Зубайдов / Монография. - Душанбе.: «Ирфон», 2018. -123 с.-7,69 п.л. (автором 3,56 п.л.).

2. Зубайдов С. и другие. Экономико-математическое моделирование макроэкономики. / Р.К. Раджабов, С. Зубайдов и др. / Монография. - Душанбе.: «Ирфон», 2017. - 452 с.-28,25п.л. (автором 4,56 п.л.).

3. Зубайдов С. Социально-экономические проблемы формирования рыночной экономики: состояние и перспективы. / Коллектив. монография. Под общ. ред. профессора Х.Н.Факерова и Р.К. Раджабова. - Душанбе.: «Ирфон», 2018. – 258с. -16,13п.л. (автором 2,56 п.л.).

4. 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. -17,75п.л. (автором 1,8 п. л.).

б) Публикации в изданиях, включенных в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий ВАК при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации:

5. Зубайдов С. Социально -экономические условия формирования рынка товаров народного потребления в Республике Таджикистан в условиях рынка / С. Зубайдов, Х.Н. Факеров // Весник ТНУ (научный журнал), №2/9 (190).- Душанбе.: Сино, 2015, С. 48-56. – 0,56п.л.(автором 0,4 п.л.).

6. Зубайдов С. Влияние интеграционных процессов на формирование рынка товаров народного потребления / С.Зубайдов, Х.Н.Факеров//Вестник ТНУ. Серия социально-экономических и гуманитарных наук, 2/9 (218). –Душанбе, 2016.- С.123-130.- 0,5п.л. (автором 0,35 п.л.).

7. Зубайдов С. Совершенствование организации поставок товаров на рынок потребительских товаров в условиях рыночной экономики /Р.К. Раджабов, С. Зубайдов, Ф.М. Хамроев //Вестник ТГУПБП. Серия социальных наук. № 1 (74), 2018. –С.21-31. - 0,62п.л. (в соавторстве, автором 0,35 п. л.).

8. Зубайдов С. Прогноз потребительского рынка / С. Зубайдов, Х.Н. Факеров //Таджикистан и современный мир. №5(68) 2019.-Душанбе,2019.- С. 180-187. – 0,5п.л. (автором 0,35 п.л.).

9. Зубайдов С. Потребительский рынок в системе инновационной экономики / С. Зубайдов, Х.Н. Факеров // Экономика Таджикистана. ИЭД ИНС РТ. 2020, №4. - С.18-23. - 0,4.(автором 0,35 п.л.).

10. Зубайдов С. Малое предпринимательство важный фактор повышения использования ресурсного потенциала потребительского рынка в Республике Таджикистан / Р.К.Раджабов, С. Зубайдов // Экономика Таджикистан. ИЭД АНН РТ. №2. 2021,-С.74-78. -.0,31 п. л. (автором 2,5 п.л.).

11. Зубайдов С. Методические основы оценки конкурентоспособности потребительского рынка в условиях инновационной экономики / С. Зубайдов // Вестник педагогического университета им. С. Айни (Естественных наук),№3-4 (11-12). – Душанбе, 2021. - С.169-175.- 0,5 п. л.

12. Зубайдов С. Моделирование состояния потребительского рынка / С. Джурахонзода, С. Зубайдов // Таджикистан и современный мир..№2(74) 2021.-Душанбе, 2021. С. 119-125.- 0,5 п. л. (автором 0,45 п.л.).

13. Зубайдов С. Место и роль розничной и оптовой торговли в развитии потребительского рынка / С. Зубайдов, Х.Н. Факеров // Таджикистан и современный мир. №1(77).-Душанбе.-2022. С. 160-171. -1,0 п.л. (автором 0,6 п.л.).

14. Зубайдов С. К вопросу о применение физических моделей в экономике сфере услуг /С. Зубайдов // Вестник педагогического университета имени С.Айни (Естественных наук), №1-2 (13-14), Душанбе-2022, -С.70-74.- 0,4 п. л.

15. Зубайдов С. Перспективная модель развития потребительского рынка в республике Таджикистан / С. Зубайдов //Экономика Таджикистан, ИЭД АНН РТ, № 1, 2022, С.92-96.- 0,5 п. л.

16. Зубайдов С. Инновационная модель социально-экономического развития потребительского рынка / С. Зубайдов, Р.К. Раджабов // Вестник ТНУ, серия социально-экономических и общественных наук, 2022.- № 6 - С.123-133. – 1,0 п.л (автором 0,6 п.л.).

17. Зубайдов С. Основным фактором благоприятного функционирования хозяйствующих субъектов и повышение их роли в системе потребительского рынка / Раджабов, С. Зубайдов // Экономика Таджикистан, ИЭД АНН РТ, №2,2022,С.76-84. – 0,8 п.л. (автором 0,55 п.л.).

18. Зубайдов С. Национальные особенности функционирования и развития потребительского рынка /С. Зубайдов, Х. Н. Факеров// Вестник ТГУПБП. Серия общественных наук. № 2 (74),2022.–С.21-31.–1,0 п.л.(автором 0,55 п.л.).

19. Зубайдов С. Некоторые аспекты развития потребительского рынка /С. Зубайдов, З.Дж. Раджабова//Таджикистан и современный мир. №2, 2022.-Душанбе, 2022. - С. 141-153.-1,0 п.л. (автором 0,5 п.л.).

20. Зубайдов С. Малое предпринимательство – один из главных средств развития потребительского рынка /С. Зубайдов // Вестник педагогического университета имени С.Айни, (Естественных наук),№1-2 (13-14), Душанбе,202. - С.59-63.-0,3п.л.

в) Статьи в других научных изданиях

21. Зубайдов С. Взаимосвязь теплофизических и экономических законов: постановка и осмысление / С. Зубайдов, В.А.Разыков // Вестник ТГУК (научно-практический журнал) 1(2). -Душанбе, 2012. – С.57-64.-1,00 п.л.(автором 0,6 п.л.).

22. Зубайдов С. К вопросу о формировании инфраструктуры оптовой торговли региона в условиях глобализации/ С.Зубайдов // Вестник ТГУК. -№1(26)/2019. –Душанбе, 2019. -С. 50-54.- 0,6 п.л.

23. Зубайдов С. К вопросу о применении физических моделей в экономике сферы услуг / С. Зубайдов //Вестник ТГУК. №4(25)/2018. –Душанбе, 2018.- С. 113-117.-0,3п.л.

24. Зубайдов С. Роль малого предпринимательства в повышении ресурсного потенциала потребительского рынка / С.Зубайдов // Вестник Бохтарского государственного университета имени Н. Хусрава. Серия гуманитарных и экономических наук. (научный журнал). Серия гуманитарных и экономических наук. 1/ 2(86). - Бохтар, 2021.-С.174- 177.-0,35п.л.

25. Зубайдов С. Национальные особенности функционирования и развития потребительского рынка / С.Зубайдов // Вестник ТГУК. №1(35)/2021. –Душанбе, 2021. -С. 83-87. -0,35 п.л.

26. Зубайдов С. Некоторые аспекты развития потребительского рынка/ С.Зубайдов // Вестник ТГУК. №1(35)/2021. -Душанбе. 2021. - С. 13-22. -0,8 п.л.

27. Зубайдов С. Физические модели в экономике /С. Зубайдов //Сборник научных трудов сотрудников ТГУК.- Душанбе, «Ирфон», 2007. - С.199-200. – 0,1 п.л.

28. Зубайдов С. Применение физических моделей в экономик/ С. Зубайдов, В.А. Разыков //Наука и практика: проблемы вхождения в мировое образовательное пространство и применение инновационных технологий». Материалы межд. науч.конф. - Худжанд, 2010.- С.15-20. – 0,35п.л. (автором 0,2 п.л.).

29. Зубайдов С. Инвестиции и их место в процессе научно-технического прогресса / С.Зубайдов // Сб. статей науч.теор. респ. конф. посвященной «Году образование и технической культуры».- Душанбе, 2010. - С.75-84. -1,0 п.л.

30. Зубайдов С. Совершенствование экономической структуры предприятия и использование физических аналогий / С. Зубайдов, В.А. Разыков // Проблемы и перспективы развития потребительской кооперации в условиях глобализации» посвящн.90-летию Таджикматлубота и 25-летию ТГУК Материалы межд.науч.практ.конф. (20-21апреля)- Душанбе, 2012. - С.19-22. -0,3п.л. (автором 0,35 п. л.).

31. Зубайдов С. Анализ экономических категорий посредством физических явлений / С. Зубайдов //Сб. материалы меж. научно – теор. конф. посвященной «20-летию суверенитета РТ», часть 2. (5-6 июня).- Душанбе, 2012. - С.89-95.-0,7п.л.

32. Зубайдов С. Производство и сфера торговли как физико-экономические системы / С. Зубайдов //Материалы меж. науч. практ. канф. посвящен. «90-летию Потребительской кооперации».- Душанбе, 2012. – С.35-39. - 0,3п.л.

33. Зубайдов С. Физическое моделирование динамики экономических систем / С. Зубайдов, В.А. Разыков // Перспективы и факторы обеспечения устойчивого развития экономики. Материалы межд. науч. конф. (20-21апреля)- Худжанд.:Хуросон,2012.-С.276-281. – 0,5(автором 0,35 п. л.).

34. Зубайдов С. Некоторые реальные подходы к применению физических моделей в экономике/С. Зубайдов, В.А. Разыков//Тенденции развития экономики и образования»

посвящен. «20-летию независимости РТ. Материалы межд. науч.практ.конф. (5-6 июня) – Душанбе, 2011. - С.16-20. -0,35(автором 0,2п.л.).

35. Зубайдов С. Определение состояния экономических систем методом статической модели / С. Зубайдов, М.Б. Акрамов, Т.Я. Эрназаров //Научный журнал «Молодежь и наука: реальность и будущее», Том 2, Экономические науки.- Невинномысск, Россия, 2015. - С.110-113. – 0,3(автором 0,2 п.л.).

36. Зубайдов С. Диверсификации промышленности Таджикистан в условиях рыночных отношений/С.Зубайдов, В.А. Разыков// Мат.12-й Всероссийский симпозиум.(12-13 апреля) «Стратегическое планирование и развитие предприятий», Секция 3. -М.: ЦЭМИ РАН, 2011.- С.64-69.-0,4п.л. (автором 0,2 п.л.).

37. Зубайдов С. Новый подход к определению состояния экономических систем / С. Зубайдов, М.Б. Акрамов // Актуальные проблемы развития экономики и образования. Материалы третьей межд. науч.практ. конф.(19-20июня)- Душанбе.: Ирфон, 2015. – С.153-156. -0,3п.л.(автором 0,2 п.л.).

38. Зубайдов С. Экономико-математического моделирование прогнозирования спроса населения на бытовых услуги в РТ/Зубайдов С., Р.К. Раджабов//Моделирование экономических процессов и современных технологий. Материалы респ. науч. практ. конф. (24-25 июня 2015г., г. Душанбе) - Душанбе.: ТНУ, 2015. – С.45-50. – 0,4 п.л. (автором 0,2 п.л.).

39. Зубайдов С. Взаимосвязь теплофизических и экономических законов: постановка и осмысление / Зубайдов С.//Теплофизические исследования и измерения при контроле качества веществ, материалов и изделий. Материалы 10-й межд. теплофизической школы (6-11 октября 2016г.).- Душанбе -Тамбов, 2016. - С.555-566.-1,0 п.л.

40. Зубайдов С. Исследование принципов и механизмов регулирования рынка ресторанных услуг / С. Зубайдов, А. Рауфи // Устойчивое развитие инновационной экономики в Таджикистане и Польше. Материалы межд. науч. практ.дист.конф (23-24 декабря)- Душанбе, 2016. -С. 297 – 305.- 0.8п.л. (автором 0,35 п.л.).

41. Зубайдов С. Оценка эластичности спроса на рынке потребительских товаров Республики Таджикистан /С.Зубайдов,Х.Н.Факеров, М.Ж. Саидова// «Таджикистан и современный мир: Актуальные проблемы развития инновационной экономики» Материалы межд. науч. практ.дист.конф (2-3 июня)- Душанбе, 2017. -С. 228 – 231.-0,4п.л. (автором 0,25 п.л.).

42. Зубайдов С. Экономическая оценка развития ресурсного потенциала и социальной инфраструктуры предприятий сферы услуг в Республике Таджикистан/

43. Зубайдов С., Р.К. Раджабов, Б. Ойматов//«Таджикистан и современный мир: Актуальные проблемы развития инновационной экономики» Материалы межд. науч. практ. дист. конф (20-21 июня)- Душанбе, 2018.-С.238-244.-0,5п.л. (автором 0,25 п.л.).

44. Зубайдов С. Система таможенного регулирования и ее роль в развитии потребительского рынка / Зубайдов С., Р.К. Раджабов // Матер. восьмая меж. конфр.(19-20 июня) «Таджикистан и современный мир: актуальные проблемы развития инновационной экономики». – Душанбе.: ТГУК, 2020, стр. 15-18.-0,3п.л (автором 0,15 п.л.).

45. Зубайдов С. Роль системы таможенного регулирования в развитии потребительского рынка Таджикистана / С. Зубайдов, Р.К. Раджабов, М.Х. Саидова // Сб. науч. статей мат. межд. научн. практ. конф. (23-25 октября) на тему «Адаптация сельскохозяйственной отрасли к изменениям климата: проблемы и пути решения», посвященной 30-летию государственной независимости Республики Таджикистан (23-25 октября). –Душанбе,2021.-С.412-418.-0,5п.л. (автором 0,3 п.л.).

Подписано к печати 21.06.2022г.
Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.
Тираж 100 экз. Объем 2,5 п.л. Заказ №265.

Отпечатано в типографии «Точир», г. Душанбе, ул. Дехоти, ½