

На правах рукописи

ХАБИБОВА САБОХАТ САФИУВЛОЕВНА

**ВНУТРЕННЯЯ ТОРГОВЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМИ ТОВАРАМИ:
ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ
НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ
(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
кандидата экономических наук

ДУШАНБЕ – 2017

Работа выполнена на кафедре экономики и организации бизнеса
Таджикского государственного университета коммерции.

Научный руководитель: **Шаропов Фарход Разокович,**
кандидат экономических наук, доцент

Научный консультант: **Раджабов Раджаб Кучакович,**
доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Мирсаидов Аврор Бобоевич,**
доктор экономических наук, профессор
заместитель директора по научной работе Института
экономики и демографии Академии наук
Республики Таджикистан

Ходжаева Раъно Хошимовна,
кандидат экономических наук,
заместитель председателя по социальным вопросам
г. Худжанд Согдийской области Республики
Таджикистан

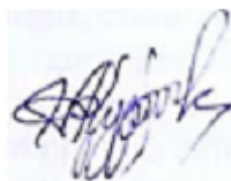
Ведущая организация: Центр стратегических исследований при Президенте
Республики Таджикистан

Защита диссертации состоится «___» _____ 2017 года в 12⁰⁰ часов
на заседании объединенного диссертационного совета Д 999.031.03 по защите
докторских и кандидатских диссертаций на базе Таджикского государственного
университета коммерции, Таджикского национального университета, Российско-
Таджикского (Славянского) университета по адресу: 734055, Республика
Таджикистан, г. Душанбе, ул. Дехоти, 1/2.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на официальном сайте
Таджикского государственного университета коммерции, <http://www.tguk.tj>.
Объявление о защите диссертации и автореферат диссертации размещены на
официальном сайте ТГУК [http //www.tguk.tj](http://www.tguk.tj) и направлены для размещения в сети
Интернет Министерства образования и науки Российской Федерации по адресу
[vak. ed.gov.ru](http://vak.ed.gov.ru).

Автореферат разослан «___» _____ 2017 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат экономических наук



А.Р. Курбонов

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Становление системы рыночной экономики, многообразие конкурентных форм собственности на средства производства, успешное решение комплекса задач по последовательному повышению уровня жизни населения, обуславливают острую необходимость динамичного и устойчивого функционирования различных видов рынков, в числе которых рынок и торговля потребительскими товарами и услугами занимают особое место. В связи с этим, комплексный анализ и оценка современного состояния, выявление основных тенденций и обоснование стратегических направлений развития внутренней торговли как важнейшей сферы услуг применительно к особенностям развития экономики Республики Таджикистан на этапе становления рыночных отношений является актуальной проблемой, имеющей, несомненно, важное социально-экономическое значение.

Торговля как неотъемлемый и системный сегмент современной сферы услуг играет жизнеобеспечивающую роль и оказывает активное воздействие на все стадии процесса расширенного воспроизводства общественного продукта, улучшения организации коммерческой деятельности, повышении темпов экономического роста и уровня и качества жизни населения. Для вывода страны из состояния сравнительного отставания и нехватки товаров отечественного производства и недостаточного насыщения ими внутренней торговли объективно нуждается в продвижении курса на проведение рыночных реформ, совершенствовании политики повышения эффективности использования имеющихся экономических ресурсов и применения очевидных преимуществ рыночных методов хозяйствования, обеспечивающих тесное взаимодействие спроса, предложения, цен и конкуренции.

Республика Таджикистан после обретения девятого сентября 1991 года, государственной независимости, преодолевая последствия кризисных явлений, энергично и целеустремленно претворяет в хозяйственной практике идеи и стратегию рыночных реформ. В результате проведения курса реформ в отраслях производства, торговли и потребления товарами и услугами, в стране начиная с 2000 года наметились положительные тенденции в среднегодовых темпах экономического роста. Тем не менее, на внутреннем рынке потребительских товаров имеются трудности и нерешенные задачи: достигнутый уровень удовлетворения спроса населения на товары, качество торгового обслуживания и отдельных видов товаров собственного производства все еще не отвечает возросшим современным требованиям. Внутренняя торговля находится на уровне высокой зависимости от импорта ряда потребительских товаров, что в свою очередь негативно влияет на состояние экономической, в т.ч. продовольственной безопасности.

Для выхода из создавшейся сложной ситуации и достижения более высоких и устойчивых темпов развития национальной экономики важно и в дальнейшем совершенствовать экономическую политику в опоре преимущественно на рыночных подходах, ускорить процесс перехода на индустриально-инновационную экономику, усилить тесную интеграцию частного и государственного партнерства в организации малого и среднего предпринимательства в реальных отраслях экономики и секторов услуг.

Необходимо иметь в виду, что создание условий для дальнейшего углубления идеи рыночной экономики, как правило, связано со сравнительно более длительным периодом времени. В этом случае, важно осуществлять меры и действия по созданию благоприятных условий для формирования полноценного экономического мышления,

создания гарантийной правовой базы прозрачного функционирования всех видов рынков и их развитой инфраструктуры, проведения успешной институциональной и структурной политики, подготовки компетентных и квалифицированных кадров. В перспективе в рамках Национальной стратегии развития важно иметь и претворять в хозяйственной практике, продуманный курс на проведение рыночных реформ, взвешенную во всех отношениях экономической политики, разработать адаптированные подходы и методы управления условиям хозяйствования и обеспечить дальнейшее повышение уровня жизни населения.

Степень разработанности научной проблемы. Проблемы развития и эффективного функционирования товарно-денежных отношений, обмена и торговли товарами посредством денег нашли отражение в фундаментальных научных работах Смита А., Рикардо Д., Кейнса Дж.М., Самуэлсона П., Макконнелла К.Р. и др. Общие вопросы становления и анализа состояния и конъюнктуры рынка потребительских товаров и торговли показаны в исследованиях НИЭИ Госплана бывших СССР и Таджикской ССР, ЦЭМИ, Института экономики АН Российской Федерации, Института экономики и демографии АН Таджикистана, бывшего ВНИИКСа и его Таджикского филиала. Отдельные ученые-экономисты в лице Абалкина Л.И., Баженова Ю.К., Баканова М.И., Бланка, М.А., Брагина Л.А., Бурмистрова В.Г., Васильева С.С., Воронина В.П., Воронова А.Н., Гоголя Б.И., Гребнева А.И., Данилова Е.И., Дарбиняна М.М., Задорожного В.К., Иваницкого В.И., Крутикова Ф.А., Лаврушина Б.Г., Левина А.И., Локшина Р.А., Мочалова Б.М., Николаевой Т.И., Никулина Д.Г., Орлова А.В., Орлова Я.Л., Петрова Д.Г., Соловьева Б.А., Столмова Л.Ф., Шаталина С.С., Фридмана А.М. внесли достойный вклад по отдельным аспектам данной темы.

Исследование проблем развития рынка и торговли потребительскими товарами и услугами в Республике Таджикистан рассмотрены и обоснованы в научных трудах Аминова И., Джамшедова М., Каюмова Н.К., Комилова С.Дж., Мирсаидова А.Б., Нидоева Н.Ф., Раджабова Р.К., Рахимова Р.К., Факерова Х.Н., Хабибова С., Хусаинова М.К., Шарипова М.М., Шаропова Ф.Р. и др.

Однако несмотря на заметный вклад зарубежных и отечественных ученых в разработку теории и практики по указанной проблеме, необходимо констатировать, что пока отсутствует специальный и комплексный анализ становления и развития рынка потребительских товаров на примере Республики Таджикистан, особенно в последние 10-15 лет после обретения государственной независимости.

В последние годы отдельные организационно-экономические аспекты развития внутренней торговли совершенно не стали особым и целевым предметом диссертационного исследования со стороны отечественных ученых-экономистов, что требует переосмысления теоретических, методических и практических аспектов,

Выбор темы диссертационного исследования наряду с упомянутыми выше причинами также обусловлен важностью комплексного изучения проблемы становления и устойчивого развития рынка потребительских товаров на макроэкономическом и территориальных уровнях, тенденций и ориентиров по развитию торговли в условиях функционирования рыночной экономики, важностью разработки выводов и рекомендаций по повышению социально-экономической эффективности данной сферы экономики.

Цель и задачи диссертации. Основной целью диссертационной работы являются разработка теоретико-методологических основ функционирования и развития внутренней торговли потребительскими товарами в условиях перехода к рынку, методических подходов комплексного анализа и оценки современного состояния

производства, реализации и потребления товаров, а также научное обоснование выводов и рекомендаций по совершенствованию розничной торговли и стратегическим направлениям ее развития в Республике Таджикистан.

Для достижения главной цели диссертации автором поставлены и решены следующие задачи:

- оценить социально-экономическую ситуацию в Республике Таджикистан в период проведения рыночных преобразований и условий эффективного функционирования рынка и торговли потребительскими товарами;
- уточнить и дополнить сущность понятийного аппарата экономических категорий – «рынок», «торговля», «товарное обращение», «инфраструктура рынка» и другие взаимосвязанные с ними базовые дефиниции;
- доказать и обосновать необходимость совершенствования механизмов и методов государственного регулирования торговли потребительскими товарами и услугами;
- проанализировать и оценить современное состояние и тенденции развития торговли потребительскими товарами за годы государственной независимости Республики Таджикистан (1991-2015 годы), выявить позитивные и отрицательные результаты влияния экономической реформы на состояние данной отрасли экономики и уровень торгового обслуживания населения;
- разработать и обосновать экономико-математические расчеты прогноза спроса и розничного товарооборота потребительских товаров в Республике Таджикистан на период до 2021 года;
- обосновать и разработать приоритетные направления устойчивого развития внутренней торговли потребительскими товарами и услугами в Республике Таджикистан.

Объектом исследования является торговая деятельность потребительскими товарами Республики Таджикистан и ее развития за годы государственной независимости.

Предметом исследования выступают экономические отношения в сфере внутренней торговли потребительскими товарами и услугами в Республике Таджикистан в условиях формирования и развития рыночных отношений.

Теоретической и методологической основой исследования явились книги, статьи, выступления и Указы Президента Республики Таджикистан, законодательные акты Республики Таджикистан, принятые в 1991-2015 гг., труды ученых-экономистов различных школ и направлений Таджикистана, стран ближнего и дальнего зарубежья, Программы и Постановления, разработанные и принятые за последние годы государственными органами управления республики и иные нормативно-правовые документы по проведению экономической реформы в стране, в том числе Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года, данные Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан и многие другие источники экономической информации.

В процессе исследования использовались методы и методика нормативного, системного и комплексного, экономико-статистического анализа и синтеза экономических обоснований, наблюдений и прогнозных оценок.

Информационную базу диссертационной работы составили статистические данные Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан, научные периодические издания, материалы научно-практических конференций и семинаров, монографии, а также данные, полученные автором в процессе выполнения настоящего исследования.

Обоснованность и достоверность результатов исследования обеспечивается критическим анализом соответствующей литературы и исследований, опубликованных в специальной литературе и научных журналах по теме диссертации.

Достоверность результатов обеспечивается проведенным автором эмпирических исследований на основе использования методов первичного сбора и обработки информации, апробацией результатов исследований на международных, республиканских и университетских конференциях.

Соответствии диссертации Паспорту научной специальности. Диссертация соответствует пунктам 1.6.109 - Совершенствование организации, управления в сфере услуг в условиях рынка; 1.6.116 - Механизм повышения эффективности и качества услуг; 1.6.117. Современные тенденции развития организационно-экономических форм хозяйствования в сфере услуг; 1.6.118 - Формирование и развитие отраслевых, региональных и общенациональных рынков услуг и 1.6.121. - Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг Паспорта номенклатуры специальностей научных работников (экономические науки).

Научная новизна исследования состоит в научно-теоретическом обосновании основных направлений формирования и развития внутренней торговли и разработке научно-практических выводов и рекомендаций по ее стратегическому развитию на этапе перехода страны к рыночным отношениям.

Наиболее существенные результаты исследования, обладающие научной новизной и полученные лично соискателем:

- оценена социально-экономическая ситуация в Республике Таджикистан в условиях проведения рыночных реформ с учетом их особенностей и последствий, а также условия эффективного функционирования торговли потребительскими товарами;
- раскрыты и уточнены теоретические аспекты развития торговли потребительскими товарами и услугами, а также сущность понятийного аппарата экономических категорий – «рынок», «торговля», «товарное обращение», «инфраструктура рынка» и другие взаимосвязанные с ними базовые дефиниции;
- обоснована необходимость совершенствования системы государственного регулирования и поддержки торговли товарами и услугами на основе использования современных методов и механизмов осуществления, снятие административных барьеров, устранение элементов коррупции при контроле и надзоре над торговой деятельностью торговых предприятий и индивидуальных предпринимателей в условиях рыночных преобразований;
- оценено современное состояние и основные тенденции развития торговли потребительскими товарами за годы государственной независимости Республики Таджикистан (1991-2015гг.), выявлены позитивные и негативные результаты влияния экономических реформ на состояние отрасли и уровень торгового обслуживания населения. Доказаны необходимость совершенствования механизма взаимодействия спроса, предложения и цены на рынке потребительских товаров, обосновано развитие инфраструктурного обеспечения торговли потребительскими товарами и услуг;
- разработаны и обоснованы экономико-математические модели прогноза спроса и розничного товарооборота на потребительские товары в Республике Таджикистан на перспективный период;
- определены приоритетные перспективные направления стратегического развития внутренней торговли потребительскими товарами и услугами в Республике Таджикистан на период до 2030 года на основе полученных результатов прогнозных расчетов, активизации предпринимательской деятельности в сфере производства,

стимулирование привлечения инвестиций, реконструкции и модернизации торговых предприятий, внедрения инновационно-коммуникационных технологий, развитию электронной торговли, ускоренного формирования и развития инфраструктуры, использование эффективной и гибкой системы налогообложения и кредитования, защиты прав предпринимателей и свобод потребителей – населения и др.

Теоретическая и практическая значимость диссертации заключается в возможности применения в хозяйственной практике научных результатов диссертационного исследования для последующего развития и эффективного функционирования торговли потребительскими товарами в Республике Таджикистан, усиления его влияния на достижение экономического роста и повышения благосостояния народа. На основе авторской концепции предложены и обоснованы основные стратегические направления развития внутренней торговли и установлены основные тенденции изменения рынка потребительских товаров в республике.

Выводы и рекомендации автора исследования использованы Институтом экономики и демографии АН РТ при обосновании Концепции и Программы развития отраслей экономики, в том числе торговли на период до 2030 года (справка о внедрении № 34004-23-103 от 27.04.2017 г.). Практические результаты диссертации отражены в опубликованных автором статьях, а также внедрены в учебном процессе Таджикского государственного университета коммерции при чтении дисциплин «Экономика отрасли: торговля», «Экономика предприятий (организации) торговли», «Экономика торгового предпринимательства», «Экономический анализ в торговле» для студентов экономических специальностей (справка о внедрении № 155 от 15.04.2017 г.).

Апробация результатов исследования. Основные теоретические и практические положения диссертации, автором докладывались на международных конференциях: в г. Белгороде (2014 г.), научно-практических конференциях Таджикского национального университета (2009-2016 гг.), а также на научно-практических конференциях Таджикского государственного университета коммерции за 2005-2017 гг.

Публикации. Основные положения и результаты диссертации опубликованы в 9 научных работах, общим объемом 4,1 п.л., 4 из которых в научных журналах, входящих в Перечень рецензируемых изданий ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации.

Структура диссертации. Диссертационная работа включает введение, три главы, заключение, библиографический список литературы, содержащего 182 наименований. Исследование изложено на 163 страницах машинописного текста, содержит 26 таблиц, 13 рисунков, 3 диаграмм и 3 приложений.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснована актуальность темы исследования и степень ее разработанности, определены цель, задачи, объект, предмет и научная область диссертации, сформулированы теоретические, методологические и информационные основы работы, научная новизна и практическая ценность, апробация результатов и публикации, структура и объем диссертации.

В первой главе «**Теоретико-методологические основы развития торговли потребительскими товарами в условиях рыночной экономики**» автором диссертации рассмотрены предпосылки, особенности и динамика развития макроэкономических показателей Республики Таджикистан на этапе становления системы рыночной экономики, экономическая природа и содержание потребительского рынка товаров, основные факторы, определяющие его формирование и устойчивое

развитие в период государственной независимости страны, механизм, методы государственного и общественного регулирования рынка потребительских товаров в контексте стратегии и политики по повышению уровня благосостояния населения.

В настоящем исследовании автором доказывается, что реализация социально-ориентированных рыночных реформ в экономике, в т.ч. в торговле Республики Таджикистан в целом способствовали преодолению имеющихся кризисных явлений и барьеров обеспечения непрерывного экономического роста и повышения благосостояния населения, стимулирование активного привлечения внешних и внутренних источников инвестиций, всестороннего развития и поддержки малого и среднего предпринимательства в сферах производства, торговли и иных секторах сферы услуг.

В рамках основной цели и задач проведения рыночных реформ в торговле и общественном питании была проведена активная работа по приватизации государственной собственности на средства производства и на этой основе обеспечения интенсивного развития субъектов малого и среднего бизнеса, а также внедрения рыночных форм и методов управления, отвечающих требованиям и условиям рыночной экономики.

Важнейшим направлением реформирования экономики является рыночное преобразование сферы услуг, составным сегментом которого выступает торговля потребительскими товарами, что непосредственно затрагивает жизненные интересы населения, степень удовлетворения их спроса на товары и услуги.

Торговля потребительскими товарами и услуги, по мнению автора, представляет собой важнейшую и социально ориентированную отрасль национальной экономики. Именно в предприятиях торговли реализуются повседневные потребности населения на товары и услуги, а уровень и качество оказываемых им торговых услуг приобретает первостепенное значение.

Мировой и отечественный опыт убедительно показывает, что именно в торговле по сравнению с любой другой отрасли экономики приходится постоянно принимать во внимание степень индивидуального удовлетворения потребностей населения с учетом их реальных денежных доходов, оказание торговых услуг, сокращение времени населения в поисках покупки и обслуживания клиентов в торговой сфере.

В ходе проведения реформы в торговле как сравнительно крупной отрасли экономики и сферы услуг, субъекты торговой деятельности показали высокую степень частной инициативы, активной адаптации к условиям свободной экономической системы, постепенного приближения к глобализационным процессам и мировым стандартам обслуживания в предприятиях сферы услуг.

В диссертации отмечается, что вследствие проведения рыночных реформ наряду с позитивными переменами в отрасли «торговля» конечно выявились ряд нерешенных и острых проблем, к которым относятся нехватка числа торговой сети по сравнению с потребностью населения в них; все еще недостаточно доля производства важнейших товаров отечественного производства, в т.ч. продукты питания, нередко по некоторым наиболее уязвимым товарам необоснованно растут и розничные цены, низка уровень и качества обслуживания населения, особенно в сельских местностях.

Согласно официальным данным Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан (2000-2015 гг.) динамика абсолютных показателей основных макроэкономических показателей страны имеет такие значения (табл.1).

Таблица 1. Динамика абсолютных макроэкономических показателей в Республике Таджикистан за 2000-2015 годы

Показатели	Годы				2015 г. к 2000 г., в разах
	2000	2005	2010	2015	
1. ВВП в ценах соответствующих лет, млн. сомони	1786,8	7206,6	24707,1	48401,6	27,1
2. Производство продукции промышленности, млн. сомони, в ценах 2015 г.	4316,5	7514,6	8584,8	12195,9	2,8
3. Продукция сельского хозяйства, млн. сомони, в ценах 2015 г.	7421,2	11444,5	15670,1	21577,8	2,9
4. Денежные доходы населения, млн. сомони	1004,6	3816,0	13256,0	25569,8	25,4
5. Денежные расходы и сбережения населения, млн. сомони	909,9	3857,2	13948,5	34968,0	38,4
6. Объем розничного товарооборота по всем каналам реализации (в ценах 2015 г.), млн. сомони	2647,4	5356,0	8494,5	14377,7	5,4
7. Платные услуги населению (в ценах 2015 г.), млн. сомони	1818,4	4156,5	7174,7	9615,8	5,3
8. Внешнеторговый оборот, всего млн. долларов США	1459,3	2238,8	3851,6	4326,2	3,0
в том числе:					
- Экспорт	784,3	908,7	1194,7	890,6	1,1
- Импорт	675,0	1330,1	2656,9	3435,6	5,1

Источник: Расчеты автора на основе: Таджикистан: 25 лет государственной независимости. Статистический ежегодник // Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. - Душанбе, 2016. – С. 11-15.

Данные таблицы 1 наглядно показывают, что основные макроэкономические показатели в 2015 г. по сравнению с 2000 г. существенно выросли: объем ВВП в текущих ценах в 27,1 раз, продукция промышленности и сельского хозяйства в ценах 2015 г. соответственно в 2,8 и 2,9 раза. За этот период сумма денежных доходов населения республики увеличилась более высокими темпами в 25,4 раза, что обусловлена ростом переводов денежных средств внешних мигрантов Таджикистана. Однако денежные расходы и сбережения населения выросли в 38,4 раза.

В отрасли внешнеторгового оборота страны опережающими темпами по сравнению с экспортом увеличился импорт товаров. Доля импорта в обороте внешней торговли повысилась с 46,2 % до 79,4 %. Отсюда можно сделать вывод о том, что в настоящее время доля импорта товаров крайне высока, что сдерживает производство отечественных товаров и отрицательно влияет на состояние экономической безопасности в стране.

В рамках изменений макроэкономических сдвигов показатель объема розничного товарооборота по всем каналам реализации в ценах 2015 года за анализируемый период (2015 к 2000 г.) возросла в 5,4 раза и составила 14377,7 млн. сомони против 2674, 4 млн. сомони в 2000 году.

Критически изучая специальные литературные источники, диссертант констатирует, что внутренняя торговля - это крупная, жизнеобеспечивающая и социально важная отрасль национальной экономики и сферы услуг каждой страны. Роль и значение устойчивого развития торговли в решении социально-экономических задач по удовлетворению постоянно растущего платежеспособного спроса населения на потребительские товары и услуги, пополнении доходов государственного и местных бюджетов, обеспечении занятости населения, развития предпринимательской

деятельности на всей территории страны и главное в повышении благосостояния народа трудно переоценить.

Внутренняя торговля, как составная подсистема рыночной экономики, имеет экономическую сущность и содержание. Суть его, по мнению диссертанта, характеризуется совокупностью экономических отношений между производителями товаров и их потребителями. В результате осуществления товарно-денежных отношений и обмена происходит своевременное возмещение и окупаемость затрат на производство и реализации товаров, формируется возрастающая величина прибыли, как финансового результата экономической деятельности и, тем самым, удовлетворяется платежеспособный спрос населения на товары и услуги.

В работе автором разработана схема функционирования торговли как отрасли национальной экономики, ее внутренняя и внешняя среда функционирования в условиях действия рыночной экономики (рис. 1).

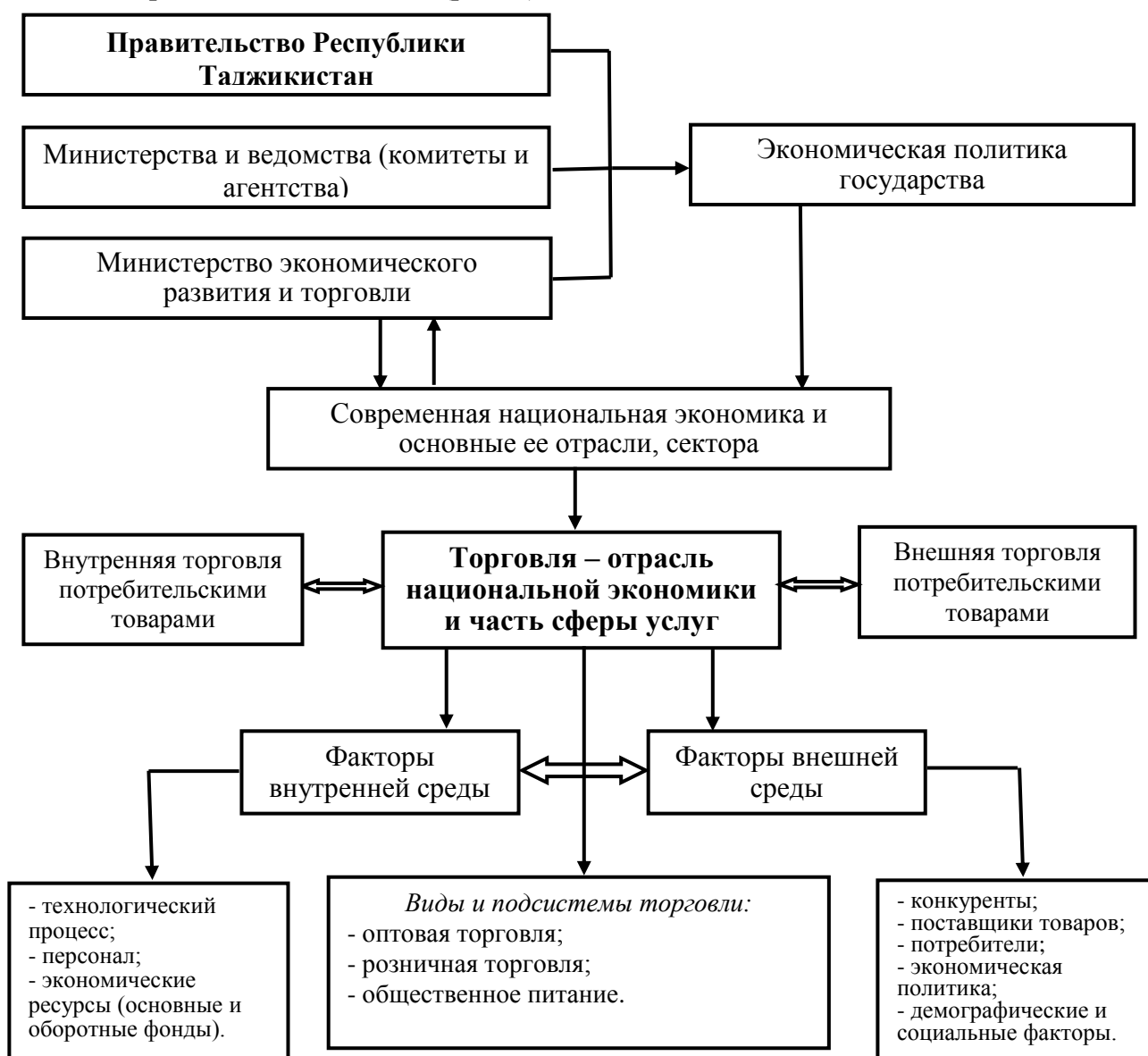


Рисунок 1. Авторская схема функционирования торговли, как отрасли национальной экономики и факторы внутренней и внешней среды

В диссертационном исследовании содержание торговли обосновывается с различных позиций: экономическую категорию; отрасль национальной экономики;

составной компонент экономики сферы услуг; особый вид предпринимательской деятельности.

Торговля как отрасль экономики, реализуя товары и услуги потребителям, т.е. населению оказывает существенное влияние на темпы развития производства и одновременно содействует удовлетворению платежеспособного спроса населения. В то же время торговля выполняя социальные функции, главным образом повышает уровень благосостояния народа на основе устойчивого роста объема реализации товаров и повышения качества торгового обслуживания.

С другой стороны, торговая деятельность является сегодня важнейшим сегментом сферы услуг. Мировой опыт показывает, что современная сфера услуг состоит из множества подотраслей и секторов, в ряду которых видное место занимает торговля, общественное питание и другие виды торгово-посреднической деятельности. Особенностью современного этапа развития сферы услуг развивается сравнительно высокими темпами и занимает все более возрастающую роль в формировании валового внутреннего продукта.

Торговля, в сущности, оказывает населению социально-значимые услуги населению в виде продажи им товаров в обмен на их денежные доходы, а также широкого спектра дополнительных услуг (консультационные, послепродажные и др.)

Исследованием установлено, что торговая деятельность как специфический и самостоятельный вид предпринимательства является основой развития рыночной экономики. Торговля обеспечивает тесную связь производства с конечным потреблением и предполагает, что экономическая система имеет собственные каналы входа в виде экономических ресурсов (материальные, трудовые, финансовые и информационные) и выхода в качестве результатов деятельности предприятий – прибыль, реализация товаров, услуги, качества торгового обслуживания.

В диссертации автор на основе анализа состояния и процесса развития рыночной экономики, сформулировал вывод о том, что практика рыночного хозяйствования не в состоянии решать вопросы идеально и самостоятельно, а нуждается в системе государственного регулирования, т.е. в вмешательстве органов государственного управления и общественных организаций.

Торговля сегодня в большей мере, чем другие отрасли экономики нуждается в государственном регулировании и поддержке (например, в правовом обеспечении развития торговой деятельности, в реформе налоговых нагрузок, в льготном кредитовании развития торговли в кредитах банков, в выделении земли и офисов, в ликвидации административных вмешательств, в уменьшении величины таможенных пошлин, сборов, выплат и др.).

Рынок и рыночный механизм в торговле в чистом виде, как показывает хозяйственный опыт многих стран мира, в реальной действительности нигде не существует. Для того чтобы минимизировать угрозы и недостатки рыночных методов хозяйствования прибегают к различным методам государственного воздействия на торговую деятельность (рис. 2).

По мнению диссертанта, степень вмешательства государства в рыночные процессы данной отрасли национальной экономики логично должна быть ограниченным и избранно точечным для того, чтобы не допустить на практике преимущественное вмешательство государства и ее полномочных органов в текущую деятельность предприятий и организаций внутренней торговли.



Рисунок 2. Авторский вариант основных направлений и методов государственного регулирования торговли

В диссертации автор приходит к выводу о том, что современная система государственного регулирования внутренней торговли Республики Таджикистан и практическая реализация положений Закона «О торговле и бытовом обслуживании в Республике Таджикистан», создает предпосылки для успешного решения следующих приоритетных задач: формирование равных условий для деятельности юридических и физических лиц, основанных на различных формах собственности (частной, государственной и др.); создание благоприятной среды для организации предпринимательской деятельности на уровне малых, средних и крупных предприятий торговли и общественного питания; обеспечения защиты прав и интересов потребителей - населения в условиях относительной свободы рынка, торговли товарами и услугами; своевременное пересечение случаев монопольной деятельности отдельных производителей (поставщиков) товаров и субъектов торговли и общественного питания; развитие субъектов торгового предпринимательства, имеющих статус юридического лица и формирование правовой, организационной, экономической и социальной системы мер государственного регулирования и поддержки, включая контроль со стороны общества защиты прав потребителей, ассоциации предпринимателей и др.

Во второй главе диссертации «**Анализ современного состояния и основные тенденции развития торговли потребительскими товарами в Республике Таджикистан в 1991-2015 годы**» автором на основе использования подходов

системного экономического анализа основных показателей, взятые в динамике выявлены основные тенденции развития рынка потребительских товаров за период независимости республики. Осуществлены научно-методические подходы комплексного, сравнительного и факторного анализа внутренней торговли потребительскими товарами и выявлены и доказаны закономерности в развитии общего объема товарооборота по всем каналам их реализации в торговле республики, социальных их форм - частной, кооперативной, государственной и другие, сделаны обобщения, выводы и рекомендации.

Розничный товарооборот в условиях рынка, как считает автор, - это форма реализованного платежеспособного спроса населения и более объективно показывает не только сложившуюся ситуацию внутренней торговли, но и уровень благосостояния народа. В этой связи, в процессе анализа фактического состояния торговли следует установить динамику и тенденции изменения данного важнейшего социально-экономического показателя торгово-коммерческой деятельности.

В Таджикистане, неуклонно и сравнительно высокими темпами ежегодно растет общий объем розничного товарооборота государственной, кооперативной и частной торговли, что показывает одну из важнейших тенденций развития торговли. Вместе с тем, целесообразно рассчитать динамику и физический объем в сопоставимых ценах, а не в текущих розничных ценах на товары. Именно этот методический подход позволяет получить сопоставимые показатели для проведения сравнительного анализа товарооборота, что позволяет делать достоверные выводы.

Практический опыт организации аналитической работы в торговле и наблюдения автора исследования показывают, что указанное обстоятельство далеко не всегда принимается во внимание экономистами-менеджерами и другими работниками экономико-аналитических служб предприятий, что не позволяет оценить истинное положение дел на рынке потребительских товаров и услуг. Динамика общего объема розничного товарооборота по формам торговли за 2008-2015 гг. приведена в табл.2.

Таблица 2. Объем и источники образования розничного товарооборота Республики Таджикистан за 2008-2015 гг., в ценах 2015 года, сумма - млн. сомони

Показатели	Годы						2015 г. в % к	
	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2005г	2010г
Общий объем розничного товарооборота по всем каналам реализации, сумма	2219.3	5997.7	9013.9	11311.7	12823.9	14377,7	6,5 п	2,4 п
То же, в процентах	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-	-
в том числе:								
Государственный сектор, сумма	22.9	77.3	105.5	103.5	110.6	58,7	2,5 п	75,9%
Удельный вес, в процентах к итогу	1.0	1,3	1,2	0,9	0,9	0,4	- 0,6	- 0,9
Негосударственный сектор, сумма	2196.4	5920.4	8908.4	11208.2	12713.3	14319,0	6,5 п	2,4 п
Удельный вес, в процентах к итогу	99.0	98.7	98.8	99.1	99.1	99.6	+0,6	+0,9
Из него:								
Коммерческая торговля, сумма	68.7	300.7	601.1	1595.5	2741.0	3258.8	47,4 п.	10,8 п
То же, доля в процентах	3.1	5.0	6,7	14,1	21,4	22,7	+19,6	+17,7
Кооперативная торговля «Таджикматлубот»	33.3	87.7	109.7	109.4	110.4	69,7	2,1 п	79,5%
То же, доля в процентах	1,5	1,5	1,2	1.0	0,8	0,5	-1,0	-1,0
Неорганизованный рынок, сумма	2094.4	5532.0	8197.6	9503.3	9861,9	10990,5	5,2 п	2,0 п
То же, доля в процентах	94,4	92,2	90,9	84,0	76,9	76,4	-18,0	- 15,8

Источник: Расчеты автора на основе: Таджикистан: 25 лет государственной независимости. Статистический ежегодник // Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. - Душанбе, 2016. – С. 424.

Данные таблицы 2 наглядно свидетельствуют о том, что общий объем розничного товарооборота Республики Таджикистан по всем каналам реализации, рассчитанная в сопоставимых ценах по итогам работы 2015 г. по сравнению с 2005 г. указывает на тенденцию неуклонного и систематического прироста абсолютных показателей, т.е. вырос более чем в 6,5 раз, а к 2010 году в 2,4 раз. Между тем, за анализируемый период, в результате осуществления комплекса мер по развитию рыночных реформ (приватизации предприятий государственной торговли, интенсивного формирования частного сектора торговли, переход к свободным ценам и др.) общий объем реализации товаров населению через государственную торговлю в 2015 году составил 58,7 млн. сомони или вырос против 2005 почти в 2,5 раз, а по сравнению с уровнем 2010 года уменьшился на 24,1 процента. В негосударственном секторе внутренней торговли республики данный показатель за анализируемый период увеличилась соответственно в 6,5 и 2,4 раза.

В составе внутренней торговли в настоящее время по удельному весу к сумме товарооборота внутренней торговли лидирующее место занимает частная форма торговли (76,4 % в 2015 г).

Совокупная величина розничного товарооборота сектора частной торговли Таджикистана выросла увеличилась достаточно высокими темпами и за анализируемый период (1995- 2015 гг.) составила соответственно в 5,2 раза, а по сравнению с 2010 года в 2,0 раз. Между тем, абсолютная величина розничной продажи товаров в системе потребительской кооперации с 33,3 млн. сомони в 2005 году увеличилась до 69,7 млн. сомони в 2015 г., т.е. почти на 2,1 раз. Однако темп роста розничного товарооборота последнего года по сравнению с 2010 годом в ценах 2015 года снизилась на 20,5 %.

Исследования автора относительно тенденции развития внутренней торговли республики как видно из проведенного анализа динамики статистической информации показывает: во-первых, рост абсолютной суммы розничного товарооборота; во-вторых, высокие годовые темпы роста реализации товаров по сравнению с предыдущими годами

Автором осуществлен анализ динамики сдвигов в товарном структуре розничного товарооборота по всем каналам реализации за 1995-2015 гг. (табл. 3. и диаграмма 1).

Таблица 3. Структура розничного товарооборота Республики Таджикистан по всем каналам реализации за 1995-2015 годы

Товарные группы	1995 г.		2000 г.		2010 г.		2015 г.	
	млн. сомони	% к итогу	млн. сомони	%к итогу	млн. сомони	%к итогу	млн. сомони	%к итогу
Продовольственные товары	18,0	65,7	332,1	59,5	2836,2	47,3	7045,1	49,00
Непродовольственные товары	9,4	34,3	226,1	40,5	3161,5	52,7	7332,6	51,00
Все товары	27,4	100	558,2	100	5997,7	100,0	14377,7	100,0

Источник: Расчеты автора на основе: Таджикистан: 25 лет государственной независимости. Статистический ежегодник // Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. - Душанбе, 2016. – С. 437.

Как показал анализ сдвигов в структуре розничного товарооборота страны за период указанный в диаграммы 1, доля продажи продовольственных товаров снизилась с 65,7% в 1995 году до 49,0% в 2015 году, тогда как аналогичный показатель по непродовольственным товарам, наоборот повысилась с 34,3% в 1995 году до 51,0% в 2015 году, что наглядно отражает четкую тенденцию постепенного улучшения уровня

жизни населения за счет более высоких темпов продажи непродовольственных товаров населению.



Диаграмма 1. Доля продажи продовольственных товаров и непродовольственных товаров в 1995 г. и 2015 г.

Анализ современного состояния рынка потребительских товаров показывает, что негосударственные формы собственности, особенно частная торговля, в настоящее время занимает ведущую и монопольную позицию в реализации потребительских товаров и торговых услуг населению. Доля последней в совокупной сумме розничного товарооборота на уровне областей и районов республики в последние годы: в Файзабадском, Вахдатском, Рудакинском, Таджикабадском и Раштском колеблется в амплитудах 95-100 процентов.

Согласно статистическим данным сравнительно более высокий абсолютный прирост продажи товаров среди территорий страны за 2015 г. против 2008 г. имеет место в Согдийской и Хатлонской областях, г. Душанбе и районы республиканского подчинения (табл. 4).

Таблица 4. Розничный товарооборот Республики Таджикистан в расчете на душу населения в 1995-2015 гг., в ценах соответствующих лет, в сомони

Регионы	Годы							2015 г. к 1995 г. в размах
	1995	2005	2010	2012	2013	2014	2015	
Республика Таджикистан, всего в том числе:	4,7	319,3	789,8	1141,4	1401,0	1555,0	1701,2	361,9
ГБАО	1,4	54,0	146,0	235,2	310,9	410,6	459,3	328,1
Согдийская область	6,8	381,6	1062,6	1441,0	1892,6	2105,8	2267,3	333,4
Хатлонская область	3,1	161,3	504,6	817,4	922,8	976,5	1085,4	350,1
г. Душанбе	10,1	776,8	1418,8	2102,0	2862,9	3370,1	3708,1	367,1
РРП	2,7	334,6	709,6	961,1	1027,4	1129,3	1248,2	462,3

Источник: Расчеты на основе: Торговля и услуги в Республике Таджикистан: 25 – лет государственной независимости. Статистический сборник//Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. -Душанбе, 2016. – С. 18.

Данные таблицы 4 показывают, что по крупным областям и территориям республики заметные различия имеются не только по объему и высоким темпам роста розничного товарооборота, но и в расчете величины товарооборота на душу населения в разрезе соответствующих лет. Так, в 2015 году доля данного удельного показателя была существенно ниже и составила от среднереспубликанского уровня по: ГБАО - 27,0,

Хатлонской области - 63,8 и районы республиканского подчинения – 73,4 процентов. Однако по г. Душанбе и Согдийской области изучаемый показатель был заметно выше среднереспубликанского показателя и соответственно составила в 2,18 и 1,33 раза.

Диссертант считает, что в пределах областей и иных территорий за анализируемый период также произошли закономерные изменения в развитии торговли потребительскими товарами: растет общий объем, темпы роста оборота и товарооборот в расчете на душу населения.

Рынок потребительских товаров, состоит из трех основных элементов: платежеспособного спроса населения, предложения товаров и цен и характеризует тесное взаимодействие и соотношение между этими показателями.

На величину платежеспособного спроса оказывают влияние ряд факторов, к которым относятся: изменение численности и состава населения; объем и структура розничного товарооборота; денежные доходы населения и источники их образования; уровень розничных цен на потребительские товары и рост уровня инфляции; вкусы и предпочтения покупателей; социальные условия жизни; реклама, изменения моды и другие.

Зависимость между объемом платежеспособного спроса (Q) на конкретный товар и его уровнем цен (p) иллюстрируется кривой спроса – D от английского слова (demand), который имеет наклон с верхнего угла вниз направо по линии абсциссы и ординат.

Тесноту этой связи между объемом платежеспособного спроса населения на товары и изменением цен на него за определенный отрезок времени необходимо определить при помощи коэффициента эластичности, что обычно равен единице. Но теснота зависимости между показателями может быть меньше значения этого статистического коэффициента.

Влияние цены товара на спрос может практически проявляться через эффект замещения. Суть эффекта замещения состоит в том, что при изменении цены товара реальный доход может остаться неизменным, но при этом изменяется структура спроса. В случае роста цен на товар, потребитель обычно замещает потребление дорогого товара на сравнительно дешевый.

Предложение товаров – другой очень важный элемент рынка потребительских товаров. Другими словами, это масса товаров предназначенных для реализации на рынке.

Диссертант отмечает, что как правило сумма предложения товаров определяется по республике в целом на основе величины остатка товарных запасов в предприятиях оптовой и розничной торговли, общественного питания, запасы готовой продукции на складах промышленных предприятий, поступления товаров отечественного производства и импорта товаров за вычетом экспорта товаров.

Существенным и регулирующим элементом потребительского рыночного механизма потребительского рынка является цена. Изменение розничных цен на конкретный товар ощутимо влияет не только на спрос, но и на предложение товаров на рынке, на интересы покупателей - населения. Зависимость объема предложения от уровня свободных цен на произведенные в производстве продукции, также характеризуется коэффициентом эластичности. При росте цен, как правило, объем предложения увеличивается и соответственно растет прибыль производственных предприятий, как мощный стимул для дальнейшего их развития. Происходит обратный процесс, если цена производителя продукции снижается на рынке. Во всяком случае, каждый производитель и поставщик продукции всегда заинтересован и стремится к

реализации своего товара по максимально высокой цене. Это явление находит свое отражение в законе предложения и в кривой предложения.

Инфраструктура потребительского рынка и торговли, как показали исследования автора, - это совокупность элементов, институтов и условий, которые создают условия для доведения продукции от производственных предприятий и места их хранения непосредственно до конечных потребителей путем реализации товаров с целью удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли торговыми предприятиями и индивидуальным торговым предпринимателям.

По мнению автора, к инфраструктуре внутренней торговли потребительскими товарами в Республике Таджикистан относятся предприятия оптовой и розничной торговли, общественного питания, а также рекламные, налоговые, таможенные, финансово-кредитное, брокерские, транспортные, консультационные фирмы и другие необходимые институты и вспомогательные службы.

Анализ современного состояния инфраструктуры розничной торговли в масштабе страны, отдельных подсистем отрасли и административных территорий, проведенная диссертантом позволили выделить ряд проблем, требующих неотложных решений:

- недостаточное развитие материально-технической базы розничной торговли и низкий уровень их обеспеченности по сравнению с нормативными показателями торговых площадей и технического оснащения, как основного элемента инфраструктуры потребительского рынка;
- отсутствие интеграции между предприятиями производства и участников логистической системы, снижение основных показателей эффективности розничной торговли;
- сокращение времени транспортировки потребительских товаров из пунктов их производства в розничную торговую сеть;
- недостаточное развитие финансово-кредитных услуг, предлагаемых для субъектов торговли;
- отсутствие доступа к полной и качественной информации для участников рынка потребительских товаров и услуг;
- недостаточное развитие новых форм организации торговли (сетевая торговля, электронная торговля, самообслуживание).

Автор исследования считает, что для решения вышеуказанных задач целесообразно разработать и принять комплекс мер по инновационному развитию торгово-технологических процессов, стимулированию привлечения иностранных и отечественных источников инвестиции для целей создания мощной и современной материально-технической базы торговли, общественного питания, а также других составных элементов рыночной инфраструктуры.

В третьей главе диссертации «**Стратегия устойчивого развития внутренней торговли потребительскими товарами в Республике Таджикистан**» диссертантом установлены и обоснованы стратегические подходы и перспективы устойчивого развития внутренней торговли потребительскими товарами, в частности, механизм и методы активизации предпринимательской деятельности в сфере отечественного производства товаров и насыщения ими потребительского рынка, а также использован инструментальный и методика прогнозирования спроса и на этой основе розничного товарооборота на период до 2030 года, в т.ч. на 2017-2021 гг.

Насыщение и развитие рынка потребительскими товарами существенно зависит от уровня развития отечественного производства промышленной и аграрной продукции, а также роста величины среднедушевых и общих денежных доходов населения.

Как показало авторское исследование внутренней торговли Республики Таджикистан, несмотря на достигнутые позитивные результаты развития активной предпринимательской деятельности в условиях рыночных реформ, имеет место ряд препятствий и барьеров. К их числу относятся:

- недостаточное стимулирование привлечения иностранных прямых инвестиций в развитии производства отечественных товаров;
- низкий уровень развития инновационного предпринимательства, в т.ч. малого и среднего сектора предпринимательской деятельности;
- высокая налоговая нагрузка и ставки налогов на предприятия реального сектора экономики, что требует дальнейшее углубление курса реформ в этом направлении;
- неполное устранение случаев административного вмешательства и ненужных проверок в деятельность субъектов производственной и торговой деятельности;
- нехватка финансово-кредитных ресурсов для ускоренного развития малого и среднего инновационного предпринимательства и высокие проценты кредитов коммерческих банков;
- высокий уровень износа действующих основных фондов и медленный переход на революционное технологическое оснащение материально-технической базы предприятий промышленности и АПК за счет новейших достижений научно-технического прогресса и творческой деятельности в сфере предпринимательской деятельности;
- усиление позиции государственного регулирования и поддержки ускоренного развития пищевой, легкой, химической, перерабатывающей промышленности, энергетики, аграрного производства, торговли потребительскими товарами и другие.

Анализ и прогнозные расчеты объема розничного товарооборота республики автором диссертации выполнены и обоснованы в трех вариантах:

1. Экономико-статистическому методу выравнивания скользящей средней объема фактического товарооборота страны за предыдущее годы (2010-2015);
2. Методом выявления тенденций развития розничного товарооборота на основе использования линейной функции экономико-математической модели прямолинейной зависимости от фактора времени, который отражает влияние всех возможных факторов;
3. На основе использования авторегрессионной модели типа $y = a + vx + ct$, который является оптимистическим подходом и обеспечивает сравнительно более достоверные результаты.

Вариант 1

На основе использования опытно-статистического метода можно определить прогнозные объемы розничного товарооборота на предстоящий период (например, 5 лет), используя методику расчета скользящей средней показателя, который предусматривает сглаживания фактических за ряд предыдущих лет. Для этой цели, в диссертации были выполнены расчеты на примере внутренней торговли республики за 2010-2015 годы.

Вариант 2

На основе использования экономико-математических методов моделирования автором доказана возможность использования некоторых научно-методических подходов прогнозирования общего объема розничного товарооборота внутренней торговли потребительскими товарами Республики Таджикистан на перспективу.

Обычно для установления рядов динамики, в качестве функции времени можно использовать математические модели различного типа. На основе анализа данных о

динамике развития товарооборота (у) целесообразно использовать метод аналитического выравнивания-выявления по линейной функции с учетом фактора времени. Прогнозирование спроса на основе указанной модели возможно при условии, если отклонение теоретических (расчетных) значений спроса (\bar{y}) от эмпирических (фактических) данных – у, в каждом конкретном случае составляет в пределах 3-5 %.

На основе анализа автором осуществлены расчеты предстоящего объема розничного товарооборота потребительских товаров Республики Таджикистан. Показатель ошибки аппроксимации, т.е. разница между фактическими и теоретическими (расчетными) объема товарооборота равен 2,92 % и является вполне приемлемой для таких расчетов.

Вариант 3. Прогнозный расчет развития товарооборота (у) осуществлен на основе авторегрессионной модели.

Расчеты параметров данной модели выполнены на основе пакета прикладных компьютерных программ и получен такой результат:

$$y = 7806,101 - 0,127x + 1443,102t \quad , \quad (1)$$

Как видно из результатов полученного уравнения на объем розничного товарооборота существенное влияние оказывают переменные составляющие фактор времени (t), тогда как товарооборот предыдущего года (x) - меньшее влияние. При этом коэффициент детерминации (R^2) - 0,977, а коэффициент множественной регрессии (R) - 0,988, что являются достаточно высокими и свидетельствует о наличии тесных связей между результативным показателем и факторами, включенными в модель, а также о достоверности осуществленного расчета.

Таблица 5. Фактические, расчетные и прогнозная сумма розничного товарооборота Республики Таджикистан за 2010-2015 и на 2016-2021 годы

Годы	Объем товарооборота, отчетный, млн. сомони	Расчетный (теоретический) товарооборот, млн. сомони	Годы	Прогноз товарооборота, млн. сомони
2010	8494,5	8359,6	2017	17314,3
2011	9267,5	9613,5	2018	18595,1
2012	10741,0	10958,4	2019	19875,5
2013	12760,3	12214,4	2020	21156,0
2014	13615,2	13401,0	2021	22436,5
2015	14377,7	14735,67		
2016	16036,4	-		

Выполненные автором анализ и прогнозные расчеты объема розничного товарооборота Республики Таджикистан на 2017-2021 годы в трех вариантах обеспечили следующие результаты (табл. 6):

Таблица 6. Прогноз объема розничного товарооборота внутренней торговли Республики Таджикистан на 2017-2021 годы

Варианты	Методы расчета	Прогноз розничного товарооборота, млн. сомони				
		2017	2018	2019	2020	2021
Вариант 1	Экономико-статистический	17144,8	18722,1	20444,5	22325,2	24379,1
Вариант 2	ЭММ прямолинейной зависимости	17254,0	18524,0	19794,0	21064,0	22334,0
Вариант 3	Авторегрессионная модель	17314,3	18595,1	19875,5	21156,0	22436,5

Таким образом, сравнение полученных результатов прогноза, например, на 2020 год показывает, что значение вариантов 2 и 3 между собой очень близки по значению, хотя расчеты на основе авторегрессионной модели прогноза, на наш взгляд является более достоверной и близкой к реалиям экономической жизни. При этом вариант первого расчета дал результат несколько больше, чем другие подходы расчета. В принципе это вариант, как показывает хозяйственная практика, имеет право на доказательство достоверности и признания.

Диссертант констатирует, что в этом случае, целесообразным будет комбинация всех трех вариантов, т.е. суммирование полученных результатов, например на 2020 год $[(22325,2 + 21064,0 + 21156,0) : 3] = 21515,1$ млн. сомони. Именно этот средний объем розничного товарооборота республики необходимо использовать, как ориентир развития внутренней торговли потребительскими товарами Республики Таджикистан на 2020 год. Такой подход можно применять и на период 2017-2021 годы.

Стратегическое решение в области управления экономикой внутренней торговли означает, в сущности, определение новых целей, задач и ключевых направлений развития, структуры и объема основных индикаторов экономической деятельности, перспективных сроков и конкретных методов выполнения работы, управление организации дела, исполнителей заданий, установления механизма ответственности и взаимоотношение коллективов предприятий и участников совместной деятельности.

Автор считает, что без разработки всесторонне продуманной стратегии устойчивого развития экономики республики, каждого региона (областей, районов и городов), отраслей народного хозяйства очень сложно решать актуальные вопросы, имеющее национальное и глобальное значение. В контексте отмеченного в настоящее время назрела необходимость разработке стратегии развития устойчивого развития торговли Республики Таджикистан, как жизнеобеспечивающей и социально-ориентированной отрасли экономики на период до 2021 и 2030 годов.

К основным направлениям стратегического развития торговли потребительскими товарами Республики Таджикистан на устойчивой основе, по нашему мнению, относятся следующие:

- анализ и оценка современного состояния и основные тенденции развития;
- установление фактического состояния организации торговой деятельности и регулирование отношений в сфере торговли;
- модернизация и техническая реконструкция материально-технической базы торговли потребительскими товарами, имея в виду не только обновление и внедрение инновации в этой сфере, но и разработку нормативов обеспечения численности населения по регионам и населенным пунктам страны;
- ускоренное развитие инфраструктуры рынка потребительских товаров;
- совершенствование форм и методов проведения государственного регулирования и поддержки торговой деятельности;
- повышение роли малого и среднего предпринимательства в развитии внутренней торговли потребительскими товарами и услугами на всей территории страны;
- совершенствование традиционных и развитие новых форматов в развитии сетевой торговли и стимулирование торговли товарами отечественного производства;
- внедрение и всемерное развитие электронных форматов торговли через мировую сеть «интернет» и создание соответствующих законодательных баз в республике;
- усиление государственной антикоррупционной деятельности в сфере торговли и общественного питания с привлечением широкого круга представителей общественных организаций и населения;

- развитие рыночной конкуренции в сфере торговли и насыщение предприятий торговли качественными товарами, как отечественного, так и зарубежного источников производства, отвечающих современным требованиям республиканских стандартов и международных стандартов ИСО со всеми их разновидностями.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

На основе проведенного исследования можно сформулировать следующие обобщения и выводы:

1. Республика Таджикистан после обретения статуса государственной независимости последовательно претворяет в хозяйственной практике курс для перехода от административно-командной к социально-ориентированной рыночной модели хозяйствования. Процесс формирования рыночных отношений – это действительно глубоко преобразующий и безальтернативный путь реализации эффективного и устойчивого развития экономики, как на ближайшую, так и на отдаленную перспективу и практическое осуществление намеченных мер и идей реформы, несомненно обеспечить дальнейшее повышение уровня благосостояния населения.
2. Торговля потребительскими товарами представляет собой социально-важную отрасль национальной экономики, которая выполняет функции по реализации произведенных на предприятиях производства (промышленность, сельское хозяйство и др.) непосредственно населению в обмен на их денежные доходы. Она также продолжая выполнение производственных операций в каналах товарного обращения, тем самым, обеспечивает тесную связь всех стадий процесса расширенного воспроизводства общественного продукта, многих отраслей и секторов экономики и направляя их деятельность на решение социальной задачи – повышения уровня и качества жизни населения, содействуя повышению эффективности экономики в интересах населения и самого государства в целом. Данная отрасль экономики в настоящее время вносит действительно весомый вклад в пополнении доходов государственного бюджета, которая в 2015 году составила 20 %. При этом удельный вес торговли в объеме ВВП страны составила 29,7%, а в объеме производства услуг в более чем в 2 раза, т. е. 44,9 %.
3. Рынок как важная экономическая категория по своей сущности и содержанию тесно связана с товарно-денежными отношениями и всегда будет функционировать более успешно, если созданы условия для использования присущих им принципов, правил и механизмов. В этой связи, рынок потребительских товаров – это один из ведущих видов рынков и его устойчивое развитие является ключевым фактором жизнеобеспечения и повышения благосостояния народа. От четкого и эффективного функционирования данного рынка и его организатора – торговли зависит не только уровень жизни населения, но и не менее важно – темпы экономического роста в стране, как в самой отрасли, так и других отраслей экономики с которой она имеет деловую связь и взаимодействие.

Автором доказано, что сущность рынка и потребительского рынка учеными трактуется совершенно различно. Однако автором уточнены и дополнены эти базовые понятия. Так, потребительский рынок – это экономические отношения между производителями и потребителями товаров при посредстве денег.

4. Проведенный анализ хода осуществления экономических преобразований за 1991-2015 гг. в Таджикистане убедительно свидетельствуют, что рыночные преобразования, несмотря на наличие определенных трудностей и барьеров, в целом постепенно шаг за шагом продвигаются вперед, набирают темпы роста и ускорения

во всех отраслях экономики, в частности, и в отраслях обслуживающих население – в торговле, общественном питании и бытовом обслуживании.

5. В результате постепенной реализации в хозяйственной жизни комплекса правовых, организационно-экономических и политических мер фактически в Таджикистане созданы реальные предпосылки и условия для реформирования национальной экономики. Впервые, начиная с 1997 года по 2001 год, приостановлен резкий спад производства, а главные макроэкономические показатели растут устойчиво. Теперь, ключевая задача рыночных реформ в стране – обеспечить повышение уровня благосостояния народа и сохранить эту динамику на предстоящую перспективу. Это, в свою очередь, требует разработки стратегии углубления рыночных реформ, обеспечения более высоких темпов развития отечественной промышленности и сельского хозяйства, обеспечить продовольственную безопасность и ускоренное развитие малого и среднего бизнеса, активно стимулировать привлечение иностранных и внутренних прямых инвестиций в приоритетные сектора экономики, что в целом будет содействовать насыщению внутреннего рынка конкурентоспособными товарами, развитию негосударственных форм торговли и собственности, в первую очередь частного сектора.
6. Торговля потребительскими товарами и ее стабильное развитие, как составное звено формирующейся в стране рыночной экономики все в большей степени будет приобретать приоритетное значение в повышении уровня жизни населения.

Исследования автора показали, что за годы проведения рыночных реформ в торговле, как наиболее социально значимой отрасли национальной экономики произошли глубокие структурные сдвиги: более быстро проведена реформа отношений собственности и теперь конкурентно функционируют частная, акционерная, смешанная и иные виды негосударственного сектора. На долю негосударственного сектора (99,1%), в том числе частной торговли приходилось в 2015 году 84,0%, что свидетельствует о развитии данной, но новой формы торговли в реализации товаров и услуг в масштабе республики.

7. Рынок потребительских товаров Республики Таджикистан, несмотря на наметившуюся в последние годы (2007- 2015 гг.) заметную тенденцию роста общего объема розничного товарооборота по всем каналам реализации, все еще характеризуется несбалансированностью из-за нехватки многих видов продукции отечественного производства, недостаточного их ассортимента, уровня качества, роста цен и дизайна товаров.

Внутренний рынок страны по-прежнему существенно зависит от импорта ряда товаров, что по экономическим соображениям не всегда оправдано, так как усиливает монопольные позиции иностранных производителей – поставщиков товаров в ущерб интересам отечественного производства.

В целом, состояние рынка потребительских товаров, как показали проведенные автором исследования, все еще не отвечают современным требованиям и имеющимся потенциалам роста.

8. Для эффективного функционирования рынка потребительских товаров Республики Таджикистан диссертант считает целесообразным:

- создать организационно-правовые и экономические условия для равноправного участия всех хозяйствующих субъектов рынка независимо от форм собственности;
- разработать комплекс организационно-экономических мер по обеспечению устойчивого развития приоритетных секторов национальной экономики,

- занимающихся производством товаров, что будет способствовать насыщению рынка товарами широкого ассортимента, высокого качества;
- стимулирование активного привлечения инвестиций, как зарубежных, так и отечественных для скорейшего вывода экономики республики из состояния затяжного экономического кризиса.
9. На современном этапе экономического развития страны важное значение приобретает разработка и обоснование научно-обоснованных ориентиров и прогнозов производства, спроса и потребления в виде концепции и специальных программ – краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных. Такая стратегия должна поэтапно решать следующие задачи: формирование адекватной требованиям рынка торговой политики, создание условий для всемерного торгового малого и среднего предпринимательства, обеспечения защиты отечественного производства от неэффективного и монопольного импорта товаров, осуществления активной политики импортозамещения, привлечения инвестиций для развития инфраструктуры торговли на всей территории страны и др.
 10. Автором диссертационного исследования проведены и обоснованы прогнозные расчеты развития розничного товарооборота внутренней торговли Республики Таджикистан в трех вариантах на период до 2021 года. Осуществленные расчетные обоснования на основе экономико-статистического и экономико-математических моделей, несомненно, на научно-методической основе позволяет определить перспективы развития товарооборота, как главного ориентира развития торговой отрасли и как сегмента сферы услуг на научно-аргументированных подходах. При этом можно констатировать, что расчеты на перспективу осуществлены на пессимистическом и оптимистических подходах, которые, по мнению автора, могут найти применение в хозяйственной практике при обосновании республиканских и территориальных стратегий устойчивого развития торговли в контексте Национальной стратегии развития Республики Таджикистан до 2030 г.
 11. В диссертации обоснованы стратегические направления развития торговли потребительскими товарами и услугами на период до 2030 года, в том числе на 2017-2021 год. К основным приоритетным направлениям стратегии развития внутренней торговли, по мнению диссертанта относятся: разработку и осуществление модели инновационного развития производства потребительских товаров и тесной связи с торговлей на основе внедрения достижений НТП; развитие инфраструктуры рынка потребительских товаров и услуг, отвечающих требованиям современного этапа развития экономики в условиях членства Республики Таджикистан в ВТО; преодоление существующих барьеров на пути развития малого и среднего предпринимательства; государственное регулирование в сфере торговли товарами и услугами и совершенствование форм и методов его осуществления, в том числе снятие административных барьеров, устранение элементов коррупции при контроле и надзоре над торговой деятельностью предприятий и индивидуальных предпринимателей; принятие действенных мер по внедрению и использованию электронной торговли через всемирной сети Интернет, разработки соответствующих этим целям законодательных основ; активная и периодическая подготовка и повышение квалификации кадров для торговли и др.

Таким образом, практическая реализация выводов и предложений автора диссертации будут способствовать устойчивому развитию внутренней торговли потребительскими товарами и услугами, повышению результатов социально-экономической эффективности и уровня благосостояния населения.

III. СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ РАБОТ

А) Статьи, опубликованные в ведущих научных журналах, входящих в рецензируемый Перечень изданий ВАК Министерства образования и науки России:

1. Система государственного регулирования внутренней торговли товарами и услугами Республики Таджикистан в условиях рыночной экономики // Вестник «Таджикистан и современный мир». Центр стратегических исследований при Президенте Республики Таджикистан. – Душанбе, 2017. – № 2. – С.132-138 (0,6 п.л.).
2. Рынок потребительских товаров Таджикистана: оценка ситуации, проблемы функционирования и развития // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права (международный научно-теоретический журнал). - Белгород: Издательство БУКЭП, 2013, № 4 (48). – С. 227-240 (1,1 п.л.), (в соавторстве, автором - 0,6 п.л.).
3. Таджикистан: проблемы формирования и комплексного развития инфраструктуры рынка потребительских товаров // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. Серия: Экономические науки. – Белгород: Издательство БУПК, 2011, №1 (37), С. 260-270 (1,0 п.л.).
4. Состояние и тенденции развития розничной торговли потребительскими товарами в Республике Таджикистан за годы государственной независимости // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал). Серия: Экономика. - Душанбе: ТНУ, 2011, № 9 (73). – С.153-155 (0,4 п.л.).

Б) Публикации в других научных изданиях:

5. Стратегия устойчивого развития рынка потребительских товаров в Республики Таджикистан // Вестник Таджикского государственного университета коммерции (научно-практический журнал). - Душанбе: ТГУК, 2015, №3 (12). - С.102-107 (0,4 п.л.).
6. Внешняя трудовая миграция: экономические и социальные эффекты // Вестник Таджикского государственного университета коммерции (научно-практический журнал). - Душанбе: ТГУК, 2015, №3 (12). – С. 54-57 (0,2 п.л.).
7. Зарубежный опыт организации сетевой розничной торговли // Вестник Таджикского государственного университета коммерции (научно-практический журнал).- Душанбе: ТГУК, 2013, №2 (11). – С.73-80 (в соавторстве, автором - 0,3 п.л.).
8. Стратегия обеспечения продовольственной безопасности и развитие рынка продовольственных товаров в Таджикистане // Вестник Таджикского государственного университета коммерции (научно-практический журнал).- Душанбе: ТГУК, 2012, №1 (2). - С. 86-89 (0,3 п.л.).
9. Совершенствование системы управления инфраструктуры розничной торговли в условиях глобализации. // Материалы научно-практической конференции «Теоретические и практические аспекты социально-экономического развития Республики Казахстан, Центральной Азии и стран СНГ на современном этапе». – Алматы, 2009. – С. 147-154 (в соавторстве, автором - 0,3 п.л.).