

**ТАДЖИКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КОММЕРЦИИ**

На правах рукописи

КАРАЕВ РУСТАМ ХУДОЯРОВИЧ

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ
РЫНКА АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ 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

диссертация на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Душанбе -2016

Работа выполнена на кафедре экономической теории Финансово-экономического института Таджикистана

- Научный руководитель:** **Раджабов Раджаб Кучакович,**
доктор экономических наук, профессор
- Официальные оппоненты:** **Бобоев Олимжон,** доктор экономических наук, профессор, главный специалист Института экономика и демография Академии наук Республики Таджикистан
- Саидмуродова Шоиста Очилдиевна,** кандидат экономических наук, начальник управления анализа и экономического прогнозирования Министерства транспорта Республики Таджикистан
- Ведущая организация:** **Таджикский технический университет имени академика М.С.Осими**

Защита состоится « ____ » декабря 2016г. в 15-00 часов на заседании объединенного диссертационного совета Д 999.031.03 по защите докторских и кандидатских диссертация 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 официального сайта Таджикского государственного университета коммерции <http://www.tguk.tj>. Объявление о защите диссертации и автореферат диссертации размещены на официальном сайте ТГУК: <http://www.tguk.tj> и направлены для размещения в сети Интернет Министерства образования и науки Российской Федерации по адресу vak.ed.gov.ru.

Автореферат разослан « ____ » ноября 2016г.

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

А.Р.Курбонов

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования. В современных условиях развития рыночной экономики приоритетным считается формирование и развитие потребительского рынка транспортных услуг, товаров и услуг, автосервисных услуг и др. Решение данной проблемы связано с удовлетворением спроса и насыщения рынка услугами и товарами, с формированием конкурентной среды, внедрением инноваций, а также созданием инфраструктуры, особенно частных предприятий и др.

Опыт зарубежных стран показывает, что именно частные предприятия играют существенную роль в развитии их экономики. При этом деятельность частных предприятий базируется на инновационной и рискованной основе, на полной экономической ответственности и гибком управлении с целью получения максимума прибыли с единицы затраченного ресурса.

В современных условиях Таджикистан при формировании и развитии рынка автосервисных услуг населению сталкивается с проблемами неопределенности финансового положения при создании сети автосервисных предприятий, сложности в прогнозировании деятельности обслуживающих предприятий, старения индивидуального автотранспортного парка, безопасности коммерческого посредничества, торгово-закупочной, инновационной, консультативной, дилерской и других видов предпринимательской деятельности.

Поэтому создание рациональной сети субъектов рынка автосервисных услуг требует формирования экономической среды, обеспечения свободной конкуренции для производителей, образования гибких кооперационных связей, которые в целом способствуют насыщению рынка автосервисными услугами с учетом меняющегося спроса и индивидуальных потребностей владельцев транспортных средств и обеспечения безопасности их использования. При этом существующие и вновь созданные малые предприятия должны обеспечивать технико-экономические и организационные условия инновационного развития и повышения качества, оказываемых автосервисных услуг в Республике Таджикистан.

Исходя из вышеизложенного, исследование организационно-экономических аспектов развития рынка автосервисных услуг и раскрытие теоретико-методологических основ его функционирования имеют теоретическое и практическое значение, что в целом определяет актуальность выбранной темы диссертационного исследования.

Степень разработанности проблемы в научной литературе. Исследования вопросов формирования и развития рынка автосервисных услуг нашли отражение в трудах зарубежных и российских ученых: Блинова А.О., Е.В.Будриной, О.С. Виханского, Егиазаряна Г.А., Наумова А.И., Панова С.А., Лившица В.Н, Диксона П., Ковелло Дж., Тихомирова Е.Ф., Н.М.Улицким, Н.М.Улицкой, Хоскинга А., ХиббертаЛ., Хмельницким А.Д., Штайтенгофа Д., Цандера Э., а также ученых Таджикистана О. Бобоева, Н.К. Каюмова, С.Дж. Комилова, Р.К.Раджабова, А. Рауфи, Р.К. Рахимова, Ш.О. Саидмуродовой, Н.М. Собирова, С. Хабибова, Х.Х. Хабибуллоева, Д. Урокова, Х.Н. Факерова, Ф.М. Хамроева, М.К. Хусаинова и других.

В выполненных исследованиях уточнено понятие «рынка услуг», проведен анализ организационно-экономических форм субъектов рынка услуг, рассмотрены вопросы маркетинга, управления и другие проблемы в сегменте автосервисных услуг. Однако степень изученности ряда вопросов данной проблемы далека от своей законченности и требует проведения специальных исследований. По некоторым положениям отсутствуют методические положения, нередко встречаются противоположные суждения.

Таким образом, недостаточная разработанность концептуальных и методологических подходов, обеспечивающих стабильное функционирование рынка автосервисных услуг и потребность научного обоснования перспектив его развития, обусловили выбор темы исследования, постановку цели и формулирование задач диссертации.

Цель и задачи диссертации. Целью диссертационного исследования является теоретическое обоснование и разработка организационно-экономических аспектов развития рынка автосервисных услуг и основных направлений оказания автосервисных услуг населению в Республике Таджикистан.

Для достижения указанной цели необходимо решение следующих задач:

- изучить место и роль рынка услуг как социально-экономической подсистемы национальной экономики в условиях рыночной экономики;
- уточнить теоретические аспекты функционирования и развития рынка автосервисных услуг в условиях углубления рыночных отношений;
- изучить концептуальные основы анализа состояния рынка автосервисных услуг, а также предпосылки становления и факторы его развития;
- провести анализ современного состояния и тенденции развития рынка автосервисных услуг и оценить эффективность деятельности предприятий, оказывающие населению эти услуги;
- исследовать развитие транспортной системы и оказания автосервисных услуг в Республике Таджикистан;
- разработать рекомендации по рациональному размещению автосервисных предприятий на основе применения экономико-математической модели;
- совершенствовать механизм государственного регулирования и разработать основные направления развития рынка автосервисных услуг в Таджикистане.

Теоретической и методологической основой диссертации послужили современные теории управления рыночного экономического развития, проведения экономических реформ, разработанных в трудах отечественных и зарубежных экономистов, Законах Республики Таджикистан, Постановлениях Парламента Республики Таджикистан, Указах Президента Республики Таджикистан и других нормативных документах.

При подготовке диссертационной работы автором были использованы различные литературные источники, научные разработки и методики, а также материалы и статистическая информация министерств и ведомств Республики Таджикистан и др.

В работе использованы принципы логического и системного анализа и синтеза, методы корреляционно-регрессионного и сравнительного анализа данных, статистическая обработка, экономико-математические методы и модели.

Объектом исследования. Объектом диссертации является рынок автосервисных услуг в Республике Таджикистан, ее областей и районов.

Предметом исследования являются организационно-экономические аспекты и отношения, возникающие в процессе функционирования рынка автосервисных услуг и совершенствования оказания этих услуг в Республике Таджикистан.

Область диссертационного исследования соответствуют следующим пунктам Паспорта номенклатуры специальностей научных работников (экономические науки): 1.6.109 - «Совершенствование организации, управления в сфере услуг в условиях рынка»; 1.6.118 - «Формирование и развитие отраслевых, региональных и общенациональных рынков услуг»; 1.6.119 - Особенности малых и средних форм предпринимательской деятельности в отраслях сферы услуг.

Научная новизна диссертации заключается в обосновании теоретико-методологических аспектов развития рынка автосервисных услуг, разработке практиче-

ских рекомендаций по совершенствованию механизма его государственного регулирования в специфических условиях Таджикистана. В ходе исследования получены и выносятся на защиту следующие результаты, имеющие элементы научной новизны:

- уточнены теоретические основы развития рынка автосервисных услуг, а также обоснован механизм использования маркетинга на предприятиях системы автосервиса, как логической системы при формировании и удовлетворении спроса на автосервисные услуги;

- выявлены особенности рынка автосервисных услуг как подсистемы рынка услуг и на этой основе уточнены методические основы анализа его функционирования и развития в современных условиях;

- дана оценка современного состояния и установлены тенденции развития рынка автосервисных услуг, на основе экспертного опроса выявлены основные факторы, влияющие на формирование спроса, и предложены показатели, характеризующие этот спрос;

- разработана и реализована экономико-математическая модель формирования спроса на автосервисные услуги населению в целом по республике;

- сформулированы приоритеты по развитию транспортного комплекса и системы оказания автосервисных услуг, а также разработана экономико-математическая модель рационального размещения автосервисных предприятий, оказывающих услуги населению;

- обоснованы и определены основные направления развития рынка автосервисных услуг на основе прогноза параметров рынка и совершенствования механизма государственного регулирования оказания автосервисных услуг в Республике Таджикистан.

Практическая значимость выполненной диссертации и полученных результатов направлена на решение проблемы развития рынка автосервисных услуг Республики Таджикистан на основе анализа и синтеза функционирования частного бизнеса в сфере транспортных услуг, проведения маркетинговых исследований, разработки и выбор приоритетных направлений в развитии сети автосервисных предприятий в Таджикистане.

Реализация результатов диссертационного исследования. Основные результаты, выводы и рекомендации, содержащиеся в работе, могут быть использованы Хукуматами при реализации программы функционирования, развития и размещения сети автосервисных предприятий в областях и районах страны.

Научные и практические результаты автора использованы при преподавании дисциплин «Организация и планирование деятельности предприятий», «Государственное местное управление», «Маркетинг», «Национальная экономика» и «Экономика сферы услуг» для студентов экономических специальностей.

Апробация работы. Результаты диссертационного исследования были представлены и одобрены на международных и республиканских научно-практических конференциях, проводимых в Финансово-экономическом институте Таджикистана и Таджикского государственного университета коммерции.

Публикации. Основные научные положения и результаты работы опубликованы в десяти научных работах автора, из них 4 статьи в научных журналах и изданиях, включенных в перечень ведущих рецензируемых журналов и изданий, рекомендованных ВАК Минобрнауки Российской Федерации. Общий объем научных публикаций по теме диссертации составляет около 4,2 п.л.

Структура диссертационной работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, выводов и предложений, списка использованной литературы, включающего 187

наименований, 5 приложений. Она изложена на 163 страницах, содержит 22 таблиц, 11 рисунков.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность и значимость изучаемой проблемы, охарактеризована ее изученность, определены цели, объект и предмет исследования, сформулированы научная новизна и практическая значимость полученных результатов.

В первой главе «Теоретические основы исследования организационно-экономических аспектов развития рынка автосервисных услуг в условиях рыночной экономики» рассматриваются теоретические основы развития рынка автосервисных в системе переходной экономики, изучен рынок услуг в структуре национальной экономики, а также методические основы анализа функционирования и развития рынка автосервисных услуг в условиях рыночной экономики.

Анализ научных работ показывает, что согласно международной классификации отраслей выделяют первичный (добывающая промышленность, сельское хозяйство), вторичный (обрабатывающая промышленность) и третичный (сфера услуг) сектора экономики.

Среди этих секторов особое место отводится сфере услуг, которая, являясь составной частью национального хозяйства, принимает участие в реализации экономических отношений, действующих в современных условиях.

По мнению автора в современных условиях хозяйствования сфера услуг в целом охватывает все сферы человеческой жизнедеятельности (рис. 1).

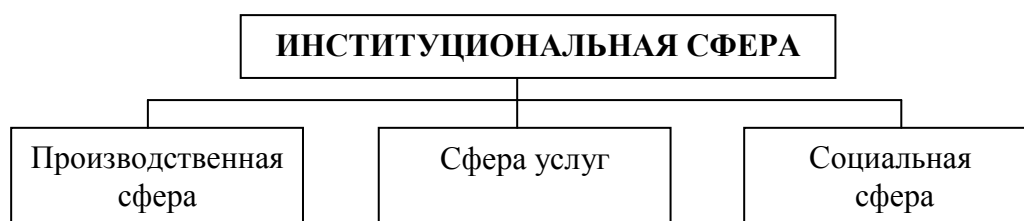


Рисунок. 1. Общая модель основных сфер жизнедеятельности человека

Автором установлено, что более 50,0% трудоспособного населения в ведущих странах мира занято в сфере услуг, а ее место определяется подчиненностью по отношению к базовым отраслям в связи с тем, что на основе уровня развития производственных сил и потенциала базовых отраслей определяют параметры развития и устанавливают социальные ориентиры в сфере услуг.

В диссертационной работе автор, анализируя сферы услуги, приходит к выводу о том, что в 2012 г. суммарный удельный вес услуг структуры экономики ведущих зарубежных стран составил 85,0%, количество занятых в этой сфере по отношению к общей численности занятых – 75,0 - 80,0% и объем инвестиций - более 60,0% в общей сумме инвестиций. Также важно заметить, что в Республике Таджикистан за период с 2000 по 2014 гг. валовой внутренний продукт сервиса увеличился с 31 до 40,8 %, а общая численность занятых с 329 тыс. до 642,8 тыс.

человек, т.е. в 2 раза¹. Для сравнения: в ВВП Российской Федерации стоимость услуг составляет более 49%, США - 75%, Англии – 64% .

По мнению автора, сфера услуг в Республике Таджикистан постепенно превращается из неразвитой и социально не престижной сферы в динамично развивающуюся, отвечающую требованиям мировых стандартов.

Исследованием установлено, что условия внешней среды для функционирования предприятий и организаций сферы услуг в условиях рыночной экономики совершенно разные. В сфере услуг используется вся существующая технология, персонал не имеет специальной подготовки, требуют корректировки «правила игры», так как они четко не определены.

По мнению автора, современная концепция обслуживания в основном базируется на определении услуги, под которой понимается все то, что приносит пользу потребителю. При этом система оказания услуг аналогична системам распределения и производства в промышленном секторе. Именно в ней представлены оригинальные идеи предприятий, оказывающих автосервисные услуги.

Диссертационным исследованием установлено, что в настоящее время отношение к сфере автосервисных услуг существенно изменилось: все потребители хотят получать качественные автосервисные услуги, но никто не готов их оказывать. Недооценка потребителей значимости сферы автосервисных услуг обусловлена менталитетом и трудностями количественной оценки их оказания. Хотя многие считают, что сфера автосервисных услуг не приносит прибыли, однако рациональная организация сервиса позволяет рассматривать его в качестве важной статьи дохода производителей. Так, в США каждый вложенный в развитие услуг доллар дает вдвое больше прибыли, чем вложенный в производство обслуживаемой техники.

Исследованием доказано, что для государственного предприятия считаются важными понятия устойчивости, роста и стабильности функционирования. А увеличение дохода осуществляется на большом временном интервале. Поэтому в качестве основного параметра устойчивого роста обычно используют индикатор роста объема оказания услуг или абсолютную величину этого объема. Важно отметить, что некоторые экономисты, рассматривая государственное рыночное предприятие, считают показатель, доминирующий в рассматриваемой паре критериев. При этом по критерию объема оказания услуг и продаж формируют список крупнейших корпораций мира. Однако показатели прибыли и объемов продаж или оказания услуг являются конкурирующими. С другой стороны, при росте масштабов производства средние издержки сначала уменьшаются, а потом увеличиваются. Это означает, что происходит снижение прибыли предприятия. Однако для частных предприятий критерий объема оказания услуг не является доминирующим. Владельца интересует большая прибыль. В связи с этим у предприятия относительно больше средств остается на создание мобильных резервов, а, следовательно, имеется и больше возможностей для преобразования предприятия.

¹ Таджикистан: 20 лет государственной независимости. Статистический сборник (офиц. текст). – Душанбе: АСПРТ, 2011. - С. 152-154.; Статистический ежегодник Республики Таджикистан 2015. (офиц. текст). – Душанбе: АСПРТ, 2015. - С.86.

Для коллективных предприятий критерий остаточного дохода приобретает другой вид. В работе установлено, что интересы собственников направлены на увеличение чистого продукта. Это происходит потому, что, приобретая необходимые запасы производства, предприятие не приобретает трудовые ресурсы, поскольку они уже имеются в его распоряжении. Таким образом, заработная плата Φ выступает как один из компонентов дохода.

Поскольку предприятия сферы услуг в значительной степени являются коллективными и частными, их можно характеризовать как хозяйственные единицы, более пригодные к реформированию.

Важным фактором эффективного формирования этих рычагов считаются импульсы, поступающие из внешней среды. Импульсы включают в себя комбинацию внешних воздействий, связанных с процессами реформ, которые характерны для развитой рыночной экономики. При этом в рыночных условиях происходит постепенная смена роли воздействий, связанных со спецификой переходного периода к рынку, и замещение их воздействиями, характерными для реальной экономики.

Другим важным направлением является исследование конкурентных преимуществ автосервисных предприятий – это потенциальная возможность доминировать на конкурентном рынке услуг. Здесь уместно рассмотреть вопрос о более эффективном производстве, об обладании патентами и о нужной рекламе, а также о способности фирмы к интенсивному и непрерывному обучению.

Исследованием установлено, что состояние конкуренции определяется совокупностью факторов, которые определяют средний уровень отраслевой прибыли. В основном многие исследователи выделяют пять сил конкуренции. При этом произошли изменения показателя качества. Одной из эффективных моделей, исследующих качество и влияние этого показателя на другие показатели работы предприятия (прибыль, рентабельность и т.д.), считается модель PIMS (Profit Impact of Market Strategy).

Согласно модели PIMS качество должно измеряться с помощью как переменных, характеризующих товар, так и переменных, характеризующих услуги, по балльной системе. При оценке их значимости для потребительского восприятия качества проводится сравнение с аналогичными показателями для трех крупнейших конкурентов, а на основе результатов сравнения определяется показатель относительного качества продукции. Данный показатель позволяет оценить уровень доверия потребителей конкретному предприятию автосервиса.

С другой стороны, при учете уровня данного показателя разрабатывается программа развития предприятий автосервиса на ближайшую перспективу в территориальных преобразованиях.

Мировой опыт показывает, что в настоящее время в сфере услуг применяются новые подходы и методы, обеспечивающие высокое качество их выполнения для конкретных потребителей.

К ним относятся методы JT (justintime – «доставка точно в срок» – время выполнения операции, услуги и т.д.) и TQM (total quality management - тотальное

управление качеством). Эти методы развиваются и используются при реализации концепции логистики в сфере автосервисных услуг.

Автор отмечает что, применение логистики в сфере автосервисных услуг является перспективным направлением. Используя логистические методы и системы, ведущие промышленно-развитые страны, получают 20-30% валового национального продукта. Сокращение на 1% логистических издержек эквивалентно почти 10% увеличению объема продаж фирмы в зарубежных странах.

На основе вышеизложенного выделяем следующие особенности функционирования и развития рынка автосервисных услуг:

1. Место размещения предприятий по предоставлению автосервисных услуг, в основном, определяется местом размещения потребителей, а не необходимых сырья и материалов. Поэтому предприятие сферы автосервисных услуг необходимо разместить близко к местам потребления этих услуг. В некоторых случаях платежеспособность населения может оказаться недостаточной для эффективной работы таких предприятий (особенно в сельской местности). Поэтому государственным органам исполнительной власти следует разработать рекомендации по транспортной доступности для получения определенных автосервисных услуг и с учетом этого выбрать населенные пункты, в которых следует разместить автосервисные предприятия;

2. Сотрудники предприятий и организаций, оказывающие автосервисные услуги, должны владеть навыками общения с потребителями. Поэтому в разрабатываемых и реализуемых программах по развитию рынка автосервисных услуг необходимо учитывать подготовку и переподготовку кадров для различных сегментов этого рынка;

3. В сфере автосервисных услуг эффективным считается создание и функционирование не крупных, а малых и средних предприятий. Особенно в сельской местности рациональным считается создание небольших станций технического обслуживания. И это сократит время транспортной доступности и создаст конкурентную среду;

4. На начальном этапе создания станции технического обслуживания могут быть убыточными. В этих условиях приоритетным является государственная поддержка этих станций, особенно в течение 2-5 лет;

5. Разработка и реализация календарного планирования работ в сфере автосервисных услуг, прежде всего, зависят от индивидуальных владельцев транспортных средств. Поэтому особенно актуальным является организация работы автосервисных предприятий в выходные дни, в вечернее и ночное время;

6. Формирование производственных мощностей автосервисных предприятий на основе расчета по наибольшему спросу со стороны потребителей, а не по среднему уровню спроса. Это в целом способствует удовлетворению спроса и увеличению доходов производителей автосервисных услуг.

Во второй главе «Современное состояние и развитие рынка автосервисных услуг в Республике Таджикистан» изучены предпосылки становления и факторы развития рынка автосервисных услуг в Таджикистане, проведен анализ современного состояния и тенденции развития рынка автосервисных услуг, а

также дана оценка эффективности деятельности предприятий, оказывающих автосервисных услуг.

В работе показано, что важнейшими факторами становления и развития рынка автосервисных услуг в Республике Таджикистан являются:

- зависимость формирования, функционирования и развития рынка услуг автосервиса от рельефа территории, природно-климатических и географических условий. Характер обслуживаемых производств и отраслей вышеназванных условий территории зависит от элементов и объектов автомобильного транспорта, размещения располагающихся на земле и под землёй. Они имеют свои особенности при реализации связей между областями и районами, а также размещении постоянных устройств и подвижного состава. При этом эти особенности привели к тому, что его отдельные отрасли и звенья, уровень развития рынка транспортных услуг неодинаковы в районах и областях республики;

- связанность уровня социально-экономического роста региона с развитием рынка автосервисных услуг.

Автор считает, что при формировании новых рыночных отношений основными задачами формирования и развития рынка автосервисных услуг являются следующие:

1. Повышение эффективности деятельности приватизированных предприятий автосервиса в областях, городах и районах республики;

2. Развитие производственно-технической базы, формирование нового механизма государственного регулирования рынка в условиях сужения государственных инвестиций и предпринимательства;

3. Разработка современных организационных структур по управлению рынка автосервисных услуг;

4. Формирование необходимых условий для создания малых и средних форм предпринимательской деятельности в сфере автосервисных услуг и разработки стратегии их развития на ближайшую перспективу.

5. Совершенствование механизма регулирования и планирования работы предприятий, оказывающих автосервисные услуги;

6. Выделение требуемых объемов финансирования для реализации планов развития и размещения субъектов рынка автосервисных услуг;

7. Проведение маркетинговых исследований по определению спроса на автосервисные услуги, а также инновационного развития и создания новых универсальных автосервисных предприятий и центров и др.

По мнению диссертанта, развитие рынка автосервисных услуг тесно связано с изменением динамики основных показателей, характеризующих функционирование и развитие транспортного комплекса Республики Таджикистан. В стране доля грузовых перевозок (90,7%) приходится на автомобильный транспорт, далее следуют железнодорожный транспорт (9,3%), т.е. по объему грузовых перевозок железнодорожный транспорт уступает автомобильному.

Анализ динамики статистических данных по грузообороту свидетельствует о том, что в структуре грузооборота, преобладает автомобильный транспорт, на долю которого приходится 93,9% .

По оценкам автора в Республике Таджикистан, общая численность легковых автомобилей к 2020 году возрастет более чем в 1,5 раза и превысит 2,5 млн. автомобилей. Эксперты связывают возможный рост объемов продажи легковых автомобилей в последующие годы с выходом страны из кризиса и ростом доходов населения. Это обстоятельство требует всестороннего изучения состояния оказания автосервисных услуг во всех регионах страны. Важно отметить, что главным звеном системы автосервиса являются станции технического обслуживания (СТО) – предприятия, осуществляющие техническое обслуживание и ремонт автомобилей, продажу и гарантийное их обслуживание. В этом сегменте рынка произошли существенные изменения, о чем свидетельствуют данные табл. 1.

Таблица 1. Количество предприятий автосервиса в Республике Таджикистан в 2014 году

Наименование показателей	Всего по республике	город Душанбе	Согдийская область	Хатлонская область	ГБАО	Районы республиканского подчинения
Действующие предприятия автосервиса	461	139	152	73	10	87
Из них предприятия автосервиса, имеющие лицензию	223	49	67	37	6	64

Как видно из табл. 1, автосервисные предприятия имеют лицензию для осуществления предпринимательской деятельности. На рынке автосервисных услуг функционирует всего 461 предприятие. Важно заметить, что в связи с увеличением количества автомобилей (в стране за последние десять лет оно увеличилось втрое, и эта тенденция будет увеличиваться) создание новых предприятий автосервиса будет приоритетным. Кроме того, автором проведен мониторинг количества действующих предприятий автосервиса по видам деятельности. Результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2. Число действующих предприятий автосервиса по видам деятельности в Таджикистане в 2014 году

Наименование показателей	Всего по республике	город Душанбе	Согдийская область	Хатлонская область	ГБАО	Районы республиканского подчинения
Всего предприятий автосервиса, из них:	461	139	152	73	10	87
Моечные	92	28	30	15	2	17
Вулканизационные	59	18	20	9	1	11
Развал и сходжение колес	69	21	23	11	1	13
Замена масла	55	17	18	9	1	10
Электромонтаж	73	22	24	12	1	14
Жестяные работы	69	21	23	11	1	13
Покраска автомобилей	24	7	8	4	1	4
Другие виды работы	20	6	6	3	2	3

Анализ табл.2 показывает, что существующая сеть предприятий автосервиса не в состоянии удовлетворить растущие потребности в автосервисных услугах в республике как по объему, так и по видам обслуживания.

Исходя из выше сказанного, автором были выявлены негативные явления при мониторинге современного состояния рынка автосервисных услуг. К ним относятся:

- сворачивание инфраструктуры организованных сектором услуг и создание больших по масштабам неформальных секторов, что свидетельствует о некорректном вмешательстве со стороны государства в сферу автосервисных услуг;
- возрастание роли частного сектора на рынке автосервисных услуг;
- уменьшение сети предприятий технического обслуживания в городах и в сельской местности.

Следует отметить, что с формированием и дальнейшим развитием рынка услуг в Республике Таджикистан объем всех видов услуг, особенно автосервисных услуг, имеет устойчивую тенденцию к росту, о чем свидетельствуют данные табл.3.

Как видно из табл. 3, за 2004-2014 гг. объем бытовых услуг, оказанных населению, увеличился с 491,0 тыс. сомони до 3770,3 тыс. сомони, или в 7,55 раза. На долю автосервисных услуг в структуре бытовых услуг в 2014 г. приходилось 19,2% против 19,5% в 2004 г.

Среди автосервисных услуг за анализируемый период более быстрыми темпами развивались такие виды, как вулканизация, замена масла, мойка и др.А, что касается жестяных работ, включая покраску автомобиля, то объем услуг по ним за 2004 – 2014 гг. рост относительно низкими темпами. В целом за рассматриваемый период объем автосервисных услуг в республике увеличился с 95,9 тыс. сомони в 2004 г. до 724,0 тыс. сомони в 2014 году, то есть в 7,54 раза.

Автор считает, что для осуществления комплексной оценки работы предприятий сферы услуг должна быть использована обоснованная система, ориентированная, прежде всего, на рынок, которая и должна учитывать функционирование предприятий, уровень экономического развития объектов в их взаимосвязи с рыночной системой, характеристику изменения параметров, оценивающих состояние предприятий, их положение на рынке и результаты деятельности за исследуемый период.

В диссертационной работе автор предлагает, что для того чтобы создать эффективную логистическую систему в сфере автосервисных услуг, следует учитывать уровень затрат, а также и уровень качества оказываемых услуг на основе использования методов оптимизации. На основе этого метода автором проведены расчеты по оценке экономической эффективности деятельности АОТ «Сомони» и ООО «Вайс», оказывающие автосервисные услуги в г. Душанбе (табл. 4).

Как видно из данных табл.4, за 2013-2015гг. в обоих анализируемых предприятиях наблюдается рост показателей экономической эффективности их деятельности по оказанию автосервисных услуг.

Таблица 3. Динамика структуры оказанных автосервисных услуг населению Республики Таджикистан за 2004-2014 гг. (в ценах соответствующих лет, тыс. сомони)

Наименование услуг	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2014г. к. 2004г., в раз
Бытовые услуги	491,01	685,08	800,39	991,33	1403,8	1796,7	2105,2	2587,2	3310,6	3608,3	3770,7	7,55
Автосервисные услуги	95,9	133,6	156,1	168,5	224,6	287,5	378,9	486,4	625,7	685,6	724,0	7,54
Вулканизация	10	18,1	18,8	20	29	34,6	46,9	59,8	78,8	86	89,5	8,95
Замена масла	9,3	15,5	19	21,1	29,1	35,7	47,8	61,9	79,9	88,6	93,9	10,0
Электромонтажные работы	16,2	18	20,2	21,3	28,2	36,7	49,5	62,9	81,7	89,7	94,2	5,81
Жестяные работы	20,1	22	24,3	26	28,3	38,7	50,7	65,9	84,6	90,6	95,8	4,76
Мойка и прочие	40,3	60	73,8	80,1	110	141,8	184	235,9	300,7	330,7	350,6	8,69

Источник: Статистический ежегодник Таджикистана (официальный текст). – Душанбе: АСПРТ, 2015. – СС. 394-401; а также расчеты автора по данным предприятий, оказывающих автосервисные услуги населению за соответствующие годы.

Таблица 4. Динамика экономической эффективности деятельности предприятий, оказывающие автосервисные услуги за 2013 – 2015г.

Наименование показателей	Ед. изм.	АООТ «Сомони» г. Душанбе				ООО «Вайс» г. Душанбе			
		2013	2014	2015	2015/ 2013, в %	2013	2014	2015	2015/ 2013, в %
1. Объем оказанных услуг P(t)	тыс. сомони	17520,1	17675,0	16492,5	94,1	7008,3	7124,4	5835,1	83,3
2. Средне годовая численность работников (N(t))	чел.	320	304	278	86,9	168	163	135	80,3
3. Основные фонды (A(t))	тыс. сомони	30000	30000	30000	100,0	6000	6000	6000	100,0
4. Общая сумма затрат (Z(t))	тыс. сомони	15417,6	15238,2	14545,6	94,3	6307,2	6255,0	5202,7	82,5
5. Прибыль (M(t))	тыс. сомони	2102,5	2436,8	1946,9	92,6	701,1	869,4	632,4	90,2
6. Индекс роста объема оказанных услуг	%	100,0	100,9	94,1	- 5,9 п.п	100,0	101,6	83,3	- 16,7 п.п
7. Производительность труда $\frac{V(t)}{N(t)}$	сомони/ чел.	54750,3	58141,4	59325,6	108,4	41716,7	43708,0	43223,1	103,6
8. Фондоотдача $\frac{V(t)}{A(t)}$	сомони	0,58	0,59	0,55	94,8	1,16	1,19	0,97	83,6
9. Рентабельность $(\frac{M(t)}{Z(t)} \cdot 100\%)$	%	13,6	16,0	13,4	- 0,2 п.п	11,1	13,9	12,2	1,1 п.п
10. Индекс изменения предприятия $\frac{M(t)}{V(t-1)}$	%	1,00	1,16	0,8	- 0,2	1,0	1,24	0,7	- 0,3 п.п

Источник: расчеты автора

Однако, в 2015 году в связи с углублением экономического кризиса и как следствие, уменьшением доходов населения произошло уменьшение спроса на автосервисные услуги, т.е. в АООТ «Сомон» на 5,9 %, а в ООО «Вайс» - 16,7%, что отрицательно повлияло на все показатели эффективности их деятельности в 2015 году.

Данные табл. 4. показывают, что в анализируемых предприятиях в результате принятия антикризисных мероприятий (сокращение штата работников, переход к жесткому нормированию расходов производственных ресурсов и т.д.) сведено к минимуму экономические потери. При этом наблюдается определенный рост, таких показателей, как рентабельность производства и производительность труда.

Автор считает, что предложенная методика позволяет своевременно принять эффективные меры по повышению эффективности функционирования предприятий, оказывающие автосервисные услуги в Республике Таджикистан.

При исследовании основных параметров рынка автосервисных услуг автор особое внимание уделяет изучению основных видов оказываемых автосервисных услуг и их средней стоимости. В табл. 5 приведены результаты мониторинга по оказанию этих услуг вдоль автомобильной дороги Душанбе – Чанак (на территории района Варзоб до 150 км в сторону Худжанда).

Таблица 5. Виды оказываемых автосервисных услуг и их средняя стоимость вдоль автомобильной дороги Душанбе - Чанак (на территории района Варзоб до 150 км в сторону Худжанда)

№ пп	Виды оказываемых автосервисных услуг	Средняя стоимость услуги, сомони	Примечание
Мастерские на территории Варзобского района			
1.	Вулканизация (монтаж и балансировка колес)	10,0	Функционируют три объекта
2.	Ремонт двигателя	450,0	
3.	Ремонт ходовой части	100,0	
4.	Мойка	15,0	
Мастерская на 108 км автодороги на территории Айнинского района			
1.	Ремонт ходовой части	150,0	
2.	Ремонт двигателя	250,0	
3.	Жестяные работы	500,0	
4.	Развал, сходжение и балансировка	10,0	
Мастерские на 129, 130 и 131 км автодороги на территории Айнинского района			
1.	Вулканизация	10,0	Функционируют три объекта
2.	Ремонт ходовой части	150,0	
3.	Жестяные работы	450,0	
Мастерская на 135 км автодороги на территории Айнинского района			
1.	Вулканизация	10,0	
2.	Ремонт ходовой части	150,0	
Мастерские на 137 и 138 км автодороги на территории Айнинского района			
1.	Вулканизация	10,0	

Источник: составлено автором по результатам проведенного мониторинга

По мнению автора, формирование цены на оказание автосервисных услуг требует особенного подхода, т.к. она может быть установлена с учетом рыночного спроса на эти услуги. Поэтому в диссертации проведен мониторинг и особое место уделено формированию величине цены (низкие и высокие) на оказанию услуг по ремонту автотранспортных средств российского и иностранного производства (общий ремонт, ремонт двигателя, коробки передач, жестяные и молярные работы, а также других услуг) в пунктах, оказываемые автосервисные услуги в Республике Таджикистан., особенно в станциях технического обслуживания г. Душанбе.

В настоящее время в Республике Таджикистан становление конкурентных рынков достигло высокой фазы своего развития, хотя и далеко от завершения. Исходя из этого, изменилась стратегия поведения предприятий. Во-первых, определение собственной «ниши» на рынке, учет деятельности конкурентов и ориентация на спрос являются необходимыми составляющими стратегии. Во-вторых, появление новой возможности для использования предприятиями. Она заключается в не разработке личной стратегии по изучению рынка, а просто идти за лидером. Следовательно, чтобы выразить этот аспект состояния предприятий на рынке рекомендуется использовать следующую систему показателей.

В новых условиях автор допускает не разрабатывать собственную стратегию освоения рынка, а «следовать за лидером». Поэтому для отражения данного аспекта состояния предприятий на рынке считаем целесообразным рассчитать, следующие параметры: требуемую долю рынка, относительную долю рынка и показатели, характеризующие изменения рыночного состояния предприятия. Используя этих показателей можно оценить рыночную ситуацию. Следует заметить, что в условиях отсутствия предприятия-лидера, общий спрос при равных условиях распределяется равномерно между определёнными предприятиями долю рынка, а при существовании предприятия-лидера будет осуществляться агрессивная политика продвижения на рынке и распределения общего спроса потребителей на рынке. Поэтому в этих условиях улучшение качества оказываемых автосервисных услуг существенно влияет на распределение общего спроса на рынке.

В целом предложенная методика позволяет своевременно принять эффективные меры по повышению эффективности функционирования предприятий, оказывающие автосервисные услуги в Республике Таджикистан.

В третьей главе «Приоритетные направления совершенствования системы оказания автосервисных услуг в Республике Таджикистан» рассмотрено развитие транспортного комплекса и системы оказания автосервисных услуг, обоснованы экономико-математическое моделирование размещения автосервисных предприятий и предложены механизмы совершенствования государственного регулирования рынка автосервисных услуг в Республике Таджикистан.

По мнению автора, основным показателем транспортной отрасли в статистике является численность легковых автомобилей на одну тысячу населения. Важно отметить, что только легковые автомобили во всех странах мира составляют большую часть автомобильного парка транспортных средств и в основном именно они предоставляют спрос на услуги автосервиса.

Легковые автомобили в Республике Таджикистан в 2006 г. составляли 92-93% от парка автотранспортных средств, и при этом доля их постоянно растет. Известно, что республика не включена в число стран, у которых высокий уровень автомобилизации, но, несмотря на это динамика численности автомобилей на 1 тысячу человек населения постоянно растет. Если, в 1990 году численности автомобилей на 1 тысячу человек населения составляла 24 легковых автомобилей, то в 2006 году было 43. Необходимо отметить, что за последние годы постоянно растет количество автопарков и число автомобилей на 1 тысячу человек населения. Несмотря на это Республика Таджикистан отстает от развитых стран мира по этому индикатору. Например, в Америке в настоящее время на 1 тысячу человек населения приходится в три раза больше автомобилей.

По мнению автора, в связи с переходом страны на рыночный тип, растет интенсивность хозяйственной жизни, который всегда меняет отношение к автомобилю, то есть он становится не роскошью, а средством для передвижения, с растущей потребностью у населения для выживания в быстропеременных рыночных условиях. В этих условиях и будет расти и спрос на автосервисные услуги.

Автор считает, что сложной задачей рынка автосервисных услуг является прогнозирование спроса на услуги этой отрасли. Кроме того, спрос может измеряться как в стоимостном выражении, так и в натуральных и условно-натуральных показателях.

В диссертационной работе к главным факторам, оказывающим влияние на величину спроса, можно отнести следующие:

- автомобильный парк, который находится в собственности организации и личном пользовании граждан. Его использование оценивается на основе величины годового и общего пробега с начала эксплуатации, общей численности, их структуры, распределения по маркам и моделям, общего технического состояния и срока службы;
- современный уровень организации автотехобслуживания характеризуется: числом станций технического обслуживания, удобством размещения сети автосервисных услуг, временем обслуживания каждого клиента, зависящего от пропускной способности постов по каждому виду ремонта, резервом запасных частей, среднем уровне качества производимых работ, а также обеспеченностью ресурсами, уровнем цен на услуги и комплектующих агрегатов, и узлов и т.д.;
- состояние дорог, километраж, плотность и состояние автомобильных трасс, транспортное движение, рациональное размещение по территории города, района и области соответствовали и размещению станций технического обслуживания автосервиса;
- социальные условия, учитывающие демографическую характеристику жителей, соблюдение экологических требований к размещению предприятий автосервиса, структура занятости с дифференциацией по уровням доходов, квалификация владельцев автомобилей и общий уровень их технического образования, и навыков, транспортная подвижность населения, склонность к самообслуживанию и т.п.

По мнению автора, при совершенствовании работы предприятий и развитии системы оказания автосервисных услуг большое значение имеет разграничение и уточнение функций управления на всех его уровнях. Это предусматривает создание нормативно-правовой и экономической базы для их развития; улучшение финансовых отношений; создание государственных предприятий; разработку и внедрение социальных стандартов в сфере услуг и оказания автосервисных услуг.

Эффективным методом выявления и отбора наиболее существенных факторов является метод экспертной оценки, который проводится на основе учета мнения специалистов. Данный метод успешно используется различными авторами при проведении специальных исследований².

Поэтому используя данный метод нами проведен отбор наиболее существенных факторов, формирующих потребность населения в автосервисных услугах. В результате обработки материалов спроса было получено 17 наиболее важных факторов формирующих потребность населения в автосервисных услугах, измеряемых 12 показателями факторами, формирующих потребность населения в автосервисных услугах. По мнению автора, существует взаимосвязь между факторами и системой показателей, формирующих потребность населения в автосервисных услугах. Эта связь имеют непосредственный и косвенный характер, который необходимо учитывать при определении спроса на автосервисные услуги.

Для определения спроса на автосервисные услуги целесообразно использовать множественный корреляционно-регрессионный анализ. При определении спроса населения на автосервисные услуги автором использована программа Regre 2.8. Используя динамику основных показателей характеризующих развития автосервисных услуг в Республике Таджикистан за 2006-2014 гг. решена задача. В результате решения задачи, получена экономико-математическая модель, которая имеет следующий вид:

$$Y = -60,99 - 0,9924 * X_1 + 409,8 * X_2 + 1,362 * X_3, \quad (1)$$

где,

X_1 - количество действующих предприятий, оказывающие автосервисные услуги, ед. ;

X_2 - среднедушевой доход населения, тыс. сомони;

X_3 - обеспеченность населения индивидуальными автомобилями, шт/тыс.чел.

Согласно полученных результатов $R^2 = 0,974919$, $F_{набл} = 64,774$; $F_{крит}(0,01;3;3) = 12,06$. Так как $F_{набл} > F_{крит}(0,01;3;3)$, нулевую гипотезу отвергаем, справедлива конкурирующая гипотеза, то есть многофакторная регрессионная модель значима.

²Раджабов Р.К. Проблемы формирования и развития транспортной инфраструктуры/Р.К.Раджабов. - Душанбе: «Ирфон», - 1999. – 187 с.; Раджабов Р.К., Рауфи А., Азизов Ф.Х. Исследование спроса и предложения на рынке транспортных услуг// Вестник Таджикского национального университета. Серия экономических наук. - Душанбе: «Сино», 2014. - № 2/4 (138). – С.52-56; Сангинов О.К. Формирование и развитие рынка услуг пассажирского автомобильного транспорта горных регионов/Автореферат дисс...докт. экон. наук:08.00.05./О.К.Сангинов. - Душанбе, 2003. - 48с.

При сравнении коэффициентов эластичности по абсолютной величине можно сформулировать вывод о том, что результирующий признак объема спроса населения на оказание автосервисных услуг более всего чувствителен к изменению факторного признака среднедушевого дохода населения.

В диссертации автор считает, что также при решении этой задачи можно использовать имитационные динамические модели, которые учитывают макроэкономические факторы спроса на автосервисные услуги. Автор считает, что для рассматриваемой отрасли функции спроса является сложной многофакторной зависимостью и завязать от следующих главных факторов: парк приобретенных потребителями автомобилей, его структура и объем. Действительно, чем старше возрастная структура автомобильного парка, тем большая его доля требует технического обслуживания и ремонта и тем выше спрос на автосервисные услуги.

По мнению автора в качестве эффективного механизма поддержки предприятий сферы автосервисных услуг следует рассматривать систему государственных заказов. При этом формами такого регулирования могут быть сдача в аренду пустующих складских помещений, прокат свободных транспортных средств, основных фондов крупных предприятий, незагруженного оборудования и другие.

Автор считает, что государственная политика в отношении системы автосервисных услуг может проявить себя и в отношении разделения режима налогообложения в зависимости от социальной значимости услуг и методов разгосударствления объектов сферы услуг. С целью повышения занятости, создания необходимой конкурентной среды и повышения уровня автосервисного обслуживания следует предоставить временные налоговые льготы для создаваемых новых организаций и индивидуальных предпринимателей и возможно, рассмотреть вопрос об их поддержке.

Кроме того, на низовых уровнях управления необходимо значительно расширить перечень целевых льгот (например, низкая арендная плата за складные помещения для организации и использования в них ремонтные работы).

Также автор считает, что для наращивания объема инвестиций, восстановления оборотного капитала, структурной перестройки и модернизации, основным направлением воздействия должно стать повышение кредитоспособности предприятий сферы автосервисных услуг на основе эффективного использования денежно-кредитных регуляторов. Именно используя инвестиций, особенно частных инвестиций, а также предпринимательскую инициативу населения, и рациональное размещение предприятий можно обеспечить развитие экономики используя передовые технологии, повысить ресурсоемкостью и др.

Поэтому в диссертации автор отмечает что, опыт разработки рекомендаций на рынке автосервисных услуг по использованию потенциала предпринимательской деятельности требует разработка и реализации ЭММ размещения предприятий автосервиса, оказывающие автосервисные услуги с учетом качества и гарантийного технического обслуживания.

По мнению автора, плотность размещения автосервисных предприятий определяется с помощью коэффициента K_n , которая определяется отношением ко-

личество автосервисных предприятий и общей площади рассматриваемой территории области, города, района. При этом с помощью индекса изменение времени оказания услуг $I_j(t)$ рассматривают некоторую функцию от изменения K_n . В этих условиях со стороны архитектурно-планировочных организаций определяются либо изменяются рекомендуемые минимальные значения коэффициента K_n (в размерности ед. на км²) в зависимости от количества населенных пунктов на рассматриваемой территории.

Этот показатель не учитывает неравномерности уровня потребителей в различных районах. Реальная потребность в автосервисном обслуживании в регионах значительно выше, чем в условиях городских поселений. Так, $K_n = 0,04$ означает, что на ста квадратных метрах размещается три предприятия автосервиса, т.е. одно предприятие обслуживает территорию, которая очень маленькая, и ее нельзя считать удовлетворительной в условиях большого города с его высоким уровнем потребностей.

Для того чтобы повысить качество автосервисного обслуживания с учетом конкретных территориальных условий, необходимо эффективно планировать и прогнозировать схемы рационального размещения сети автосервисных предприятий. Отбор критерия оптимальности плана размещения автосервисных предприятий обязательно должен показать компромисс между максимальными возможностями прибыли предприятия и затратами общественно-необходимого труда, под которыми понимаются затраты времени потребителей автосервисных услуг на стоимость оказания этих услуг и на очередь на обслуживание.

Район разделяем на R областей – районов дислокаций индивидуальных автомобилей ($r = \overline{1, R}$), для чего предусмотренор возможных проектов строительства автосервисных предприятий с планом их размещения в населенных пунктах p ($p = \overline{1, x}$). В соответствии с проектом для каждого автосервисного предприятия известна удельная прибыль для оказания автосервисных услуг конкретному автовладельцу.

При этом допускаем, что в каждом из пунктов размещения r из любого r -го района может воспользоваться автосервисными услугами i -й потребитель ($i = \overline{1, m}$) с желанием использования любого j -й вида автосервисной услуги ($j = \overline{1, n}$).

Необходимо организовать систему оказания автосервисных услуг так, чтобы можно было обеспечить оптимум выбранного критерия и полностью удовлетворить спрос на услуги автосервисного предприятия в данном районе и получить максимум прибыли.

Экономико-математическая модель имеет следующий вид:

$$\sum_{j,i,p}^{m,n,R} x_{\mu pr} \geq \sum_{j,i}^{m,n} B_{\mu r}, r = \overline{1, R}; \quad (2)$$

$$\sum_{j,i,p}^{m,n,R} x_{\mu pr} \leq M \sum_{j,i}^{m,n} M_{\mu r}, p = \overline{1, x}; \quad (3)$$

$$x_{\mu pr} \geq 0; i = \overline{1, m}; j = \overline{1, n}; p = \overline{1, x}; r = \overline{1, R}; \quad (4)$$

$$\sum_{j=1}^J \sum_{p=1}^P \sum_{r=1}^R (m - t_{\mu pr}) \rightarrow \max \quad (5)$$

где: $x_{\mu pr}$ - количество автовладельцев, использовавших j -ую автосервисную услугу p -го автосервисного предприятия r -го района;

$m_{\mu p}$ - ожидаемая величина прибыли, получаемая при оказание j -ой автосервисной услуги p -ом предприятием;

$t_{\mu pr}$ - затраты на оказания автосервисных услуг;

$t_{\mu p}^0$ - затраты на использование j -й автосервисной услуги, оказываемой p -ым предприятием;

$B_{\mu r}$ - потребность в j -ом виде автосервисной услуги, оказываемой p -м предприятием в r -ом районе;

$M_{\mu p}$ - производственная мощность p -го предприятия по оказанию j -го вида автосервисной услуги.

В первом неравенстве (2) учитывается прогнозированный спрос и отражение требования удовлетворенности ожидаемой суммарной потребности в комплексе необходимых автосервисных услуг для всех потребителей и в r -ом регионе.

Во втором неравенстве (3) учитываются ограничения на мощности p -го автосервисного предприятия по выполнению j -ой услуги.

В третьем неравенстве (4) учитывают граничные условия, т.е. условия неотрицательности искомым переменных.

Кроме того, согласование интересов всех участников процесса автосервисного обслуживания потребителей обеспечивает критерий оптимальности: клиенты, минимизирующие затраты предприятий, стремящихся максимизировать прибыль, и время на оказание автосервисных услуг и стоимости доставки (в случае необходимости) до места оказания автосервисных услуг. При этом возможно обеспечить равное распределение сети автосервисных предприятий.

Реализация экономико-математической модели производится на основе вариантного подхода по стандартной программе на основе рассмотрения допустимости множества проектов размещения автосервисных предприятий с разными мощностями. Затем рассчитываются значение критерия оптимальности и рациональная загрузка этих предприятий, также варьируется и число размещаемых предприятий в области, городе и районе.

В диссертации используя результаты экономико-математического моделирования, а также результаты прогнозирования количество действующих предприятий, оказывающие автосервисные услуги; среднедушевой доход населения и обеспеченность населения индивидуальными автомобилями проведен расчет ожидаемого объема оказанных автосервисных услуг населению в Республике Таджикистан на период до 2020 года. Результаты представлены в табл.6.

Результаты, приведенные в табл.6 показывают, что в целом ожидается рост объема оказанных автосервисных услуг по сравнению с 2016 годом составляет - 36,8%, что показывает об увеличении ее доли в формировании ВВП страны.

Таблица 6. Прогноз ожидаемого объема автосервисных услуг на период до 2020 года в Республике Таджикистан

№ пп	Наименование показателей	годы	
		2018	2020
1.	Объем оказанных автосервисных услуг населению, тыс. сомони		
1.1.	при благоприятных условиях	1051,4	1212,8
1.2.	при неблагоприятных условиях	1047,3	1208,1
2.	Количество действующих предприятий, оказывающие автосервисные услуги, ед.	668	749
3.	Среднедушевой доход населения, тыс. сомони	4,16	4,75
4.	Обеспеченность населения индивидуальными автомобилями, шт./1000 чел.	48,9	51,8

Источник: расчеты автора

Для перестройки структуры рынка автосервисных услуг важным способом является сокращение социальных издержек, а второй способ связан с меньшими социальными издержками и значительными темпами роста производительности на основе государственного планирования и переливом ресурсов.

Выявлено, что при развитии каждой территории рынок услуг обязан предоставлять гарантированные нормальные условия для функционирования и развития базовых отраслей и обеспечивать максимально эффективное использование производственного и экономического потенциала данного района, области и города.

В условиях независимости, разделения труда и специализации района, каждая из территорий обязана иметь достаточно развитый комплект элементов оказания услуг, в транспортных и других коммуникациях, так как главные и постоянные устройства являются важнейшими факторами развития и размещения производительных сил и обязательным условием функционирования обслуживающих отраслей национальной экономики.

Предприятия сферы автосервисных услуг в современных условиях имеют большие потребности в кредитовании. Появление диспаритета цен на оборотные фонды расходуется большая часть прибыли, а на капитальные вложения ничего не остается. Трудное финансовое положение предприятий сферы автосервисных услуг, которое вызвано неэффективностью государственной поддержки, усиливает специфичность имеющихся проблем в этой отрасли.

Необходимо отметить, что кредитование предприятий автосервисных услуг в современных условиях, не получило нужного развития; старый механизм кредитования сегодня уже не действует, а новый находится на стадии становления, не всегда оправдывает себя и не дает ожидаемых результатов. К основным причинам, в основном сдерживающим расширение кредитования предприятий автосервисных услуг относятся следующие: диспаритет цен; высокие процентные ставки за получаемый кредит; недостаточность собственных средств; рост цен на материально-технические ресурсы и энергоносители; сокращение объемов капитальных вложений и др.

На наш взгляд, в качестве основного условия вывода транспортного комплекса и сферы автосервисных услуг из кризиса следует рассматривать привлечение значитель-

ных финансовых средств. В настоящее время все сегменты транспортного комплекса страдают от недостатка как бюджетных, так и внешних источников финансирования. Создаваемые реальные предпосылки для притока инвестиций в автосервисной сферы могут стать первой задачей в деле их государственной поддержки.

В целом автор считает, что на современном этапе развития сферы автосервисных услуг формы государственного регулирования, очень эффективны, как с точки зрения их использования и повышения эффективности оказываемых услуг, так и с точки зрения удешевления ресурсов. Обоснованность использования эффективных форм государственного регулирования позволяет в целом удовлетворить растущие потребности в автосервисных услугах. Кроме того, это способствует улучшению результатов производственно-финансовой деятельности автосервисных предприятий, созданию новых рабочих мест, а также и повышению уровня жизни населения Республики Таджикистан.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. В современных условиях рынок услуг оказывает существенное влияние на развитие экономики государства. При этом удовлетворение различных видов потребностей экономики и населения рассматривается в виде основного индикатора, характеризующего достигнутый уровень и качество жизни народа. В этих условиях значительно возрастает роль рынка услуг, который проявляет в конкурентов с базовыми отраслями и ориентирован на потребителя и оказание новых услуг. Вместе с тем многие аспекты функционирования этого рынка, являющегося структурным элементом потребительского рынка, а также и его основного сегмента - «рынка автосервисных услуг», недостаточно исследованы в условиях социально-ориентированного рыночного пространства и требуют уточнения. Поэтому в диссертации автором уточнены теоретические основы развития рынка автосервисных услуг, а также обоснован механизм использования маркетинга на предприятиях системы автосервиса, как логической системы при формировании и удовлетворении спроса населения на автосервисные услуги;

2. Анализ функционирования рынка автосервисных услуг показывает, что его субъекты занимают ведущее место в удовлетворении жизненно важных потребностей населения в автосервисных услугах на платной основе. Поэтому, учитывая социально-ориентированный характер автосервисных услуг, автор в своей диссертации выявил особенности данного рынка как подсистемы рынка услуг и на этой основе уточнил методические основы анализа его функционирования и развития, а также установил, что доля этих услуг в современных условиях имеет тенденцию роста во всех регионах Республики Таджикистан;

3. В диссертации изучены предпосылки становления и факторы развития сферы автосервисных услуг, дана оценка современного состояния рынка автосервисных услуг и установлены тенденции его развития. На основе анализа состояния рынка автосервисных услуг автором выявлены следующие отрицательные последствия в условиях рыночной экономики Таджикистана:

- развитие неформального сектора оказания автосервисных услуг из-за свертывания инфраструктуры организованной сферы услуг и в результате ослабления роли государства, законодательной и исполнительной власти по регулированию сферы автосервисных услуг;

- значительное сокращение количества предприятий технического обслуживания, особенно в сельских и горных районах республики.

4. В диссертационной работе на основе оценки результатов проведенных автором анализа и экспертного опроса выявлены основные факторы, влияющие на формирование спроса, и предложены показатели, характеризующие этот спрос. Прежде всего, на рынок автосервисных услуг прямое воздействие оказывают внешние факторы: урбанистические, географические, демографические, социально-экономические и др.

5. В диссертационной работе на основе изучения различных подходов, проведенной оценки деятельности существующих предприятий автосервиса, а также мониторинга оказания автосервисных услуг в различных регионах республики, выявлены нижеследующие совокупности факторов, определяющих формирование спроса населения в автосервисных услугах:

1) экономического характера – условия труда, уровень реальных доходов, уровень номинальной заработной платы, доходы от личного подсобного хозяйства и приусадебной участки, доходы от общественных фондов потребления и др.;

2) производственного характера – развитие и размещение сети автосервисных услуг;

3) социального и социально-демографического характера – социальная структура населения, уровень обеспеченности населения легковыми автомобилями, занятости сельского населения;

4) культурно-бытового характера – уровень развития системы обслуживания, в территориальных образованиях;

5) характеризующие целесообразность оказания автосервисных услуг – развитие автосервисных услуг, информации и связи, торговли, обеспеченность транспортными средствами, периодичность обслуживания и др.;

6) прочие факторы – факторы, характеризующие сложившиеся исторические условия быта и культуры (традиции, обычаи и т.п.), природно-климатические условия и т.д.

7) Учитывая предложенный перечень факторов и оценивая существующие между ними связи, в диссертации автор разработал и на основе использования двух стадийного корреляционно-регрессионного анализа реализовал экономико-математическую модель и определил спрос населения на автосервисные услуги в целом по республике;

8) В современных условиях развитие рынка автосервисных услуг является составным разделом разработанной и реализуемой перспективной стратегии развития национального транспортного комплекса. Поэтому в диссертации автором разработаны рекомендации по рациональному размещению автосервисных предприятий, оказывающих услуги населению во всех регионах республики. В целом реализация этих рекомендаций позволяет значительно сократить расходы по доставке транспортных средств и оказанию услуг на предприятиях автосервиса, а также способствовать повышению эффективности их деятельности;

9) Для стимулирования увеличения предложения предприятиями автосервиса услуг и согласования спроса автором предложен институциональный механизм регулирования рынка автосервисных услуг, основанный на совершенствовании институциональной структуры управления рынка автосервисных услуг и оказания технического обслуживания и текущего ремонта индивидуальных транспортных средств;

10) В диссертации разработана экономико-математическая модель размещения предприятий автосервиса. Необходимо практиковать размещение предприятий автосервисных услуг, что возможно лишь при активизации создания новых малых предприятий, оказывающих автосервисные услуги. С этой целью предлагается совершенствовать ме-

ханизм государственной поддержки малого предпринимательства в сфере автосервисных услуг;

11) Стратегическое планирование и прогнозирование позволяет разработать концепцию развития и сформировать приоритеты при разработке основных направлений развития рынка автосервисных услуг. В этих условиях стимулирование развития рынка автосервисных услуг, предполагает снижение числа налогов и налоговых сборов для производителей автосервисных услуг, предоставление льгот по налогам, арендной плате, установление государственных заказов на оказание автосервисных услуг для социально незащищенных слоев населения, а также стимулирование создания государственных предприятий.

III. СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ РАБОТ

А) публикации в изданиях, включенных в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, рекомендуемых ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации:

1. Оценка экономической эффективности деятельности предприятий, оказывающих автосервисные услуги в Республике Таджикистан // Вестник Таджикского национального университета (Научный журнал). Серия экономических наук. - Душанбе: «Сино», 2016. - № 2/8 (215). - С 123-130 (0,5 п.л.) (в соавторстве, автором - 0,3 п.л.).

2. Современное состояние и перспективы развития рынка автосервисных услуг в Республике Таджикистан // Вестник Таджикского национального университета (Научный журнал). Серия экономических наук. - Душанбе: «Сино», 2015. - № 2/5 (172). - С 169-177 (0,5 п.л.) (в соавторстве, автором-0,3 п.л.).

3. Некоторые вопросы кредитования предприятий автосервисных услуг // Вестник Таджикского национального университета (Научный журнал). Серия экономических наук. (часть II). - Душанбе: «Сино», 2012. - №2/8(100). - С. 134 - 138 (0,3 п.л.)

4. Вопросы государственного регулирования системы оказания автосервисных услуг населению // Вестник Таджикского национального университета (Научный журнал). Серия экономических наук. - Душанбе: «Сино», 2011. - № 10 (74). - С. 119-126 (0,5 п.л.) (в соавторстве, автором - 0,3 п.л.).

Б) публикации в других научных изданиях:

5. Особенности развития рынка автосервисных услуг в Республике Таджикистан // Актуальные проблемы общества в современном научном пространстве: сборник научных статей. Выпуск 25. - УФА НИЦ ОМЕГА САЙНС, 2016. - С. 32-35. (0,25 п.л.) (в соавторстве, автором - 0,15 п.л.).

6. Теоретические аспекты развития рынка автосервисных услуг в условиях рыночной экономики // Вестник Таджикского государственного университета коммерции. - Душанбе: «СуманиКудрат», 2016. - № 1 (14). - С.35-45 (в соавторстве, автором 0,4 п.л.).

7. Особенности организации и развития автосервисных услуг населению РТ // Вестник Финансово-экономического института Таджикистана. - Душанбе, 2015. - № 2 (4). - С. 62-65 (0,2 п.л.).

8. Проблемы обеспечения устойчивого развития рынка услуг автосервиса в условиях рыночной экономики // Сборник научных трудов Финансово - экономического

института Таджикистана. - Душанбе, 2014. - С31-38 (0,5 п.л.).

9. Формирование и развития рынка автосервисных услуг: теоретические и методические аспекты//Душанбе Финансово-экономического института Таджикистан. - Душанбе, 2013. - 50 с. (в соавторстве, автором - 1,5 п.л.).

10. Рынок услуг населению – как социально-экономическая подсистема национальной экономики//Материалы межд. науч.практ. конф., посвященной 25- летию Таджикского государственного университета коммерции (г. Душанбе, 15 декабря 2012г.).- Душанбе: ТГУК, 2012. - С.17-25. (0,5 п.л.) (в соавторстве, автором - 0,3 п.л.).

Подписано в печать 11.10.2016г. Формат 60x84/16
Бумага офсетная. Тираж 100 экз. Объем 1,5 п.л. Заказ 39.

Отпечатано в типографии «Точир»,
734055, г. Душанбе, ул. Дехоти,1/2