

ТАДЖИКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КОММЕРЦИИ

На правах рукописи

МУХТОРЗОДА САИДМУХТОРИ САИДАХРОР

**СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ
В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ
(на материалах Республики Таджикистан)**

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

АВТОРЕФЕРАТ

диссертация на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Душанбе – 2017

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

Научные руководители: **Черняков Михаил Константинович,**
доктор экономических наук, профессор

Исматуллоев Исматулло Убайдович,
кандидат экономических наук, доцент

Научный консультант: **Хабибов Сафиувло,**
доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Камзабаева Майра Сарандаевна,**
доктор экономических наук, профессор
кафедры корпоративного управления и
финансы Новосибирского государственного
университета экономики и управления

Расулов Гафур,
кандидат экономических наук, начальник
управления макроэкономических исследований
Центра стратегических исследований при
Президенте Республики Таджикистан

Ведущая организация: Институт предпринимательства и сервиса
Министерства промышленности и новых технологий
Республики Таджикистан

Защита состоится «___» августа 2017 года в 15-00 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: 735055, 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> и направлены для размещения в сети
Интернет Министерства образования и науки Российской Федерации по адресу
vak.ed.gov.ru.

Автореферат разослан «___» июля 2017 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
к.э.н.



Курбонов А.Р.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования. Социально-экономическое развитие Республики Таджикистан связано с углублением новых видов и форм услуг населению, переходом на новые формы обслуживания в сфере торговли, которые являются необходимым и важным шагом в условиях глобализации экономики и использования новых технологических процессов.

Формирование рыночной экономики и новые методы управления тесно связаны с сетевым бизнесом, что, прежде всего, подразумевает создание сетевых структур, которые обеспечивают необходимые условия для эффективного развития и интеграции производственных и коммерческих организаций.

Изучение вопросов становления и развития сетевой торговли в условиях рыночной экономики имеет важное теоретическое и практическое значение для национальной экономики Республики Таджикистан.

В настоящее время, исследование данной проблемы приобретает актуальное значение для развития торговли и достижения роста национальной экономики. Этот процесс связан с тем, что в последнее время торговля стала более значимой отраслью деятельности современной экономики, благодаря появлению новых форматов торговых услуг, в том числе появлению сетевой торговли как нового и современного вида розничной торговли.

Сетевая организация отличается от единичной организации рядом признаков, в том числе большим объемом ресурсов, внедрением новых приёмов управления и интенсивного маркетинга. Сетевая форма торговли – это переход от индустриальной фазы хозяйствования к фазе информационной технологии, что способствует значительному повышению инновации и способности торговых предприятий быстро реагировать на потребности и увеличить прибыль. Это подчеркивает особую актуальность выбранной темы диссертационного исследования.

Состояние изученности проблемы. Мировой опыт показывает, что несмотря на то, что очень многие исследователи занимаются вопросами сетевой торговли, все еще некоторые вопросы формирования и развития, пути внедрения новых торговых форматов, эффективность сетевой торговли, а также ее научно-методологические и практические аспекты продолжают оставаться недостаточно исследованными.

Изучению всесторонних аспектов сетей и межфирменного сотрудничества, формированию и развитию сетевых структур, посвящены научные труды зарубежных авторов, таких как М. Кассон, К. Кук и Р. Эмерсон, О. Уильямсон, Р. Патюрель, У. Пауэл, Х. Хакансон, и таких российских ученых-исследователей как А. Н. Олейник, В. В. Радаев, В. П. Акулов, М. М. Юдкевич, М. Н. Рудаков, М. Ю. Шерешева, М. Н. Румянцева, М. К. Черняков, М. М. Чернякова, Е. А. Разомасова, О. А. Третьяка и таджикских ученых - авторов как Х. Н. Факеров, Р. К. Раджабов, Т. Д. Низомова, С. Хабибов, , М. М. Шарипов, М. Н. Нурмахмадов, С. Дж. Комилов, А. Бойматов, И. Аминов, И. У. Исматуллоев, М. Д. Джамshedов, Шаропов Ф.Р. и др.

Вместе с тем, многие вопросы становления и развития сетевой торговли в условиях рыночной экономики недостаточно изучены.

Теоретическая и практическая значимость развития сетевой торговли, отсутствие монографического исследования по сетевой торговле в Республике Таджикистан предопределили цели и задачи настоящей диссертации.

Целью диссертационного исследования является разработка теоретических основ становления и развития сетевой торговли и выработка научно-практических предложений и рекомендаций по ее совершенствованию в условиях развития национального рынка услуг.

В соответствии с указанной целью в диссертационной работе были поставлены и решены следующие задачи:

- изучить сущность, содержание сетевой торговли и теоретические основы перехода к сетевой организации бизнеса в условиях рыночной экономики;

- оценить современные форматы розничной сетевой торговли и их параметры в условиях рыночной экономики;

- проанализировать современное состояние розничной сетевой торговли в Республике Таджикистан и уточнить факторы, влияющие на её развитие.

- исследовать зарубежный опыт развития розничной сетевой торговли на современном этапе;

- разработать рекомендации по формированию и развитию сетевой торговли и усовершенствованию механизма государственного регулирования сетевой розничной торговли в Республике Таджикистан.

Объектом исследования является розничная торговая сеть Республики Таджикистан.

Предметом исследования являются экономические отношения, возникающие в процессе становления и развития сетевой торговли в Республике Таджикистан.

Теоретико-методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов по проблемам развития розничной и сетевой торговли, выступление и Указы Лидера Наций – Основателя мира и единства, Президента Республики Таджикистан Эмомали Рахмон, Законы Республики Таджикистан, Постановления и решения Правительства Республики Таджикистан по вопросам рыночных отношений, развития торговли, а также малого и среднего бизнеса. В процессе выполнения работы были использованы приемы и методы сравнения, графического анализа, системного подхода, методы оценки рядов динамики и др. Кроме того, автором диссертации использована методика корреляционно-регрессионного анализа для определения более приемлемых форматов современной торговли.

Эмпирическую базу исследования составили материалы Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан, а также данные министерств и ведомств Республики Таджикистана, Министерства экономического развития и торговли Республики Таджикистан, Торговой палаты Республики Таджикистан, Министерства финансов Республики Таджикистан, частных торговых организаций, в том числе торговых сетей, функционирующих на территории Республики Таджикистан.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в развитии теоретических и методических основ сетевой торговли и выявлении особенностей становления и развития розничной сетевой торговли, его хозяйствующих субъектов в условиях рыночной экономики.

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

1. Аргументировано, что становление и развитие розничной сетевой торговли играет важную роль в экономике, так как создает основу для удовлетворения жизненно важных потребностей человека и является важным структурным элементом национального хозяйства, общества в целом; уточнены теоретические основы перехода к сетевой организации бизнеса в условиях рыночной экономики и предложено авторское определение понятия «розничная сетевая торговля» и «услуги сетевой торговой организации». Расширена классификация услуг и типов предприятий сетевой торговли с учетом национальных особенностей и критериев: по формам собственности, и по объему предоставляемых торговых услуг;

2. На основе анализа и обобщения зарубежного опыта уточнены основные торговые форматы (магазин «у дома», дискаунтер, супермаркет, кэш-энд-керри и гипермаркет), где определены основные характеризующие параметры: широта ассортимента товаров, годовой товарооборот, площадь торгового зала, средний товарный чек, количество кассовых терминалов, среднее количество покупок, месторасположение, численность персонала, площадь склада, уровень логистических издержек, ценовой сегмент, парковка, радиус территориального обслуживания покупателей и инвестиции в один объект в соответствии с международными стандартами;

3. На основе оценки современного состояния розничной сетевой торговли в Республике Таджикистан и использования метода системного прогнозирования выполнен прогноз структур товарооборота по укрупненной номенклатуре, представленной продовольственными и непродовольственными товарами розничного товарооборота. Установлено влияние на развитие торговли макро и микросреды и эндогенных факторов с учетом результатов экспертного опроса;

4. На основе анализа и обобщения зарубежного опыта развития розничной сетевой торговли выявлено, что в условиях Республики Таджикистан целесообразно развитие таких современных форматов как супермаркеты, дискаунтеры и магазин у дома с учетом национальных особенностей и охвата соответствующей территории;

5. Обоснованы направления и перспективы развития розничной сетевой торговли, способствующие повышению конкурентоспособности ее хозяйственных субъектов на основе следующих трех приоритетов:

- оценки зависимости товарооборота от численности работников и площади торгового зала в трех новых форматах сетевой торговли в Республике Таджикистан: супермаркеты, дискаунтеры и магазин у дома и определено, что вышеупомянутые форматы приемлемы на стадии становления; предложены параметры для приемлемых торговых форматов на основе показателей (торговая

площадь, численность работников и товарооборот) торговых сетей, уже функционирующих в городе Душанбе;

- внедрения эффективного механизма франчайзинга, как фактора развития сетевой розничной торговли в территориальном разрезе;

- реализации комплекса эффективных мер по усовершенствованию механизма государственного урегулирования и дальнейшего развития сетевой торговли в Республике Таджикистан.

Теоретическая и практическая значимость работы. Практическая значимость научного исследования заключается в возможности использования ее выводов и рекомендаций в процессе внедрения новых форматов сетевой торговли в Республике Таджикистан. Основные положения и материалы научно-практических предложений диссертации, также могут быть использованы при составлении программы по экономическому развитию торговли в Республике Таджикистан.

Основные выводы и рекомендации, разработанные в ходе исследования процесса формирования и развития сетевой розничной торговли и создании благоприятного климата для развития розничной сетевой торговли были применены в торговых точках г. Душанбе (справка о внедрении № 38 от 24 ноября 2016), в практической деятельности Министерства экономического развития и торговли Республики Таджикистан (справка о внедрении № 83 от 25 января 2017 г.) и других структурах управления экономикой в Таджикистане.

Кроме того, материалы научного исследования нашли применения в учебном процессе экономических вузов при чтении курсов «Экономика предприятия», «Экономика торговли», «Экономическая теория», «Основы предпринимательства», «Экономика и организация малого бизнеса» в Таджикском государственном университете коммерции (справка о внедрении № 808/1 от 30 сентября 2016 г.).

Соответствие диссертации Паспорту научной специальности. Содержание диссертации соответствует пунктам Паспорта номенклатуры специальностей ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: сфера услуг) по таким пунктам: 1.6.109 – «Совершенствование организации, управления в сфере услуг в условиях рынка»; 1.6.112 - «Факторы, влияющие на размещение и эффективность деятельности предприятий сферы 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; 1.6.122 – «Соотношение рыночных и государственных регуляторов в развитии отраслей и комплексов сферы услуг».

Апробация результатов исследования. Основные научные положения и результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на республиканских и международных научно-практических конференциях Таджикского государственного университета коммерции (2010-2017 годы),

Таджикского национального университета (2014-2016 годы) и Сибирского университета потребительской кооперации (2011-2017 годы).

Публикации. Основное содержание диссертационной работы опубликовано в 18 публикациях автора, общим объемом 4,1 п.л., в том числе 4 статьи в рецензируемых изданиях Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки Российской Федерации.

Структура и объем диссертации. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, выводов и предложений, списка использованной литературы из 174 наименований и приложения. Основное содержание работы изложено на 160 страницах машинописного текста, включая 31 рисунок и 44 таблицы.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введение обоснована актуальность и значимость изученной проблемы, определены цели, объект и предмет исследования, сформулированы научная новизна и практическая значимость полученных результатов.

В первой главе «Теоретические основы формирования и развития сетевой торговли в условиях рыночной экономики» изучены содержание сетевой торговой организации в системе рыночной экономики, основные подходы перехода к розничной сетевой торговле, а также современные форматы розничной сетевой торговли и оценка их параметров.

В последние годы в сфере услуг, в том числе розничной торговле происходят изменения, связанные с процессом объединения материальных и финансовых ресурсов. Это связано с мировым процессом глобализации, что стало причиной появления новых сетевых торговых организаций или сетевой торговли.

Сетевая торговля тесно связана с современной наукой управления, которая позволяет эффективно управлять несколькими торговыми точками из одного центра в рамках одной технологии. История возникновения сетевых торговых организаций также свидетельствует о том, что на первоначальном этапе они образовались из простых и обычных магазинов, путем их объединения под одной торговой маркой. В тот период сложно было отличить обыкновенную торговую организацию от сетевой торговой организации.

Проведенные нами исследования проведены в области сетевых организаций, которые представляют собой «крупные фирмы (с центром), создающие рыночные связи с ограниченным потоком информации»¹.

Обладая универсальными чертами, отличающими их от других организационных форм, сетевые организации могут вступать в союзы с большим числом дистрибьюторов или продавцов продукции, чтобы сосредоточиться на той деятельности, которая за ними закреплена.

Отличительные свойства сетевых организаций от других организационных форм представлены в табл. 1.

¹Руденко М. Маркетинг взаимодействия и сетевая теория / М. Руденко//Маркетинг.-2010.-№ 6 - С. 41.

Таблица 1. Отличительные свойства сетевых организаций от единичных хозяйствующих субъектов

Критерии	Единичная организация	Сетевая организация
Договорные отношения	Простые	Сложные
Используемые современные технологии и программные продукты	Минимальное применение	Максимальное применение
Форма собственности	Один или несколько собственников у одной организации	Один или несколько собственников на всю сеть
Стиль и метод управления	Частный подход	Корпоративный подход
Отраслевая принадлежность	Разнообразные	Определенные

Составлено автором.

Опираясь на общую теорию систем можно выделить следующие ключевые элементы присущие торговым сетям, как объединениям хозяйствующих субъектов:

- являются звеном сферы обращения, осуществляющим продвижение товара от производителя к потребителю, удовлетворяет потребности рынка в определённых видах товаров;

- имеют экономические отношения, направленные на эффективный обмен полезными ресурсами - товарами, находящимися в распоряжении горизонтальных структур - предприятий поставщиков (производителей и посредников);

- обеспечивают развитие производства, денежное распределение и личное потребление;

- получают прибыль от результатов своей деятельности;

- имеют структурные элементы (филиалы, сервисные подразделения, отделы и т.п.), организационно объединённые в единую управленческую систему;

- применяют систему управления, основанную на жесткой централизации, где все ключевые решения по ведению хозяйственной деятельности (ценообразование, формирование товарного ассортимента, кадровая политика и т.п.) принимаются из единого центра;

- последовательно реализуют на практике принципы корпоративной культуры;

- получают экономический эффект от объединения усилий подразделений сети (синергетический эффект).

Таким образом, в организационном плане сетевая торговая компания является объединением предприятий сферы обращения, созданным в целях совместного решения предпринимательских задач на потребительском рынке.

В экономическом отношении торговая сеть представляет собой форму концентрации торгового бизнеса, позволяющую существенно сократить затраты на его функционирование при минимизации предпринимательского риска.

Обобщая взгляды и мнения ученых-экономистов, можно сделать вывод, что с точки зрения современного менеджмента торговая сеть характеризуется

нестационарностью отдельных параметров, уникальностью и неопределенностью поведения в конкретных случаях, что дает возможность управленцам принимать неординарные решения в случае необходимости.

С появлением сетевой торговли расширялась классификация современных видов услуг. Розничная торговая сеть обеспечивает покупателям современные услуги, включая от широкого выбора ассортимента товаров до ведения информационной, в том числе рекламной деятельности. В настоящее время развиваются такие услуги как продажи по образцам, с открытой выкладкой, по телефону, через интернет и так далее.

Следует отметить, что автор под услугами сетевой торговой организации, подразумевает совокупность действий, направленных на покупателя с целью облегчения его труда во время покупки товаров. Исходя из этого автор выделяет две основные особенности торговых сетей, которые приемлемы для всех теорий и концепций:

- во-первых, наличие функционально связанных между собой предприятий торговли;

- во-вторых, к розничным торговым сетям можно отнести объединение в виде франчайзинга.

В связи с этим, розничная сетевая торговля определяется как система социально-экономических отношений, связанных с реализацией товаров, производством и реализацией товаров собственного производства, и оказанию торговых услуг на научной основе в рамках определенной территории. Это совокупность торговых точек, магазинов, киосков, палаток, которые не отличаются ассортиментом товаров и формами организации обслуживания.

Вместе с тем, розничная сетевая торговля выполняет функции регулирования экономических отношений, обеспечивающих внедрение в торговый процесс инновационных технологий и форм управления организациями торгового обслуживания.

Услуги сетевой торговой организации – это целенаправленный комплекс, включающий совокупность действий и их результатов по реализации функции торгового обслуживания с целью удовлетворения потребностей клиентов и получения прибыли.

Переход на сетевые формы организации бизнеса - это серьезный шаг, который сопровождается увеличением рисков и быстрым повышением значимости инноваций.

Этим вопросам посвящены работы российских исследователей В.В. Радаева и Э.Б. Алаева с учетом перехода к сетевой торговле и изменению торговых форматов. «Признак территориальной общности предлагает развитие между объектами особого типа пространственных отношений, непосредственного или опосредованного взаимодействия»², а другой подход может быть применен для раскрытия феномена возникновения предпринимательских структур³.

²Алаев Э. Б. Социально-экономическая география: понятийно терминологический словарь / Э. Б. Алаев. – М.: Мысль, 1983. – 358 с. С. 215.

³Радаев В.В. Рынок как переплетение социальных сетей / В. В. Радаев // Российский журнал менеджмента. - 2008. - № 2. - С. 47.

В целом, процесс перехода на сетевую структуру состоит из трех этапов:

- осмысление концепции организации с соответствующими изменениями стратегических приоритетов;
- инжиниринг и реинжиниринг механизма развития организации;
- построение структуры организации.

На завершающем этапе предприятие занимается реструктурированием затрагивающим политику в различных областях деятельности предприятия.

Важно отметить, что существуют две основные концепции перехода к сетевой торговле: горизонтальная и вертикальная. А в случае перехода к сетевой торговле крупные компании находят более благоприятные условия для высокоэффективной деятельности и роста качества услуг.

История образования сетевых организаций розничной торговли страны отражает последовательность развития данного вида экономической деятельности.

Формирование инновационной экономики поддерживается ростом уровня доходов и расходов населения. Традиционно в современном мире сетевые организации розничной торговли, реализующие продовольственные и непродовольственные товары, используют шесть основных стратегических форматов, пять из которых, специализируются в основном на продаже продуктов питания.

В диссертации автором даётся характеристика основных классических форматов сетевой торговли: супермаркет, гипермаркет, магазин у дома, дискаунтер, кеш энд керри, гастромом класса премиум и суперпремиум, оценивая основные их параметры. Каждый из вышеназванных форматов имеет свои определенные параметры. Эти параметры определены с учетом торговой площади, ассортимента товаров и качества обслуживания.

Во второй главе диссертации «Анализ современного состояния и тенденции развития розничной сетевой торговли в Республике Таджикистан» дана оценка современного состояния розничной сетевой торговли в Республике Таджикистан, проведен анализ факторов, влияющие на развитие сетевой торговли, а также изучен зарубежный опыт развития розничной сетевой торговли и его использование в Таджикистане.

В современных условиях в Республике Таджикистан размещение предприятий розничной торговли в большинстве случаев осуществляется стихийно. Это относится и к появлению и к размещению сетевых торговых организаций.

На основе проведенного исследования автором установлено 50- торговых сетей, функционирующих в городе Душанбе, имеющие не менее двух точек обслуживания. В целом торговая сеть в системе сетевой торговли управляется из центра, а периферийные точки дублируют ее функции. Но, тем не менее, поскольку территориальность является одной из главных особенностей сетевой торговли, в работе, автором предложены принципы размещения розничных торговых сетей в других городах и районах страны в зависимости от количества населения.

На основе статистических данных автором установлено, что в составе источников розничного товарооборота по формам и видам торговли за 1991-2015 гг. произошли кардинальные изменения. Прежде всего, доля государственной торговли снизилась с 50,0% в 1991г. до 0,4% в 2015 году. При этом резко возросла доля негосударственного сектора торговли и составила в 2015 году 99,6%, в 1991г. 50% приходилось на долю предприятий и организаций кооперативной торговли «Таджикматлубот». При этом наблюдается рост розничного товарооборота в Республике Таджикистан (табл.2.).

Таблица 2. Динамика розничного товарооборота по Республике Таджикистан за 2005-2015 гг. (млн.сомони)

Показатели	2005	2010	2015	Абсолютный прирост		Темп роста, %		Абсолютное значение 1 % роста	
				2015 к 2005	2015 к 2010	2015 к 2005	2015 к 2010	2015 к 2005	2015 к 2010
Общий объем розничного товарооборота по всем каналам реализации <i>в том числе:</i>	2219,3	5997,7	14377,7	+12158,4	+8380,0	6,5 раза	2,4 раза	+18,8	+34,9
государственный сектор	22,9	77,3	58,7	+35,8	-18,4	2,6 раза	0,76 раза	+0,1	-0,2
негосударственный сектор <i>из него:</i>	2196,4	5920,4	14319,0	+12122,6	+8398,6	6,5 раза	2,4 раза	+18,6	+34,7
- коммерческая торговля	68,7	300,7	3258,8	+3190,1	+2958,1	4,7 раза	1,1 раза	+0,7	+2,7
- кооперативная торговля «Таджикматлубот»	33,3	87,7	69,7	+36,4	-18,0	2,1 раза	0,79 раза	+0,2	-0,2
-неорганизованный рынок	2094,4	5532,0	10990,5	8896,1	+5458,5	5,2 раза	1,9 раза	+16,9	+27,5

Источник: рассчитано по источнику: Основные показатели торговли и услуг в Республике Таджикистан: статистический сборник. - Душанбе: Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, 2016. – с. 12.

На основе анализа данных таблицы 2 можно сделать следующие выводы. Абсолютный прирост объем розничного товарооборот по всем каналам реализации в 2015 по сравнению с 2005 годом увеличился на 12158,4 млн. сомони или 6,5 раза; по сравнению к 2010 году на 8380 млн. сомони или 2,4 раза. Объем розничного товарооборота по государственному сектору в 2005 году увеличился на 35,8 млн. сомони или 2,6 раза, а в 2010 году наоборот уменьшился на 18,4 млн. сомони или на 0,76 раза; а по негосударственному сектору наблюдается положительная тенденция, товарооборот соответственно увеличился на сумму 12122,6 млн. сомони или 6,5 раза и 8398,6 млн. сомони или 2,4 раза.

По показателю абсолютного значения 1% роста в 2015 году по сравнению к 2005 году товарооборот увеличился на 18,8 млн. сомони, а по сравнению к 2010 году - на 34,9 млн. сомони; по государственному сектору соответственно увеличился на 0,1 млн. сомони и уменьшился на 0,2 млн. сомони; а по негосударственному сектору соответственно увеличился на 18,6 млн. сомони и 34,7 млн. сомони.

В целом результаты анализа показывают, что доля государственной торговли в общем объеме товарооборота имеет тенденцию к снижению.

Для выявления оптимальной структуры розничного товарооборота в работе выполнены прогнозные расчеты по методике профессора Шаланова Н.В.⁴. Согласно этой методике структуризация проблемы выражается следующим образом:

Пусть

X_{jk}^0 - фактическая значения j -го показателя k -го блока;

X_{jk} - целевое (эталонное) значения j -го показателя.

1. Определяется относительная мера достижения j -ым показателем целевого значения в k -ом блоке:

$$\beta_{jk} = \frac{X_{jk}^0}{\tilde{X}_{jk}}$$

2. Рассчитывается весомость (значимость) j -го показателя в комплексной оценке k -го блоке:

$$\lambda_{jk} = \frac{\beta_{jk}}{\sum_{j=1}^n \beta_{jk}}$$

3. Определяется комплексная оценка k -го блока:

$$C_k^0 = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \frac{X_{jk}^0}{\tilde{X}_{jk}}$$

4. Определения относительной меры достигла k -им блоком целевого состояния:

$$\beta_k = \frac{C_k^0}{\tilde{C}_k}$$

5. Рассчитывается весомость (значимость) k -то блока в интегральной оценке состояния системы:

$$\lambda_k = \frac{\beta_k}{\sum_{k=1}^m \beta_k}$$

6. Определяется интегральная оценка системы по всему комплексу блоков:

$$C^0 = \frac{1}{m} \sum_{k=1}^m C_k^0$$

⁴Шаланов Н. В. Системный анализ. Кибернетика. Синергетика : математические методы и модели. Экономические аспекты : монография / Н. В. Шаланов. – Новосибирск : Изд. НГТУ, 2008. – 288 с. С.44.

Используя исходные данные по товарообороту в Республике Таджикистан и результаты системного анализа по прогнозу был сформулирован вывод, о том, что соотношение спроса на продовольственные и непродовольственные товары будут составлять соответственно - 54,5% и - 45,5%. В 2015 г. эти соотношения составляли - 49% и - 51%. Это тенденция будет продолжена в перспективе по выделенным товарам согласно спроса населения.

В настоящее время в Республике Таджикистан функционируют следующие основные торговые форматы: супермаркеты; магазин у дома; дискаунтеры.

Одним из важных форматов в повседневной жизни наших горожан является супермаркет. Среди супермаркетов, находящиеся в городе Душанбе по численности работников и площади преобладает ООО «Вахдат», ООО «Саодат» и ООО «Ёвар», а по товарообороту ООО «Пайкар», ООО «Ёвар» и ООО «Баракат».

Параметры другой группы магазинов среди торговых точек совпадают с форматом «магазин у дома». Среди «магазинов у дома», находящихся в городе Душанбе по численности работников и товарообороту преобладает ООО «Асад» - 2008, а по площади - ООО «Сафо».

Среди 50 – объектов исследованных, автором большое их количество, то есть параметры 23-х торговых точек соответствовали формату дискаунтер. Среди дискаунтеров, находящиеся в городе Душанбе по численности работников и площади преобладает ООО «Сомониён», а по товарообороту- ООО «Ситод» и ООО «Арзанда». Характеристика торговых организаций и их показатели приведено в табл. 3.

Таблица 3. Торговые форматы города Душанбе и их показатели за 2015 г.

Торговые форматы	Количество	Численность работников	Торговая площадь м2	Товарооборот тыс. сомони	Производительность труда тыс. сомони	Объем продаж на 1 м кв. торговой площади тыс. сомони
Дискаунтер	23	206	14950	139972,00	697,47	9,36
Магазин у дома	14	125	2216	47408,00	379,26	21,39
Супермаркет	13	236	17500	171357,00	726,09	9,79
Итого	50	567	34666	358737,00	632,69	10,35

Составлено автором на основе собственного исследования по г. Душанбе.

Автором выявлены и систематизированы факторы, влияющие на эффективность работы различных торговых форматов розничной торговли.

С целью использования зарубежного опыта изучены современные тенденции развития розничной сетевой торговли на примерах США, стран Европейского Союза и Российской Федерации. Установлено, что торговые сети занимают ведущее положение в торговом бизнесе зарубежных стран (США, Германия, Франция, Швеция, Италия), и на их долю приходится 60-90% объема розничного товарооборота, а в Российской Федерации 30-40%.

В диссертации автором проведён анализ деятельности одной из крупнейших американских розничных сетей - «Wal-Mart», в которой система скидок позволяет покупателям, делающим крупные закупки продуктов на неделю, экономить в суммарном счете до 30%. В состав сети «Wal-Mart» входят 10130 магазинов, действующих на территории 27 стран мира. В их числе: гипермаркеты,

универсамы, продающие продовольственные и промышленные товары. Общая численность сотрудников компании составляет 2,1 млн чел⁵.

Также автором изучен опыт другого мирового лидера розничной торговли компании «Metro», в которой работают более 117 тысяч человек. Около 7500 поставщиков и производителей задействованы в формировании ассортимента из 20000 наименований продовольственных и непродовольственных товаров. В Европе Carrefour является крупнейшей торговой компанией и второй по величине в мире (после Wal-Mart) ритейлер. Важная особенность стратегии Carrefour является выраженная децентрализация управления. Децентрализация управления показала свои выгоды при быстром развитии предприятия, когда централизованное управление ограничивала принятие быстрых управленческих решений. Формат Carrefour – гипермаркет, супермаркет, дискаунтер, магазин у дома, «cash&carry» и электронная торговля. По мнению автора, Auchan - одна из крупнейших торговых компаний во Франции. В мире по состоянию на конец 2015 г. действовало всего 3149 магазинов Auchan. Из них 1491 полностью принадлежат Auchan SA и 1658 открыты по франшизе (табл. 4).

Таблица 4. Количество и сроки открытия магазинов Auchan

Страна	Первый магазин	Общее число магазинов, ед.	Гипермаркеты, ед.	В % к итогу	Супермаркеты, ед.	В % к итогу
Франция	1961	538	132	24,5	406	5,5
Италия	1989	1716	58	3,4	1658	6,6
Испания	1981	300	51	17,0	249	3,0
Китай	1999	184	184	100,0	-	0,0
Россия	2002	245	81	33,1	164	66,9
Польша	1996	46	26	56,5	20	43,5
Португалия	1996	32	32	100,0	-	0,0
Тайвань	2001	25	25	100,0	-	0,0
Венгрия	1998	19	19	100,0	-	0,0
Украина	2008	11	11	100,0	-	0,0
Румыния	2006	31	31	100,0	-	0,0
Люксембург	1996	1	1	100,0	-	0,0
Таджикистан	2016	1	1	100,0	-	0,0
ВСЕГО		3149	652	20,7	2497	79,3

Источник: составлено автором.

По данным таблицы 4 можно определить, что преобладающим форматом магазинов является супермаркет, за указанный период открыто 2497 магазинов формата супермаркет, что составляет 79,3% от общего числа открытых магазинов и 651 магазин формата гипермаркет, то есть всего 20,7% от общего числа открытых магазинов.

Совокупная численность персонала сети на 2015 г. составляла 262 тыс. чел., выручка сети составила 42,492 млрд. евро (в 2014 г. — 39,671 млрд. евро), а чистая прибыль — 742 млн евро.

⁵Материал из Википедия. [Электронный ресурс] / – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Wal-Mart_Stores. (дата обращения: 12.09.2014 г).

На сегодняшний день нидерландская торговая компания «SPAR»- это крупнейшая в мире сеть супермаркетов, состоящая из более 16000 магазинов в 34 странах мира, обслуживающих ежедневно более 9 млн. покупателей.

Первое появление российских сетевых компаний приходится на период 90-х годов, когда были открыты первые сетевые супермаркеты: «Ромстар», «Диски», «Магнит». С 2010 года в большинстве регионах Российской Федерации представлены основные сетевые организации розничной торговли. «В эти годы происходит деление на федеральные и региональные сети. Проходят сделки слияний и поглощений. Открываются перспективы выхода и развития продуктовых сетей»⁶.

Развитие сетевой торговли наблюдается и в других бывших социалистических странах (Польша, Венгрия, Чехия, Словакия), а также в бывших республиках Советского Союза (Литва Латвия, Эстония, Казахстан, Таджикистан).

Таким образом, изучение тенденции развития мировой торговли и классификации форм и видов ритейла позволяют определить, что появление торговых сетей в Республике Таджикистан в основном повторяет мировые тенденции и этот опыт поможет улучшить функционирование торговых сетей в нашей стране.

В третьей главе «Основные направления развития розничной сетевой торговли в Республике Таджикистан» осуществлено экономико-математическое моделирование товарооборота и выбор оптимальных форматов розничной сетевой торговли, обоснованы и предложены меры по внедрению франчайзинга как фактора развития сетевой торговли и усовершенствован механизм государственного регулирования сетевой торговли, а также перспективы ее развития в Республике Таджикистан.

В работе по результатам проведенного анализа осуществлена зависимость товарооборота от численности работников и торговой площади в трех новых форматах сетевой торговли (супермаркет, «магазин у дома» и дискаунтер). Результаты проведенного корреляционно-регрессионного анализа приведены в табл. 5 и табл. 6.

Таблица 5. Многофакторный анализ по трём форматам розничной сетевой торговли

Форматы	Вид функций
Супермаркет	$Y = 3465,89 + 445,43X_1 + 1,21X_2.$
Магазин у дома	$Y = 1280,35 + 155,95X_1 + 4,51X_2.$
Дискаунтер	$Y = 110,26 + 227,96X_1 + 4,66X_2.$

где:

Y – товарооборот; (тыс. сомони)

X₁ – численность работников (чел.);

X₂ – торговая площадь (м.кв.).

⁶Петрова А. Т. Территориальная организация рынка потребительских товаров торговые бизнес-сети в городе и на селе : монография / А. Т. Петрова, А. А. Наговицин. Красноярск гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск, 2012. - 154 с. С. 12.

Таблица 6. Сводная таблица эффективности на 1 чел. и 1 кв.м площади по торговым форматам (тыс. сомони).

Увеличения товарооборота за счет факторов	Коэффициент регрессии		
	Дискаунтер	Магазин у дома	Супермаркет
- изменения численности работников на 1 чел.	227,96	155,95	445,43
- изменения торговой площади на 1 кв. м	4,66	4,51	1,21

Максимальное увеличение товарооборота на 1–го человека приходится на супермаркет 445,43 тыс. сомони. Далее идет дискаунтер – 227,96 тыс. сомони и «магазин у дома» 155,95 тыс. сомони. Наиболее эффективное использование торговой площади приходится на дискаунтер – 4,66 тыс. сомони. Далее идет магазин у дома – 4.51 тыс. сомони. Наименее эффективно используется торговая площадь в супермаркетах - 1,21 тыс.сомони (табл.6).

В нынешних условиях ведущее место занимает франчайзинг как способ формирования устойчивых розничных торговых сетей. «Сети розничной торговли существенно прибавили обороты в своем развитии. При этом особое внимание они уделяют франчайзингу, как к способу открыть ряд новых магазинов и при этом не вкладывать свои собственные средства»⁷.

В франчайзинговых отношениях франчайзер владеет торговой маркой и дает право франчайзи, на осуществление экономических отношений под его торговой маркой. Вместе с тем, франчайзи, должен предъявлять приемлемые требования к качеству услуг.

Франчайзинг в нынешних условиях является общеизвестным инструментом, который позволяет объединять достоинства малого и крупного бизнеса в розничной сетевой торговле.

Схематически франчайзинговые отношения представлены на рис. 1.

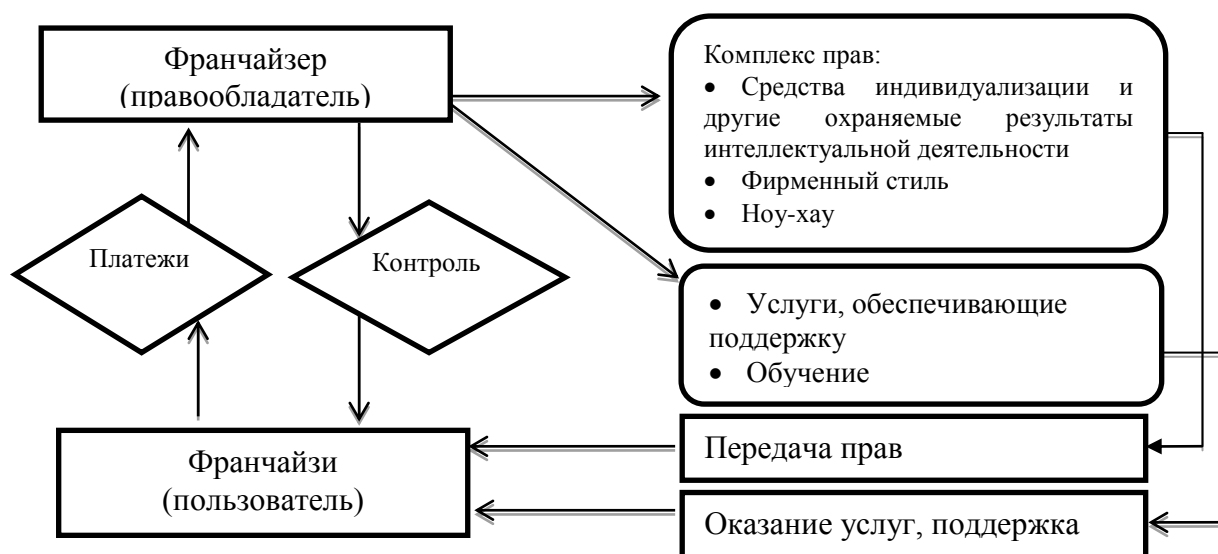


Рисунок 1. Схема франчайзинговых отношений в сетевой розничной торговле

⁷Павлов Н.Н. Инновационное развитие при диверсификации промышленных предприятий / Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. Выпуск № 2 / 2013.- С. 64.

В 2016 году в рамках франчайзингового соглашения, в Таджикистане была открыта знаменитая торговая сеть «Ашан». Но все же развитие франчайзинга в стране находится на низком уровне, хотя имеются большие потенциальные возможности для его применения. Условия необходимые для реализации этих возможностей приведены на рис. 2.

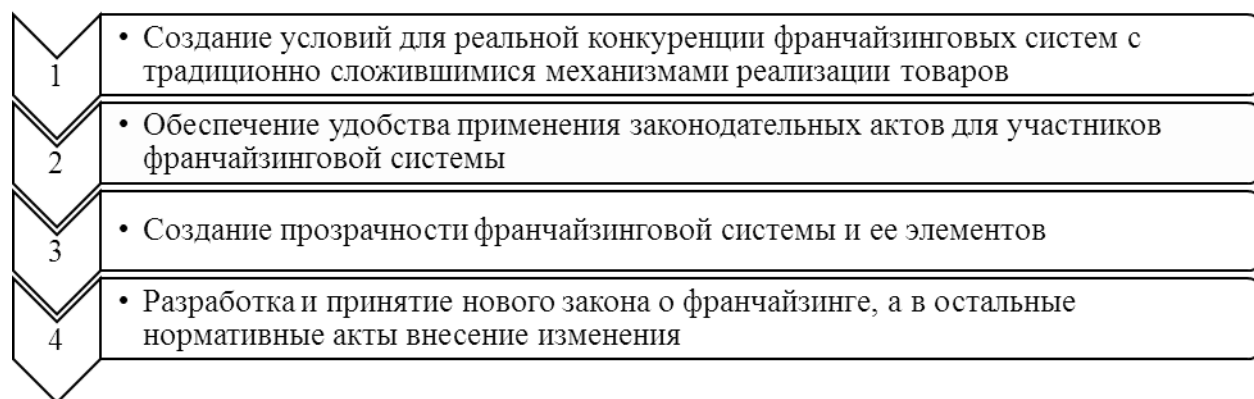


Рисунок 2. Рекомендации по развитию франчайзинга в Республике Таджикистан

Все эти изменения должны приблизить как законодательство, так и терминологию франчайзинга к мировой практике, что особенно важно для создания франчайзинговых систем с участием иностранного капитала.

В диссертации автором исследовано государственное регулирование сетевой торговли. По мнению автора, механизм совершенствования государственного регулирования развития торговых сетей выступает как составная часть государственных целевых программ развития потребительского рынка, которые включают совершенствование нормативно-правовой базы деятельности субъектов сферы услуг, укрепление инфраструктуры потребительского рынка, разработку эффективных экономических рычагов поддержки социально-значимых торговых предприятий.

В целом устойчивое развитие экономики Республики Таджикистан будет способствовать появлению зарубежных торговых сетей на потребительском рынке. А в связи с тем, что Республика Таджикистан занимает небольшую территорию, очень важно, чтобы на стадии развития, как на примере города Душанбе, в перспективе появились и развивались торговые сети и в других городах и населенных пунктах, где проживают не менее 300 тыс. человек. К таким городам и населенным пунктам относятся такие города и районы как Худжанд, Турсунзаде, Вахдат, Гиссар. На следующей стадии торговые сети могут появиться в таких городах и районах как Курган-тюбе, Куляб, Дангара, Исфара и др.

Одним из важнейших вопросов развертывания сетевых торговых организаций в условиях республики является определение параметров торговых форматов с учетом территории, населения и других особенностей городов и районов. Однако не располагают такими территориями и условиями для современных торговых форматов, которые соответствовали параметрами в других

странах. Исследование показывает, что функционируют современные торговые форматы и были выявлены основные показатели этих форматов. Ссылаясь на эти данные, автор исходил из средней величины каждого показателя и определил параметры, которые приемлемы в условиях республики. Например, общая торговая площадь 14 магазинов у дома, расположенных в городе Душанбе составляют 2216 м.кв, соответственно параметр торговой площади «магазина у дома» в городе Душанбе находится в пределах от 100 до 250 м.кв.

Совершенствование механизма государственного регулирования сетевой торговли в республике должно опираться на:

- установление требований и правил организации сетевой торговли и порядок регистрации новых торговых сетей, соответствующие техническим нормам, стандартам и регистрации товаров, утвержденных в Республике Таджикистан;

- антимонопольное регулирование сетевой торговли и усиление механизма франчайзинга как главного фактора развития сетевой торговли;

- информационное обеспечение сетевой торговли, государственный контроль и проведение систематического мониторинга деятельности торговых сетей на потребительском рынке;

- добавление данных в официальной статистике, статистических сборниках отдельной строки оборота сетевой торговли. Такая практика уже существуют в странах, где развита сетевая торговля;

- упрощение процедуры и снижение госпошлины по ввозу новых технологий для осуществления деятельности сетевых торговых организаций и привлечения иностранных инвестиций по реализации проектов по внедрению сетевой торговли в национальную экономику.

В связи с появлением новых торговых форматов и оказания современных торговых услуг, в работе автором предложены рекомендации по созданию Совета по взаимодействию с сетевыми торговыми организациями, который может функционировать при Управлении потребительского рынка и услуг Министерства экономического развития и торговли с отделениями в городах и районах, где проживают более 100 тыс. населения. Совет по взаимодействию с сетевыми торговыми структурами должен обеспечить: изучение планов развития сетевых структур; идентификацию сетевых структур, значимых для экономики потребительского рынка; привлечение сетевых структур на потребительский рынок.

В полномочия Совета по взаимодействию с сетевыми структурами входит проведение экспертизы деятельности сетевой торговой структуры и на основе экспертного заключения Совет направляет на утверждение главе города или района проект по взаимодействию с сетевой структурой, которой включает предоставление льгот или организационная поддержка сетевой структуре на потребительском рынке.

Кроме того Совет назначает куратора проекта в местных органах государственной власти и самоуправления, в компетенцию которой входит оперативное взаимодействие с представителями сетевой структуры.

В целом, проведение систематического мониторинга деятельности торговых сетей на потребительском рынке, позволяет уточнить их влияние на состояние и развитие малого и среднего бизнеса в торговле, а также решить проблемы сосуществования различных организационных форм предпринимательской деятельности с торговыми сетями.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Проведенное исследование позволило сформулировать следующие выводы и предложения:

1. В отличие от существующих определений, розничная сетевая торговля определяется как система социально-экономических отношений, связанных с реализацией товаров, производством и реализацией товаров собственного производства, и оказанию торговых услуг на научной основе в рамках определенной территории. Это совокупность торговых точек, магазинов, киосков, палаток, которые не отличаются ассортиментом товаров и формами организации обслуживания.

Вместе с тем, розничная сетевая торговля выполняет функции регулирования экономических отношений, обеспечивающих внедрение в торговый процесс инновационных технологий и форм управления организациями торгового обслуживания.

Услуги сетевой торговой организации – это целенаправленный комплекс, включающий совокупность действий и их результатов по реализации функций торгового обслуживания с целью удовлетворения потребностей клиентов и получения прибыли.

2. Главная значимость формирования сетевой торговли заключается в том, что она расширяет классификацию услуг и типов предприятий сетевой торговли с учетом национальных особенностей и критериев: по формам собственности и по объему предоставляемых торговых услуг.

Имеются две основные концепции перехода к сетевой торговле: горизонтальная и вертикальная. В случае перехода к сетевой торговле крупные торговые организации находятся в более благоприятных условиях для высокоэффективной деятельности и обеспечения услуг.

3. Для сетевой торговли характерны современные форматы магазинов, которые определяют ассортимент, размер торговой площади, формы и методы обслуживания. Сетевые организации розничной торговли, реализующие продовольственные товары, используют шесть основных стратегических форматов, в числе которых пять, специализируются в основном на продаже продуктов питания: магазин «у дома», дискаунтер, супермаркет, кеш энд керри, гипермаркет, гастрономы класса премиум и суперпремиум. Получили развитие и новые форматы магазинов в виде современных торговых центров и огромных моллов. Организации розничной торговой сети оснащаются передовыми информационными технологиями ведения бизнеса, располагаются в современных помещениях.

4. Становление и развитие сетевой торговли в Республике Таджикистан в основном повторяет мировые тенденции. Экономико-математические модели вполне могут быть использованы в процессе разработки предложений и рекомендаций по развитию розничной сетевой торговли. Приемлемые форматы розничной сетевой торговли в Республике Таджикистан, базируются на следующих параметрах: численность работников, площадь торгового зала и товарооборот.

а) на стадии становления сетевой торговли более успешно функционируют такие форматы как супермаркеты, «магазин у дома» и дискаунтеры, причем дискаунтеры в основном проявляются в виде мини – маркетов;

б) на стадии развития сетевой торговли могут появиться и развиваться гипермаркеты, кэш энд керри, гастрономы класса премиуми и суперпремиум и другие форматы;

в) исходя из принципа территориальности сетевой торговли, три основные группы поселений могут привлекать большое количество покупателей и стать потенциальными источниками для развития сетевой торговли:

- город Душанбе и города областного центра;
- районные центры – города и поселки городского типа, выполняющие роль административного и экономического центра в районе;
- крупные населенные пункты.

5. Факторы, оказывающие влияние на развитие розничной торговой сети многообразны и могут быть сгруппированы по различным признакам. Более детальное исследование этих факторов позволяет выявить характер и особенности их воздействия на формирование розничных торговых сетей, а также рассмотреть проблемы, возникающие при обеспечении регионов розничными торговыми сетями, что является одним из приоритетных направлений рационального размещения сетей;

6. Современный зарубежный опыт позволил выделить основные факторы развития сетевой торговли. Основным является глобализация, которая оказывает доминирующее влияние на поведение всех игроков рынка розничной торговли. Корпорации крупных розничных сетей выходят за пределы национальных границ и открывают магазины в зарубежных странах. Под влиянием новейших форм предпринимательской деятельности розничная торговля порождает более эффективные и подходящие формы обслуживания и технологии, в частности создание «бизнес-инкубатора» в торговле, то есть появлению десятки, сотни, также тысячи торговых точек, управляющихся из одного центра и работающих под одним брендом;

7. В перспективе необходимо развивать систему франчайзинга в торговле Республики Таджикистан с учетом профессиональной подготовки франчайзеров и франчайзи, а также внедрять франчайзинг как экономический эффективный бизнес, даже в условиях кризиса.

Франчайзинг - эффективный способ влияния на устойчивость и надежность малого предпринимательства, особенно на начальном этапе становления бизнеса.

8. Государственное регулирование и поддержка сетевой торговли и торговых сетей в Республике Таджикистан должны содержать государственные

целевые программы развития потребительского рынка, включая усовершенствование законодательной базы функционирования субъектов в сфере услуг, укрепления инфраструктуры потребительского рынка, создание эффективных экономических механизмов поддержки социально-значимых предприятий розничной торговой сети.

9. Совершенствование механизма государственного регулирования сетевой торговли в Республике Таджикистан должно опираться на следующее:

- установление требований и правил организации сетевой торговли и введение разрешительных облегчений, и порядок регистрации новых торговых сетей. Такой порядок должен соответствовать техническим нормам, стандартам и регистрации товаров, утвержденных в Республике Таджикистан;

- антимонопольное регулирование сетевой торговли и усиление механизма франчайзинга как главного фактора развития сетевой торговли;

- информационное обеспечение сетевой торговли, государственный контроль и проведение систематического мониторинга деятельности торговых сетей на потребительском рынке в Республике Таджикистан, что позволит уточнить их влияние на состояние малого и среднего бизнеса, который традиционно имеет в торговле широкое распространение.

10. В условиях Республики Таджикистан формирование структуры сетевой торговли на потребительском рынке должно базироваться на сочетании централизованных, проектных и сетевых подходах, обеспечивая учет региональных особенностей и постоянное взаимодействие с местными органами государственной власти и самоуправления;

11. Для взаимодействия с сетевыми торговыми структурами предлагается создать при Министерстве экономического развития и торговли Республики Таджикистан Совет по взаимодействию с сетевыми структурами (инвесторами). В полномочие Совета должно входить проведение экспертизы деятельности сетевой торговой структуры и направление заключения Совета на утверждение главе города или района.

12. Во время отражения результатов хозяйственно-финансовой деятельности предприятия торговли в ежегодных статистических сборниках показатели сетевой торговли отдельной строкой отсутствуют, они выражаются в составе розничной торговли. В связи с этим, предлагается в дальнейшем в данных официальной статистики и статистических сборниках Республики Таджикистан добавить отдельную строку «оборот сетевой торговли». Такая практика уже существует в странах, где развита сетевая торговля.

13. Для привлечения иностранных инвестиций по реализации проектов внедрения сетевой торговли в национальную экономику рекомендуется упростить процедуру и снизить госпошлину по ввозу новых технологий из зарубежных стран, имеющих достаточный опыт развития сетевой торговли.

Предложенные мероприятия в значительной степени способствуют развитию сетевой розничной торговли в Республике Таджикистан.

III. СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ РАБОТ

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

1. Зарубежный опыт развития розничных торговых сетей//Вестник Таджикского национального университета. Серия экономических наук. – Душанбе: «Сино», 2014. № 2/8 (149). - С. 106-110 (0,31 п.л.).

2. Исследование современных форматов розничной торговли//Вестник Таджикского национального университета. Серия экономических наук. – Душанбе: «Сино», 2015. № 2/8 (181) - С. 314-318 (0,31 п.л.).

3. Исследование факторов, влияющих на развитие торговых сетей//Вестник Таджикского национального университета. Серия экономических наук. - Душанбе: «Сино», 2016. № 2/4(204) - С. 156-161 (в соавторстве, автором - 0,2 п.л.).

4. Особенности использования франчайзинга в розничной торговле Таджикистана. Научный журнал «Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии» - Выпуск №7, 2016. С. 286-290. http://media.wix.com/ugd/dcaed9_4cba774e8eb947e09f0f72c23edff0e7.pdf (доступ свободный) (в соавторстве, автором - 0,1 п.л.).

Б) публикации в других научных изданиях:

5. Торговля: сущность, роль, источники и тенденция развития//Вестник Таджикского государственного университета коммерции. - Душанбе: ГУ НПИЦентр, 2011. №1. - С. 120-123 (0,25 п.л.).

6. Выбор стратегического ориентира сетевых организаций торговли//Процессы модернизации в экономике и управлении: методы, модели, инструменты. Материалы международной научно-практической конференции (г. Новосибирск, 26-27 апреля 2012 г.) / отв. ред. Э.А. Новосёлова. – Новосибирск: СибУПК, 2012. - С. 47-51. (0,3 п.л.).

7. Понимание сетевых организаций//Молодежь и современная наука. Сборник научно-теоретических статей молодых ученых и исследователей в области государственной молодежной политики посвященной 15 летию Национального примирения. – Душанбе: «Шахпар», 2012. – С. 307-310 (0,25 п.л.).

8. Особенности стратегии развития российского продовольственного ритейла//Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. – Новосибирск: СибУПК, 2013. №2(5). - С. 90-95 (0,4 п.л.).

9. Особенности стратегического развития сетевых организаций розничной торговли//Дни науки – 2013. Материалы научной конференции по итогам 2013/2014 учебного года (г. Новосибирск, 1 ноября 2012 г. - 29 марта 2013 г.). - Новосибирск: СибУПК, 2013. - С. 51-56 (0,4 п.л.).

10. Особенности и преимущества современных форматов сетевых торговых организаций//Использование инновационного потенциала вуза при подготовке бакалавров и магистров. Материалы международной научно-практической конференции (г. Душанбе, 10-11 ноября 2015 г.) / Под общ. ред. Шарипова М.М., Раджабова Р.К. – Душанбе: «Ирфон», 2015. С. 58-62 (0,32 п.л.) (в соавторстве, автором-0,16 п.л.).

11. Методика анализа структуры товарооборота и прогнозирование стратегии для торговых предприятий // Использование инновационного потенциала вуза при подготовке бакалавров и магистров. Материалы международной научно-практической конференции (г. Душанбе, 10-11 ноября 2015 г.) / Под общ. ред. Шарипова М.М., Раджабова Р.К. – Душанбе: «Ирфон», 2015. С. 65-68 (0,25 п.л.) (в соавторстве, автором - 0,13 п.л.).

12. Факторы, влияющие на выбор стратегии развития сетевой организации розничной торговли // Актуальные проблемы развития экономики и образования. Материалы международной научно-практической конференции (г. Душанбе, 2-3 июня 2016 г.) / Под общ. ред. Шарифзода М.М., Раджабова Р.К. – Душанбе: «Ирфон», 2016. С. 103-105 (0,2 п.л.).

13. Состояние и развитие сетевых организаций торговли // Актуальные проблемы развития экономики и образования. Материалы международной научно-практической конференции (г. Душанбе, 2-3 июня 2016 г.) / Под общ. ред. Шарифзода М.М., Раджабова Р.К. – Душанбе: «Ирфон», 2016. С. 338-341 (0,25 п.л.) (в соавторстве, автором 0,13 п.л.).

14. Особенности оценки конкурентоспособности розничной торговой сети Республики Таджикистан // Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях. Материалы международной научно-практической конференции / Под редакцией профессора Насретдинова И.Т. – Казань: Изд-во «Печать-сервис XXI век», 2016. С. 138-140 (в соавторстве, автором - 0,1 п.л.).

15. Государственное регулирование – как фактор устойчивого развития розничной торговли в Республике Таджикистан // Устойчивое развитие инновационной экономики в Таджикистане и Польше. Материалы международной научно-практической конференции (г. Душанбе, 23-24 декабря 2016 г.). - Душанбе: Сумани Кудрат, 2016. – С. 181-185 (0,4 п.л.) (в соавторстве, автором - 0,1 п.л.).

16. Анализ конкурентоспособности розничной торговой сети Республики Таджикистан // Современные направления теории и практики экономического анализа, бухгалтерского учета, финансового менеджмента. Материалы XII Всероссийской заочной научно-практической конференции (г. Новосибирск, 28 ноября 2016 года). – Новосибирск: ЧОУ ВО Центросоюза РФ СибУПК, 2016. – С. 231-235. (0,31 п.л.).

17. Этапы образования сетевых организации в российской розничной торговли // Актуальные проблемы развития экономики и образования. Материалы международной научно-практической конференции (г. Новосибирск, 2-3 июня 2016 г.) / Под общ. ред. Шарифзода М.М., Раджабова Р.К. – Душанбе: «Ирфон», 2016. С. 100-103. (0,2 п.л.) (в соавторстве, автором 0,07 п.л.).

18. Роль торговой сети в повышении уровня занятости Республики Таджикистан // Информационные технологии в науке, управлении и образовании. Материалы заочной Всероссийской научно-практической конференции (г. Новосибирск, 10 апреля 2017 г.). – Новосибирск: ЧОУ ВО Центросоюза РФ «СибУПК», 2017.- с. 89-95. (0,4 п.л.).

