

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТАДЖИКИСТАНА

УДК 339.452 (575.3) +339.5
ББК 65.9 (2Тадж.) +65.9 (2) 421
Р 15



На правах рукописи

РАДЖАБОВА ФИРУЗА ХАЙБУЛЛОЕВНА

РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических
наук по специальности 08.00.05 - Экономика сферы услуг
(08.00.05.01 - Торговля, коммерческие и бытовые услуги)

ДУШАНБЕ – 2025

Диссертация выполнена на кафедре инвестиционного менеджмента и маркетинга Технологического университета Таджикистана

Научный руководитель: **Рауфи Абдугаффор,**
доктор экономических наук, профессор
кафедры отраслевого и международного
маркетинга Технологического
университета Таджикистана

Официальные оппоненты: **Аминов Иномджон** – доктор
экономических наук, профессор
кафедры менеджмента Таджикского
государственного финансово –
экономического университета
Мухторзода Саидмухтор – кандидат
экономических наук, доцент кафедры
экономики и организации бизнеса
Таджикского государственного
университета коммерции

Ведущая организация: Международный университет туризма и
предпринимательства Таджикистана

Защита диссертации состоится «07» марта 2026 г. в 12⁰⁰ часов на заседании диссертационного совета 6D KOA-012 при Таджикском государственном университете коммерции по адресу: 734061, Республика Таджикистан, г. Душанбе, ул. Дехоти, ½, главный корпус, 4 этаж, диссертационный зал, электронная почта: 6D.KOA-012@mail.ru, телефон ученого секретаря: (+992) 2348434.

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться на официальном сайте www.tguk.tj и в библиотеке университета.

Автореферат разослан «___» _____ 2026 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат экономических наук, доцент



Машокиров Дж.Н.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года определяет важные направления социально-экономического роста страны. Среди этих важных задач особое внимание уделяется устойчивому развитию экономики, предпринимательства, а также, повышению уровня жизни населения, цифровой трансформации и инфраструктурному обновлению. Эти цели напрямую связаны с задачами и потенциалом розничной торговли, выполняющие важную роль в обеспечении потребительского рынка и занятости населения республики.

В свою очередь, устойчивое развитие экономики предусматривает совершенствование услуг розничной торговли, обусловленное рядом факторов, включая всевозрастающие требования потребителей, диверсификацию ассортимента товаров и услуг, внедрение инновации, усиление конкуренции и проведение структурных изменений в экономике. Все это стимулирует производство потребительских товаров, способствует совершенствованию хозяйственных связей, повышает эффективность деятельности рыночных субъектов и качество жизни населения. Эти условия требуют проведения новых дополнительных исследования состояния и развития услуг розничной торговли на потребительском рынке, с учетом современных ее требований.

Розничная торговля в экономике представляет процесс продажи товаров конечному потребителю в небольших количествах и является заключительным этапом движения товаров, начиная с хранения, распределения, стимулирование сбыта, информационного обеспечения с доставкой товаров до конечного потребителя. Помимо этого, розничная торговля включает в себя функцию непосредственного контакта с покупателями. Продавцы, занимающиеся розничной торговлей, обязаны предлагать покупателям товары, которые соответствуют их требованиям по качеству и цене. Таким образом, подбор и формирование ассортимента предлагаемых товаров для розничной торговли является сложной и важной задачей.

Для обеспечения устойчивого развития розничной торговли продавцам необходимо регулярно отслеживать изменения потребностей покупателей. Важно дать предпочтение вкусам и потребностям покупателей и учитывать их при формировании ассортимента продукции. Производители товаров, в свою очередь, узнают о вкусах и предпочтениях покупателей благодаря обратной связи от лиц, занимающихся розничной торговлей. При определении предпочтений покупателей особое значение приобретает точное выявление демографических показателей, потребностей и ожиданий, покупательское поведение и реакции целевого сегмента рынка на тенденции его развития.

Для достижения устойчивого уровня развития розничной торговли, необходимо изучение динамики рынка и прогнозирование покупательской способности покупателей в определенном городе, районе или административной территории, в том числе, разработка новых видов продукции с учетом потребностей покупателей и их покупательской способности.

Учитывая вкусы и предпочтения потребителей, розничные торговые предприятия активно используют рекламную деятельность как важный инструмент маркетинга. Для развития розничных торговых сетей, необходимо максимально эффективно использовать рекламную деятельность по продвижению реализуемой продукции. Таким образом, реклама имеет непосредственное влияние при выборе того или иного товара покупателями.

Повышение экономической эффективности розничной торговли должно осуществляться внедрением дополнительных услуг и применением различных методов, способствующих привлечению максимального числа покупателей на потребительском рынке, повышению уровня конкурентоспособности торговых предприятий и степени удовлетворенности конечного потребителя.

Таким образом, можно утверждать, что розничная торговля является завершающим этапом товарооборота, обеспечивая эффективную доставку продукции конечному потребителю и удовлетворение его индивидуальных потребностей.

В условиях Таджикистана, с переходом к системе рыночной экономики, существенно изменились функции торговых предприятий. Происходящие изменения отразились и изменили экономические показатели организаций и предприятий практически во всех сферах национальной экономики, в частности изменились показатели розничного товарооборота по всей республике.

Финансово-экономические показатели розничного товарооборота являются важными при формировании социально-экономического развития национальной экономики Республики Таджикистан. Динамика уровня розничного товарооборота непосредственно влияет на доходы населения, занятость и рынок труда, налоговое поступление и экономического развития страны в целом.

На основе вышеизложенного мы пришли к выводу, что выбранная нами тема диссертационного исследования «Развитие розничной торговли на потребительском рынке Республики Таджикистан» в современных условиях является актуальной и своевременной

В современных условиях развития рыночной экономики Республики Таджикистан исследования теоретико-методических вопросов развития розничной торговли на потребительском рынке связано с происходящими изменениями в развитии институциональной среды экономики. Следовательно,

эти изменения отраслевого и рыночного характера привлекли за собой ряд проблем, связанных с развитием розничных торговых сетей.

Проблема развития розничного товарооборота на потребительском рынке существенно проявляются на уровне крупных городов Республики Таджикистан. Обеспечение социально-экономического развития страны и ее административных территорий зависит от роли и значения розничных торговых предприятий, повышения их социально-экономической эффективности и учета тенденций развития действующей инфраструктуры.

Степень разработанности научной проблемы. Следует отметить, что хотя в мировом хозяйстве очень много внимания уделяется вопросам исследования розничной торговли, все еще некоторые очень важные аспекты этой сферы, в том числе пути внедрения новых торговых форматов, механизм формирования и развития эффективности розничной торговли, а также многие научно-методологические и практические вопросы, соответствующие современным условиям социально-экономического развития Республики Таджикистан, все еще остаются недостаточно исследованными. Теоретико-методические основы изучения рыночной системы, рынка товаров и услуг подробно изучены в работах зарубежных ученых, среди которых представляют особый интерес исследования П. Самуэльсона, Дж. Гэлбрейта, Дж. Кейнса, М. Фридмана, Дж. Тэйлора, Х. Армстронга, И.Тюнена, В. Кристаллера, А. Леша и др.

Теоретико методические основы проблем развития розничной торговли рассмотрены в работах таджикских и российских учёных таких как: Г.С. Абдусаматов [4], И.А. Аминов [5], И.У. Исматуллоев [13], Б.И. Исоматов[14], Р.К. Раджабовым [28], К.К. Толибов [34], Х.Н. Факеров [35], С.Х. Хабибов [37], М.М. Шарипов [40], Ф.Р. Шаропов [41], В.Н. Лексин [19], А.С. Новоселов [23], Л.В.Осипов [25], А.И. Татаркин [33] и др.

Вопросы оценки повышения эффективности потребительского рынка товаров и услуг розничной торговли, а также их влияния на удовлетворение потребностей населения изучены таджикскими и российскими учёными, как Ф.И. Аминов [6], Б. М. Джумъев [10], З.А. Капелюк [15], Е.А. Карпенко [16], М.М. Мариншоев [20], С.С. Мухторзода [21], Л.П. Наговицына [22], А.С. Новоселов [23], Ш.М.Норматова [24], Л. К.А. Раицкий [31], М.В. Хайруллина [38], А.Р. Хуснутдинова [39] и других, которые имеют большое теоретическое и практическое значение.

Несмотря на значительный объём исследований, все еще некоторые очень важные аспекты этой сферы, в том числе исследования проблем развития розничной торговли в условиях трансформации рыночной среды отраслей и сфер национальной экономики, остаются недостаточно изученными. Важность создания и развития современных форматов торговых предприятий и

организаций розничной торговли определяется высоким уровнем конкуренции, созданием новой системы взаимодействия между участниками рынка, совершенствование методов регулирования, формирование новых форм взаимодействия местных органов исполнительной власти с предпринимательским и частным сектором, всё это требует проведения разработки рекомендации для комплексного изучения и решения существующих проблем и вопросов. Таким образом, указанные проблемы (обстоятельства) обусловили выбор темы, цели и задачи данной диссертации.

Связь исследования с программами, (проектами) и научными темами.

Данное исследование выполнено в контексте реализации задач, поставленных в Национальной стратегии развития Республики Таджикистан до 2030г., а также практической реализации проблем развития потребительского рынка товаров и услуг, сектора розничной торговли Министерства экономического развития и торговли Республики Таджикистан, Министерства промышленности и новых технологий Республики Таджикистан. Тема диссертации обусловлена нормативными актами, включая Постановление Правительства Республики Таджикистан № 310 от 18 июня 2012 года «О перечне товаров, работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 29.07.22г.), Решение экономического Совета Содружества Независимых государств (СНГ) от 11 сентября 2009 года «Об обзоре торговой политики Республики Таджикистан», Программу адаптации экономики Республики Таджикистан в связи с членством во всемирной торговой организации (ВТО), Подзаконные акты Агентства по государственным закупкам товаров, работ и услуг при Правительстве Республики Таджикистан, Программу среднесрочного развития Республики Таджикистан на 2021-2025 годы.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью диссертационной работы является разработка теоретико-методических основ и конкретных предложений по совершенствованию оказания услуг розничной торговли на потребительском рынке Республики Таджикистан.

Задачи исследования. Для достижения поставленной цели работа включает в себя решение следующих задач:

- изучение роли и места розничной торговли в системе рыночных отношений, а также методических основ оказания услуг розничной торговли на потребительском рынке;
- выявление особенностей и проблем предоставления услуг розничной торговли на потребительском рынке;

- проведение анализа современного состояния и развития услуг розничной торговли в Республике Таджикистан, также оценка форм оказания услуг розничной торговли, а также изучение зарубежного опыта развития услуг розничной торговли на потребительском рынке;

- формирование схемы размещения предприятий и инновационного механизма оказания услуг розничной торговли на потребительском рынке, также предложение основных направлений улучшения услуг розничной торговли на потребительском рынке в условиях цифровизации в Республике Таджикистан.

Объектом исследования являются розничные торговые предприятия и субъекты потребительского рынка Республики Таджикистан.

Предметом диссертационного исследования выступает совокупность экономических отношений на потребительском рынке в условиях устойчивого развития экономики.

Гипотеза исследования основана на предположении о том, что реализация эффективной деятельности услуг розничной торговли на потребительском рынке способствует инновационному развитию, совершенствованию торговой инфраструктуры и экономическому росту страны.

Теоретические основы диссертации составляют работы отечественных и зарубежных ученых по исследованию вопросов развития потребительского рынка и решения проблемы розничной торговли.

Методические основы диссертации основываются на использовании общенаучных методов и приемов, индукции и дедукции, системно-структурного подхода, сравнительного и факторного анализа, а также эмпирических методов синтеза, анализа и т.д. Для решения проблем развития розничной торговли были применены методы наблюдения и экспертных оценок, а также методы индикативного планирования, графического оформления и обработки информации.

Источник информации. Информационной основой исследования являются материалы Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан, данные Министерства финансов Республики Таджикистан, Министерства экономического развития и торговли Республики Таджикистан, Торговой палаты Республики Таджикистан и торговых сетей, функционирующих на территории Республики Таджикистана, также были использованы нормативно-правовые и аналитические материалы Республики Таджикистан, материалы ежегодных статистических исследований Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан.

База исследования. Диссертационное исследование подготовлено на кафедре инвестиционного менеджмента и маркетинга Технологического университета Таджикистана.

Научная новизна исследования заключается в обосновании и разработке направлений совершенствования розничной торговли, предусматривающих повышение эффективности развития розничной торговли на потребительском рынке, которые включают:

1. Изучение теоретико-методических аспектов роли, вклада и значимости розничной торговли в системе рыночных отношений, определение направления развития розничной торговли в условиях современных экономических изменений.

2. Определение особенностей и выявление проблем развития сферы услуг розничной торговли на потребительском рынке, обусловленные необходимостью обеспечения удовлетворения спроса населения, возможности эффективного использования потенциала торговых предприятий, развития объема торгового оборота, совершенствования схем товародвижения, внедрения инновационных решений, с учетом воздействия совокупности факторов на качество торгового обслуживания.

3. На основе фактических статистических данных проведение анализа современного состояния услуг розничной торговли, выявление основных недостатков в торговом обслуживании, установление тенденций и закономерностей развития розничной торговли на потребительском рынке Республики Таджикистан, также проведение оценки форм предоставления услуг розничной торговли на потребительском рынке Республики Таджикистан с учетом исследования зарубежного опыта развития розничной торговли.

4. Предложение современной схемы размещения предприятий торговли и торговой сети, а также совершенствование инновационного механизма оказания услуг розничной торговли с целью выявления приоритетов на потребительском рынке Республики Таджикистан, а также обоснование и разработка перспективных направлений повышения эффективности услуг розничной торговли на потребительском рынке на основе экономико-математического моделирования основных параметров в условиях цифровизации и реализации СНР-2030 в Республике Таджикистан.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Изучены теоретико-методологические основы функционирования, роли и значения розничной торговли в системе рыночных отношений, уточнены основные направления оказания услуг розничной торговли на потребительском рынке;

2. Выявлены особенности и проблемы развития услуг розничной торговли на потребительском рынке;

3. Проведен анализ современного состояния услуг розничной торговли, выявлены основные недостатки в торговом обслуживании, установлены тенденции и закономерности его развития на потребительском рынке Таджикистана, а также проведена оценка форм оказания услуг розничной торговли на потребительском рынке с учетом зарубежного опыта развития данной сферы на потребительском рынке;

4. Предложено план рационального размещения предприятий розничной торговли и совершенствование инновационного механизма оказания услуг данной сферы на потребительском рынке, также обоснованы и предложены перспективные направления для повышения эффективности услуг розничной торговли в условиях цифровизации и реализации НСР-2030 в Республике Таджикистан

Теоретическая и практическая значимость, реализация результатов исследования заключается в уточнении теоретико-методических положений, разработке научно-обоснованного подхода к совершенствованию и развития услуг розничной на потребительском рынке Республики Таджикистан. Обоснованы и разработаны перспективные направления повышения эффективности услуг розничной торговли на потребительском рынке в условиях цифровизации и реализации НСР-2030 в Республике Таджикистан. Полученные результаты могут быть использованы, а также внедрены в планы Министерства экономического развития и торговли Республики Таджикистан, Министерства промышленности и новых технологий Республики Таджикистан для разработки мер по формированию современной стратегии размещения предприятий торговли на потребительском рынке.

Результаты исследования использованы в учебном процессе кафедры инвестиционного менеджмента и маркетинга Технологического университета Таджикистана в процессе проведения занятий по дисциплинам маркетинг, стратегический маркетинг, логистика, брэндинг организаций, маркетинговые исследования, маркетинговые исследования зарубежного рынка, управление продажами продукции и др.

Достоверность результатов исследования подтверждается официальными данными, профессиональными расчетами, достаточным объемом материалов исследования, статистической обработкой результатов исследования соответствующими публикациями. Выводы и рекомендации основаны на научном анализе результатов теоретических и эмпирических исследований.

Соответствие диссертационной работы паспорту научной специальности. Диссертационная работа соответствует требованиям паспорта номенклатуры специальностей ВАК при Президенте Республики Таджикистан

по специальности 08.00.05 - Экономика сферы услуг (08.00.05.01- Торговля, коммерческие и бытовые услуги) следующим пунктам:

1. Разработка стратегии развития потребительского рынка страны, ее регионов и отраслей по эффективному обеспечению населения товарами; 2. Современные тенденции развития организационно-правовых форм хозяйствования в торговле коммерческих и бытовых услуг; 3. Формирование и развитие торговли рынка коммерческих и бытовых услуг; 19. Организация оптовой и розничной торговли в современных условиях; 20. Совершенствование механизма размещения предприятий торговли коммерческих и бытовых услуг; 24. Развитие сетевой торговли в современных условиях; 25. Содержание, проблемы, перспективы совершенствования внешнеторговой деятельности торговых предприятий, субъектов коммерческих услуг и бытового обслуживания, инструменты ее осуществления; 29. Обеспечение качества обслуживания в торговле коммерческих и бытовых услуг; 33. Совершенствование организации и управления различных направлений деятельности торговых предприятий, субъектов коммерческих и бытовых услуг.

Личный вклад соискателя ученой степени в исследования.

Исследовательская работа выполнена непосредственным участием соискателя, как при выборе темы, ее обоснования, актуальности, цели и задачи исследования. Мы внесли вклад в разработку и апробацию теоретико-методических положений, разработку научно-обоснованного подхода к совершенствованию развития услуг розничной торговли на потребительском рынке Республики Таджикистан. Наше личное участие отражается в обосновании и разработке перспективных направлений повышения эффективности услуг розничной торговли на потребительском рынке, в условиях цифровизации и реализации НСР-2030 в Республике Таджикистан. Результаты исследования подтверждаются соавторами в совместных публикациях. Проведенное исследование вносит существенный вклад в развитие розничной торговли на потребительском рынке, с учетом возросшего объема спроса.

Апробация и внедрение результатов диссертационного исследования осуществлялись посредством выступлений, докладов и публикаций, на республиканских, международных и научно - практических конференциях, круглых столах различного уровня (2012-2025гг.), в журналах, рецензируемых ВАК Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и ВАК при Президенте Республики Таджикистан.

Публикации. Основное содержание диссертации отражено в 16 научных публикациях, среди которых 5 статей опубликованы в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК при Президенте Республики Таджикистан.

Структура и объём диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, включающего 139 наименований. Общий объем работы составляет 169 страниц, включая 19 рисунков и 27 таблиц.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Во введении обоснована актуальность выбранной темы исследования, проанализирована степень ее научной разработанности, сформулированы цели и задачи, определены его объект и предмет, раскрыта его научная новизна, теоретическая и практическая значимость, а также приведены сведения об основных положениях и характеристиках диссертационной работы.

В первой главе диссертации **«Теоретико-методические основы формирования и развития розничных торговых услуг на потребительском рынке»** изучена роль розничной торговли в системе рыночной экономики, методические основы изучения критериев оценки услуг розничной торговли на потребительском рынке, также выявлены проблемы и особенности развития услуг розничной торговли на потребительском рынке.

Розничная торговля позволяет приобрести нужные товары в удобное время и в необходимом количестве, повысить уровень культуры предоставления торговых услуг населению, а также создать сервис условий для покупателей путем сокращения времени и средств на покупку необходимого товара.

Розничный товарооборот – это важный показатель деятельности розничных торговых предприятий, отражающий объем продажи товаров конечным потребителям за определенный период времени в денежном выражении.

Розничная торговля – это важный показатель, определяющий уровень развития потребительского рынка, которая зависит от покупательского спроса, ассортимента товаров производимого предприятия, предлагающего на рынке и качества предоставляемых услуг. Необходимо отметить, что уровень развития розничной торговли должен иметь взаимосвязанность со следующими социально - экономическими факторами:

- платежеспособный спрос населения;
- объем производство потребительских товаров;
- внедрение инновационных технологий;
- конкурентная среда предприятия;
- государственное регулирование в сфере торговли;
- развитие торговой инфраструктуры;
- потребительские предпочтения покупателей.

Белькова Г.Д. в работе отмечала, что «розничный товарооборот характеризует эффективность использования ресурсов предприятия и общей

суммы затрат на реализацию товаров» [8]. Попова Я. Г. определила «услуги торговых предприятий в виде основных и дополнительных операций, которые могут быть выполнены по желанию покупателя в платной или бесплатной форме, а также нацелены на формировании лояльности клиента в условиях магазина» [26].

Следовательно, розничная торговля является основной связью между производством и потреблением, удовлетворяющей потребности населения в результате покупки товаров.

В свою очередь услуги малых и средних розничных торговых точек являются одним из значимых факторов, способствующих развитию внутренней торговли потребительскими товарами, обеспечивая удовлетворение повседневных потребностей населения. Эти торговые точки в основном занимаются продажей первостепенных необходимых потребительских товаров, а также являются основными посредниками между предприятиями розничной торговли и конечными потребителями. Характерными особенностями услуги малых и средних розничных торговых точек, являются:

- высокая адаптивность к предпочтениям;
- приспособляемость к изменениям ассортимента;
- индивидуальный подход к обслуживанию;
- оперативная реакция на изменение спроса;
- предоставление удобства в процессе покупок и т.д.

Карх Д.А. отмечал, «...что структурные преобразования в розничной торговле связаны, прежде всего с созданием крупных торговых центров, розничных торговых сетей, оптово-розничных предприятий» [17]. Это относится к факторам, имеющим место в структуре управления торговых предприятий.

Экономическое значение розничной торговли заключается в продаже товаров населению за денежные средства, а социальное значение заключается в удовлетворении материально-социальных и бытовых потребностей населения, повышении уровня благоприятных условий жизни для развития индивидуальности. В связи с этим, рост свободного времени населения является проявлением аспекта социального характера розничной торговли.

Подобным образом на основе рассмотрения теоретических основ розничной торговли сформулированы следующие понятия:

- а) вид деятельности, связанный с продажей в целях потребления;
- б) вид деятельности, связанный с продажей товаров и услуг потребителям, с целью личного пользования;
- в) механизм, обеспечивающий реализацию товаров конечным потребителям через сеть торговых предприятий, и др.

Важно выделить, что розничная торговля — это система, реагирующая на поток потребностей, направлена на удовлетворение потребностей потребителей, путем реализации товаров через розничные торговые сети, и других видов торговых пунктов.

А.Е. Елисеев отмечает, что «процесс формирования и развития розничной торговли связано с условиями воздействия факторов, представляющих собой конъюнктуру в регионе или торговой сфере. При этом важными считаются природно-климатические и общественно-политические условия, так как они связаны с размещением и специализацией отраслей и общественно-политическими условиями определяющие их взаимоотношения при государственном регулировании рынка» [11].

С.Х. Хабибов изучая вопросы теории, методологии и методики исследования, формирования и стратегии развития рынка потребительских товаров в республике, дает оценку современному состоянию и определяет перспективы развития предприятий розничной торговли на этапе социально-экономического развития [37].

Профессор Х.Н. Факеров в своем исследовании рассматривает сущность и структурное содержание потребительского рынка, услуги и их роль в решении социально-экономических проблем общества, определяет основные пути развития и повышения эффективности потребительского комплекса и раскрывает теоретические основы и практические пути формирования и развития инфраструктурного комплекса потребительского рынка в условиях рыночных трансформаций [35].

М.М. Мариншоев в своей работе изучает развитие розничной торговли и его хозяйствующих субъектов в городе Душанбе в условиях рыночной экономики и усиливающейся конкуренции, которые способствуют увеличению объема производства и оказания услуг, появлению их новых видов на потребительском рынке. По своему призванию и целевым ориентирам, розничная торговля, прежде всего, имеет социальную направленность, и она имеет тесную связь с интересами конечных потребителей товаров и услуг [20].

Ш. М. Норматова в своей работе [24] дает оценку факторам, влияющим на развитие услуг торгово-сервисной сферы на территории Республики Таджикистан. По её мнению, развитие торгово-сервисных услуг стимулируется общественной эволюцией, которая формирует новые потребности торгово-общественного характера в современных условиях.

При этом, услуги розничной торговли формируются на основе функционирования целостной системы, включающей производства товаров, движения денежных средств, поступающих от населения, как конечных потребителей. Эффективность функционирования данной системы определяется

грамотной организацией управления оказываемыми услугами розничной торговли.

Ученый Шаропов Ф.Р. указывает, что процесс продажи товаров «...представляет собой основной элемент деятельности розничной торговли и включает следующие этапы: формирование ассортимента, приемку товаров, обеспечение хранения, предпродажную подготовку, выкладку товаров, предложение товаров покупателю, расчет с покупателем и отпуск товара» [41].

На основе результатов оценки функционирования розничных торговых предприятий, нами установлено, что они выполняют следующие функции как:

- регулирование спроса и предложения на предлагаемые товары, на основе оптовой закупки у производителей для реализации потребителям;
- перемещения товаров от производителя до конечного потребителя;
- организация хранения товаров для обеспечения полного объема и удовлетворения потребностей потребителей;
- охват большей доли рынка за счет предоставления максимального ассортимента и широкого выбора;
- производства определенных видов товаров, с учетом пожеланий клиентов;
- информирование потребителей о преимуществах этих товаров.

На потребительском рынке в условиях углубленной конкуренции, функционирование и развитие предприятий розничной торговли и осуществления ими социальных важных функций зависит от качества предоставляемых услуг. Анализы показывают, что, повышение качества оказываемых услуг в предприятиях розничной торговли сосредоточено на обеспечении с учетом ожидания клиентов, который способствует росту конкуренции

Мы считаем, что повышение качества предоставленных услуг является основной задачей, которая стоит перед розничными торговыми предприятиями. Качество предоставляемых услуг является главным показателем оценки результатов деятельности торговых предприятий, индикатором имиджа предприятия, а также их привлекательности для потребителей и общества в целом. Также считаем, что качество услуг, – это совокупность параметров определяющих полезность товаров и услуг с точки зрения потребителей.

Особенности развития розничной торговли в Республике Таджикистан зависят от социально – экономических условий, качества управления и наличия ресурсов. Оно связано с современными тенденциями экономики и влияет на формирование торговой политики. Важную роль играют малые средние и крупные предприятия, деятельность которых зависит от численности населения и покупательского спроса.

Возникающие проблемы в сфере розничной торговли напрямую связаны с особенностями развития этой сферы. Развитие торговли также связано усилением требований к качеству обслуживания, ценовой и ассортиментной политики и предоставления комфорта потребителям. Отсутствие единого стандарта и методики оценки услуг розничной торговли, низкий уровень цифровизации торговых процессов, недостаточная квалификация торгового персонала, а также неустойчивость спроса на потребительском рынке оказывают негативное влияние на обеспечение и оценку качества торговых услуг.

К основным направлениям приоритетного развития услуг розничной торговли в современных условиях Таджикистана относятся:

- - цифровизация торговли;
- - ориентация на потребителей;
- - создание эффективной конкурентной среды как фактора сдерживания
- - роста цен и предотвращения монополизации отдельных сегментов рынка;
- - развитие сетевого принципа организации торговли, привлечение в Республику Таджикистан крупных компаний, занимающихся созданием и эксплуатацией крупных торговых сетей;
- - развитие объектов продовольственной торговли в центральных городах и районах республики;
- - обеспечение условий для создания в жилых кварталах, в том числе субъектами малого предпринимательства, магазинов «пешеходной доступности»;
- - осуществление совместной деятельности с бизнес-сообществом и некоммерческими организациями, направленные на сервисное обслуживание малообеспеченных слоев населения.

Таким образом, полученные результаты исследования теоретико-методических основ развитие розничной торговли на потребительском рынке позволяют перейти к изучению современного состояния и развития услуг розничной торговли на потребительском рынке Таджикистана.

Во второй главе диссертации **«Современное состояние и развития услуг розничной торговли на потребительском рынке»** проведен анализ современного состояния и развития услуг розничной торговли, оценка форм оказания услуг розничной торговли на потребительском рынке, а также использование зарубежного опыта развитии услуг розничной торговли на потребительском рынке.

Анализ современного состояния розничной торговли на потребительском рынке Республики Таджикистан показывает наличие ряда положительных тенденций, свидетельствующих о развитии отрасли. В первую очередь, следует отметить расширение сети торговых предприятий и повышение доступности

товаров для различных слоев населения. Кроме того, наблюдается постепенное улучшение качества обслуживания, ориентация на потребности клиентов и расширение спектра оказываемых услуг, что стимулирует развитие потребительского спроса. Анализы показывают, что в Республике Таджикистан и в ее административных территориях наблюдается увеличение объема спроса на продовольственные и промышленные товары.

Тенденция повышенного спроса на товары и услуги является следствием роста доходов населения, и одновременно увеличение спроса может непосредственно влиять на эти доходы.

Динамика роста розничной торговли по сравнению с динамикой доходов населения как фактора прироста розничной торговли в Республике Таджикистан представлены в таблице 1.

Таблица 1. - Динамика изменения объема розничной торговли за 2017-2023г

Показатели	Годы							2023г. в %, к 2017г.
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Оборот розничной торговли, в млн. сомони	18435,2	20479,7	24948,3	27024,8	33259,5	39498,4	48518,5	2,63раза
Темпы роста, в % к 2017 году	100	111,1	135,3	146,6	180,4	214,2	263,2	263,2
Денежные доходы населения, млн. сомони	37247,5	41083,9	47986,3	65347,0	80508,8	95124,7	120715,1	3,24раза
Темпы роста денежных доходов населения, в % к 2017 г.	100	110,3	128,8	175,4	216,1	265,3	324,1	324,1

Источник: расчёты автора на основе анализа научной литературы [3] с.344.

Как видно из представленной таблицы 1 в обороте розничной торговли наблюдалась положительная динамика, за семь лет он вырос почти в 2,63 раза. Относительное замедление темпов роста наблюдалось в 2018 и в 2020 годах, что связано с последствиями экономического кризиса и коронавируса. При этом темпы роста оборота розничной торговли значительно опережают темпы роста денежных доходов населения. В сопоставимых ценах данный разрыв становится более существенным.

В 2020 году, в период распространения пандемии COVID-19, когда действовали ограничения на перемещение населения, розничная торговля столкнулась с серьезными вызовами в сфере обслуживания потребителей. Первые месяцы пандемии (апрель – май) на потребительском рынке наблюдалось некоторое снижение уровня обеспечения продовольственными

товарами, в том числе одежды, обуви, строительными материалами и другими необходимыми товарами. Тем не менее, отечественные предприниматели, достаточно быстро отреагировали на кризисную ситуацию, и нашли выход из трудного положения относительно товарного насыщения на потребительском рынке.

С этой целью, с использованием партнерских связей с производителями товаров из Турции, Объединенных Арабских эмиратов, Российской Федерации и других стран с помощью новых мобильных информационных технологий, а именно, таких программ как WhatsApp, Wechat, Viber, Telegram и другие программы, вошли в контакт и продолжили предпринимательскую деятельность.

Таблица 2. - Тенденции изменения розничного товарооборота по всем каналам реализации в Таджикистане (млн. сомони)

Показатели	Годы							2023г. в %, к 2017г
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Объем розничного товарооборота по всем каналам реализации	26644,7	28616,4	32050,4	31377,3	35456,4	39498,4,5	48518	182,1
Госсектор	95,9	184,2	336,7	153,2	251,1	160,2	95,5	100,5
Негоссектор	26549,8	28442,2	31719	31224,1	35205,3	39338,2	48423	182,4
В том числе коммерческая торговля	7029,5	9250,8,2	10740,2	10987,2	14250,4	15689,7	16230	2,31раза
Неорганизованный рынок	19519,6	19178,8	20972,7	20236,4	20954,4	23648,4	32193	164,9

Источник: расчёты автора на основе анализа научной литературы [3] с.345.

Важно отметить, что от общего объема показателей розничной торговли, объем розничного товарооборота составляет 98,6%. В изучаемый период наблюдается рост объема розничного товарооборота, и среднегодовой темп роста составляет 21,0%.

В таблице 2 рассмотрены данные об изменениях объема розничного товарооборота по всем каналам продаж в Таджикистане.

Согласно таблице 2, объем розничного товарооборота по всем каналам реализации в республике за исследуемый период увеличился почти в 82,1%. В негосударственном секторе розничный товароборот увеличился примерно на 82,4%. В госсекторе изменений практически не произошло, что составляет 0,2 % от совокупного оборота. Наибольший рост розничного товарооборота продемонстрировала коммерческая торговля, более чем в 2,31 раза.

С другой стороны, по всем каналам реализации в Таджикистане розничный товарооборот растет (рисунок 1).

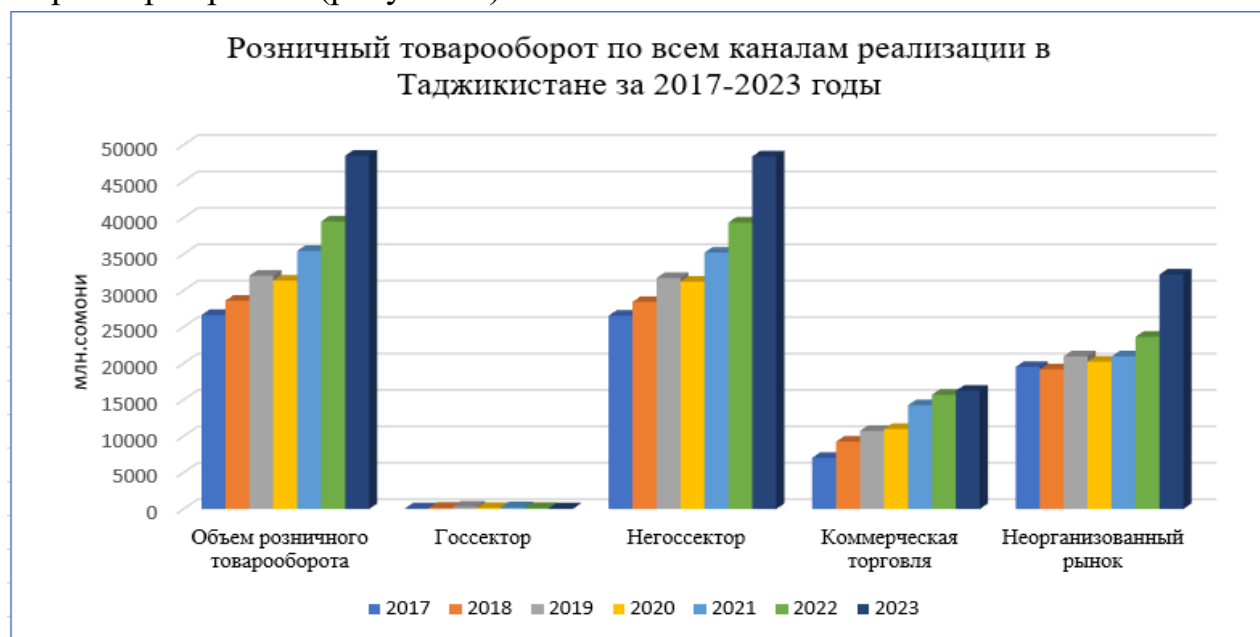


Рисунок 1. - Розничный товарооборот по всем каналам реализации в Таджикистане за 2017-2023 годы (млн. сомони) Источник: [3] с. 345

В анализируемом периоде наблюдается устойчивый рост объемов услуг розничного товарооборота в негосударственном секторе. Таким образом, если в 2017 году он составлял 26644 миллион сомони, то в 2023 году этот показатель увеличился на 82,4% и составил 48518 миллион сомони. В среднем ежегодный уровень роста розничного товарооборота в негосударственном секторе составил 10,6 %. Следовательно, в анализируемый период, наблюдается устойчивый рост уровня розничного товарооборота в государственном секторе, а негосударственный сектор остается почти неизменным.

Далее в таблице 3 представлены данные по объемам розничного товарооборота по областям, городу Душанбе и районам республиканского подчинения.

Таблица 3. - Розничный товарооборот по областям, г. Душанбе и РРП (в ценах 2023 г, млн. сомони)

Показатели	Годы							2023г. в %, к 2017г.
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Республика Таджикистан	26447,7	28616,4	32050,4	30377,3	35456,4	39498,4	48518,5	183,5
ГБАО	129,7	139,3	156,0	152,7	175,6	192,2	219,3	169,1
Согдийская область	8909	9568,3	10716,5	10491,5	11855,3	13206,9	15617,2	175,3
Хатлонская область	7106	7631,8	8547,6	8368,1	9456	10534	14946,8	2,1 раза
г. Душанбе	6594,7	7042,7	7932,7	7766,1	8775,7	9776,1	10789,1	163,6
РРП	3905,3	4194,2	4697,5	4598,9	5196,9	5789,3	6946,1	177,9

Источник: расчёты автора на основе анализа научной литературы [3] с. 345

Анализ динамики услуг розничного товарооборота по областям республики и городу Душанбе, и РРП показывает стабильный рост практически во всех регионах республики. Почти во всех регионах страны показатели роста услуг розничного товарооборота различаются. В городе Душанбе высокий рост уровня розничного товарооборота можно объяснить ростом численности населения, постоянно проживающего в городе, также тем, что основная часть населения прилегающих к городу Душанбе работают в столице. Также по данным таблицы 2 можно увидеть, что в объеме роста розничного товарооборота республики 75,3% приходится на Согдийскую область, 1,1 раза на Хатлонскую область, 63,6% на город Душанбе, 77,9% на РРП и 69,1% на ГБАО.

Согласно структуре розничного товарооборота республики, доля продовольственных товаров составляет 49,9%, а непродовольственных товаров 50,1%.

Таким образом, среднегодовые темпы роста объемов розничной торговли по областям соответствуют среднегодовому темпу роста объемов розничной торговли в целом по республике.

С переходом Республике Таджикистан к системе рыночной экономики начали создаваться предприятия розничной торговли различных форм.

Таблица 4. - Структура розничного товарооборота Республики Таджикистан по группам товаров (в ценах соответствующих лет; млн. сомони)

Показатели	Годы							2023г. в % к 2017 г.
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Все товары	18435,2	20479,7	24948,3	27024,8	33259,5	39498,4	48518,5	2,63 раза
в том числе: Продтовары	9144,1	2891,7	12099,9	13053,0	16529,9	19709,7	24210,7	2,65 раза
Непродтовары	9291,1	1058,0	12848,4	13971,8	16729,6	19877,7	24307,8	2,62 раза

Источник: расчёты автора на основе анализа научной литературы [3] с. 355.

Например, минимаркеты, супермаркеты, гипермаркеты, маленькие магазинчики, передвижная розничная торговля, розничная торговля на автолавках и прицепах, киоски, торговля на базарах, розничная торговля на тележках, сезонная розничная торговля, торговля свежими овощами и фруктами вдоль автомобильных дорог. С развитием инновационных, информационных технологий за последние годы в Таджикистане, как и во всем мире наблюдается развитие сетевой формы розничной торговли, например, интернет магазины и заказ товаров по интернету, такие интернет магазины как, «Сомон.ТДж.», «Лалафон», «Арзон.ру», «ВэбШопс» и многие другие, где можно купить различные виды товаров, в том числе продукты питания, одежду, автомобиль и т.д.

Выбор формы предоставления розничных торговых услуг во многом определяет их качество, поскольку именно формат обслуживания задает уровень комфорта, скорость полноту удовлетворения потребностей покупателей. Эффективность даже самой современной формы теряет значение при низком качестве сервиса, тогда как высокая культура обслуживания способна повысить привлекательность и традиционных форм торговли.

В рисунке 2 представлены основные параметры качества розничных торговых услуг.



Рисунок 2 - Основные параметры качества услуг розничной торговли

Источник: составлено автором на основе изучения научной литературы [8], [9].

Оценка форм оказания услуг розничной торговли на потребительском рынке проводится по таким критериям, как качество услуг (время ожидания в очереди, вежливость сотрудника, комфортность условий, доступность информации о порядке получения услуги), удовлетворенность покупателей, эффективность форм торговли, финансовые показатели, и др.

Покупатели в процессе оценки сервиса розничной торговли сопоставляют то, что видят со своими желаемыми потребностями и услугами, а также значительную роль играет уровень обслуживания сотрудников магазина, которые позволяют определить уровень этого сервиса.

Следует отметить, что важную роль играет доступность «целеустремленной покупки конкретной вещи» покупателя. Поэтому в магазинах необходимо создать все условия для быстрого приобретения нужного товара и его оплаты.

Особенности услуг и специфика деятельности сервисных организаций предприятий розничной торговли заключаются в разработке подхода, который позволит эффективно управлять качеством услуг:

- потребителям сложно определить качества услуг;
- качество услуги, это результат субъективной оценки потребителя.

Следовательно, мнение потребителя является основным фактором, определяющим качества услуг. Таким образом, именно мнение потребителя становится ключевым ориентиром в определении уровня качества оказываемой услуги.

Развитие розничной торговли в разных странах мира имеет свои особенности. В частности, значительное влияние на розничную торговлю оказывает развитие технологий, изменение потребительского поведения и глобализация. Рассмотрим опыт некоторых зарубежных стран, также отдельные факторы, влияющие на развитие розничной торговли на потребительском рынке.

Сейчас розничные предприятия в зарубежных странах предлагают множество услуг, которые связаны с увеличением суммарных издержек и цены на товары. Следовательно, необходимость изучения новых тенденций в розничной торговле связаны с маркетинговыми процессами, анализом спроса, работы сбытовых структур, каналов распределения. Также для развития розничной торговли значительно возрастает значение анализа потребительского рынка на основе изучения потребительского спроса зарубежного рынка.

В сфере розничной торговли Америка является лидером, имея такие гигантские компании как Amazon и Walmart. Ее опыт торговой деятельности в первую очередь направлен на борьбу за покупателя, на что и ориентированы маркетинговые усилия.

В Европе розничная торговля развита и разнообразна, включая в себя как крупные сетевые магазины, так и небольшие специализированные магазины. Во многих европейских странах применяется концепция социально этического маркетинга, то есть большое внимание уделяется развитию экологически устойчивой розничной торговли, а также социальной ответственности бизнеса.

Практически во всех странах мира, особенно в странах Европы, Северной и Южной Америки, Ближнего и Дальнего Востока и других регионах мира в последние годы развитие услуг розничной торговли достигнуто на основе использования современных информационных технологий и Интернета. Особенно возрос объем торговли через Интернет.

Опыт зарубежных стран в развитии розничной торговли требует важность внедрения современных технологий, эффективного управления и ориентации на потребителя. Практика Турции и Китая в этом направлении особенно показательна.

Турция, как страна с развивающейся экономикой и современным торговым рынком, обладает значительным опытом, который может служить положительным примером для других стран, включая Таджикистан. В процессе развития розничной торговли Турция уделяет особое внимание сочетанию маркетинговых стратегий, современной логистики, использованию электронных

технологий и развитию розничной сети. Одним из основных элементов экономики Турции является сектор услуг, в этой сфере страна конкурирует на мировом уровне.

В последние годы Турция и Таджикистан подписали двусторонние соглашения о развитии сотрудничества в области торговли и цифровой экономики. Это сотрудничество дало возможность улучшить торговую инфраструктуру, укрепить логистические цепочки и повысить квалификацию местных кадров.

В целом, опыт Турции в сфере торговли является практическим примером развития и влияния на розничный рынок для Таджикистана. Сотрудничество двух стран в этой сфере способствует расширению и модернизации розничной торговли, повышению качества обслуживания и увеличению конкурентоспособности рынка.

В последние годы Таджикистан сотрудничает с Китаем в сфере розничной торговли, и опыт Китая внедряется следующим образом:

1. Инвестиции в инфраструктуру:

- строительство крупных торговых центров и супермаркетов международного уровня в Душанбе и других крупных городах;
- импорт технологий хранения товаров и современной логистики из республики Китая.

2. Поставка товаров:

- большинство товаров импортируется из Китая: бытовая техника, продукты питания, одежда и др.;
- применение китайского опыта прямого заказа и использования онлайн-платформ для импорта в Таджикистан.

3. Развитие электронной торговли:

- приложения и мобильные платформы для покупок и оплаты, например Pinduoduo, могут служить примером для развития e-commerce в Таджикистане;
- адаптация китайского опыта в доставке товаров и онлайн-обслуживании (быстрая логистика, онлайн-оплата, программы лояльности) в местных торговых центрах.

В мировом опыте розничной торговли есть несколько подходов, которые также, используются в Таджикистане:

- франчайзинг помогает открывать магазины известных брендов, а сетевые магазины упрощают работу с товарами и ценами;
- онлайн-продажи и доставка делают покупки удобнее, а экологические инициативы повышают доверие покупателей;
- местные магазины адаптируют эти идеи под национальные особенности, используя скидки и бонусные программы.

Мухторзода С.С. отмечал в своей работе «в Таджикистане имеются достаточно широкие возможности для развития франчайзинга. Но чтобы реализовать эти возможности необходимо создать определенные условия. Нужна предпосылка для законодательной инициативы по разработке закона о франчайзинге, а также внесение соответствующих изменений в связанные с ним законы и нормативные акты» [21].

Крайне важно включить в программах по поддержки малого предпринимательства систему развития франчайзинга.

В России система услуг розничной торговли занимает важное место, и классификация нередко проводится с учетом их размещения. Характерной особенностью услуг розничной торговой системы России является их непосредственная ориентация на конечного потребителя, а также территориальная приближенность к населению.

В современных условиях устойчивого развития особое значение приобретает экологизация розничной торговли. Во многих развитых странах сформировались эффективные модели внедрения экологических практик, ориентированных на минимизацию вреда окружающей среды формирование ответственного маркетинга и потребления.

Экологизация розничной торговли в Республике Таджикистан находится на начальном этапе, однако некоторые предприятия розничной торговли уже начали внедрение экологических элементов в свою торговую деятельность. В частности, отдельные торговые центры и супермаркеты в городах Душанбе и Худжанд постепенно начали замену полиэтиленовых пакетов на бумажные или многоразовые. Например, торговый центр «Ёвар» предлагает эко-пакеты с логотипом магазина, что представляет собой вид социальной рекламы и способствует продвижению предпринимательской ответственности

Полученные результаты исследования современного состояния розничной торговли и опыт зарубежных стран в развитии услуг розничной торговли на потребительском рынке свидетельствуют о том, что успешное развитие розничной торговли требует комплексного подхода, включающего нормативную поддержку, технологические инновации, корпоративную ответственность и активное участие потребителей. Таким образом, применении этих практик в условиях Таджикистана может способствовать модернизации розничной торговли с учетом устойчивого развития.

В третьей главе диссертации «Основные направления развития услуг розничной торговли на потребительском рынке» предложены формирование рациональной схемы размещения розничных торговых предприятий и совершенствование инновационного механизма оказания услуг розничной торговли на потребительском рынке, а также перспективные направления

повышения эффективности услуг розничной торговли на потребительском рынке в условиях цифровизации.

В настоящее время формирование схемы размещения розничных торговых предприятий считается важным направлением торгового обслуживания населения.

Это обуславливается тем, что местоположение предприятий розничной торговли и других субъектов потребительского рынка существенно влияет на уровень продаж и объем товарооборота.

Кроме того, стоимость приобретения прав на строительство и аренду земли зависит от местоположения, также расположение торговых точек оказывает влияние на имидж предприятий и репутацию всей торговой сети.

Исследовав, уровень и динамику развития розничной торговли на потребительском рынке, мы разработали несколько стратегических направлений по развитию розничной торговли городов и районов Республики Таджикистан. Одним из важных условий обеспечения эффективной деятельности системы розничной торговли, является рациональное размещение розничных магазинов на территории определенного города, района или населенного пункта.

Следующим перспективным направлением развития розничной торговли на потребительских рынках Таджикистана, является ступенчатое размещение торговых точек. Данное направление основано на специализации и формировании ассортимента предлагаемой продукции магазинами. Например, предложение широкого ассортимента продукции, или же предложение специфических товаров редкого спроса.

Другим приоритетным направлением развития розничной торговли на потребительском рынке Таджикистана является размещение розничных торговых предприятий в торговых центрах города. Торговые центры состоят из предприятий, занимающихся розничной торговлей, представляющие бытовые услуги, широкий ассортимент товаров и высокий уровень обслуживания. Они расположены в местах с развитой транспортной инфраструктурой, имеют автостоянку, так же как в многофункциональных комплексах, осуществляется централизованное управление.

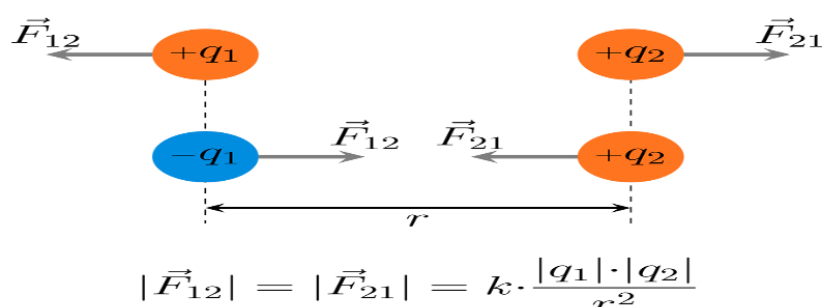
Размещение магазинов розничной торговли в торговых центрах выполняет особую роль в социально-экономическом развитии системы розничной торговли. Деятельность крупных розничных торговых сетей предоставляют населению большие возможности экономить время и средства на транспортные расходы и совершение покупок.

В настоящее время в городе Душанбе функционируют большое число торговых объектов, в том числе торговые центры и комплексы как «Пайкар», «Ситора», «Саодат», «Азия - Мол». По формату приближенному по к

гипермаркетам, действуют более 10 торговых комплексов, среди которых «Сиёма Молл», «Садбарг», «Пойтахт 90», и другие. Кроме того, 1 крупный гипермаркет Ашан, а также и порядка 30 интернет–магазинов, функционирующих исключительно онлайн.

С целью оптимального размещения предприятий и субъектов торговой сферы в условиях Таджикистана, нами была разработана модель, основанная на принципе кулоновской силы, то есть всем известный закон силы притяжения или отталкивания между двумя точечными зарядами, который вносит значительный вклад в развитие теории розничной торговли.

Закон Кулона формулируется математическим выражением (рисунок 3):



$$|\vec{F}_{12}| = |\vec{F}_{21}| = k \cdot \frac{|q_1| \cdot |q_2|}{r^2}$$

Рисунок 3. - Модель кулоновской силы.

Источник: составлено автором на основе анализа научной литературы

Данная модель позволяет нам предложить физическую и экономическую интерпретацию, представленную в таблице 5.

Таблица 5. - Физические и экономические интерпретации кулоновской силы

Обозначения	Физический	Экономический
F	Сила взаимодействия между зарядами	Величина взаимного влияния объектов и субъектов торговли
$q_1 q_2$	Величина взаимодействующих зарядов	Величина, характеризующая спрос и его удовлетворение
K	Коэффициент пропорциональности	Коэффициент проницаемости среды взаимодействия
R	Расстояния между зарядами	Расстояния между объектами и субъектами торговли

Источник: составлено автором на основе изучения научной литературы

Если произведение $q_1 q_2$ положительно, то сила взаимодействия между зарядами отталкивающая, а если произведение отрицательное, то сила взаимодействия между ними притягивающая. Следовательно, логично рассмотреть второй вариант: спрос на товары и размещение торговых точек можно интерпретировать по данной модели: потребители выступают в роли носителей отрицательного заряда, притягивающих к себе предложение.

Отсюда можно предположить, что потребители с их разнообразными запросами распределены по территории неравномерно, как неоднородное электростатическое поле вокруг отрицательного заряда. Таким образом, все торговые объекты будут взаимно отталкиваться друг от друга, а потенциальных клиентов притягивать. В связи с этим, величина зарядов зависит от различных факторов, которые мы и определяем как критерии оптимального размещения объектов торговой сети.

В последние годы на рынке розничной торговли Таджикистана отмечается повышение уровня конкуренции. Предложение товаров и услуг на потребительском рынке республики стремительно растет. Несмотря на это отечественные покупатели становятся всё более требовательными при выборе и покупке товаров. Таким образом, с каждым годом становится сложнее добиваться устойчивого уровня роста продаж путем открытия новых торговых точек.

Приоритетными целями по стимулированию спроса потенциальных клиентов, являются:

1. Повышение общего объема продаж в целом по магазинам.
2. Выход на новые сегменты или новые рынки.
3. Повышение конкурентоспособности.
4. Привлечение потенциальных покупателей путем предложения дополнительных услуг.
5. Повышение уровня лояльности клиентов к оказываемым услугам.
6. Повышение конкурентоспособности.

Повышение уровня конкуренции в системе розничной торговли подталкивает руководителей торговых предприятий строить стратегические планы по привлечению максимального числа покупателей и обеспечению максимизации прибыли.

В Таджикистане, по оценке экспертов, при покупке товаров, около 80% населения принимают решение под влиянием изменения ценовых факторов. Несомненно, большое внимание привлекают торговые точки, предоставляющие скидки, бонусы и подарки.

В Таджикистане, и особенно в городах Душанбе, Худжанд, Бохтар, Куляб, такие розничные торговые сети как «Пайкар», «Ашан», «Ёвар» впри стимулировании сбыта продукции используют дисконтные карты и дисконтные программы. Также предоставляются покупателям скидочные купоны на одноразовую покупку и скидки в зависимости от суммы покупки.

Следующим направлением развития розничной торговли является предоставление услуг клиентам по специальной программе. Она производит

накопление, и прибыль считается не фиксированным и не зависит от покупательской способности клиентов и частоты покупки.

Стратегическим направлением повышения качества выполнения профессиональных задач менеджеров предприятий розничной торговли является совершенствование системы стимулирования и мотивации не только покупателей, но и сотрудников сферы торговли. Важным фактором повышения уровня трудовой мотивации продавцов являются хорошие условия труда, и гибкий режим рабочего времени.

В этих условиях эффективным считается использование системы нематериальной мотивации персонала на основе:

1. Разработка и осуществление эффективной социальной политики.
2. Развитие корпоративной культуры.
3. Применение современных коммуникаций в организации.
4. Проведение соревнований между сотрудниками и определение лучшего сотрудника.

В процессе принятия решения о покупке потребители ориентируются на те ценности, которые, по их мнению, способны в наибольшей степени удовлетворить индивидуальные потребности. Ожидания покупателей формируются под влиянием личных предпочтений, характеристик товара (особенно символические свойства), уровня обслуживания и репутация торгового предприятия.

С этой целью нами выделены основные элементы, характеризующие значимость торговых услуг для потребителей (рисунок 4).

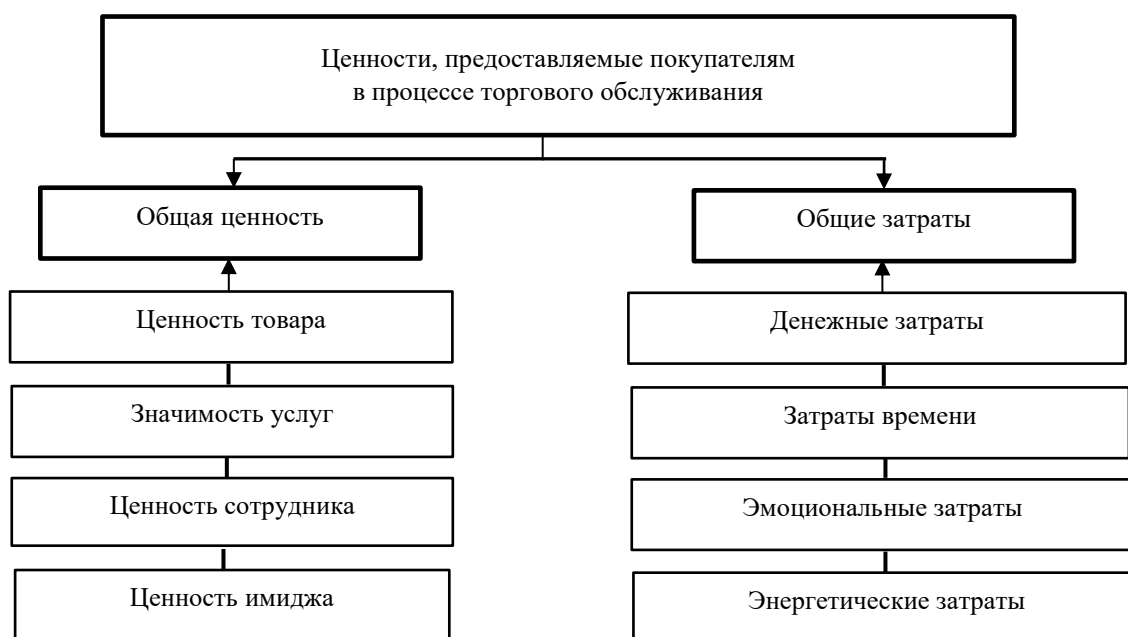


Рисунок 4. – Основные элементы, характеризующие значимость торговых услуг для потребителей

Источник: составлено автором на основе изучения научной литературы [18].

Из рисунка 5 видно, что ценность услуги определяется как разница между воспринимаемой покупателем совокупностью выгод, получаемых в результате использования услуги, и общими затратами связанные с её приобретением и использованием.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что на сегодняшний день не разработана единая универсальная методика оценки качества обслуживания розничной торговли. На практике применяются комплексные подходы, которые адаптируются под специфику торгового предприятия.

Одним из важных направлений развития услуг розничной торговли на потребительском рынке является цифровизация, которая направлена на повышение эффективности ее деятельности. Переход к цифровой экономики четко напомним в посланиях Президента Таджикистана «Об основных направлениях внутренней и внешней политики республики»: «...необходимо развивать сферу связи, особенно обеспечивать высокую скорость Интернета и доступность его цены для развития цифровой экономики, искусственного интеллекта, обеспечивать информационную безопасность, привлекать инвестиции и организовывать технологические и инновационные парки» [45].

Развитие интернет-магазинов является важной составляющей цифровизации розничной торговли, так как способствует внедрению цифровых технологий в процессе продаж и оптимизации взаимодействия с потребителями. Интернет-магазины — это электронные торговые площадки в сети Интернет, позволяющие пользователям выбирать товары, оформлять заказы и осуществлять оплату в онлайн - режиме.

Организации интернет-магазинов имеет следующие преимущества: увеличение объема продаж товаров и услуг, развитие сетевой рекламы и продвижение, минимизации деловых издержек, формирование репутации и имиджа компании, информационных платформ, оказания новых торговых услуг, обеспечении обратной связи с потребителями; систематический мониторинг рынка; появление инновационных способов взаимодействия с целевой аудиторией; возможность реализации эффективного и рационального маркетингового бюджета.

Важно заметить, что сейчас электронная коммерция является важным компонентом экономической системы, и в последние годы в Республике Таджикистан активно развивается, путем открытия новых потенциалов для предпринимателей, а также и потребителей, обеспечивая взаимодействия между ними в пространстве «онлайн».

Количество пользователей Интернета в Республике Таджикистан и мировых странах представлено в таблице 6.

Таблица 6. - Количество пользователей Интернета в Республике Таджикистан и некоторых странах дальнего и ближнего зарубежья в 2023 году

Наименование страны	Население страны, млн чел.	Пользователи сети Интернет, кол-во	Доля пользователей от общего количества населения (%)
Армения	2,943	1 980 000	66,5
Афганистан	41,454	7 670 000	18,4
Белоруссия	9,115	8 270 000	86,9
Казахстан	20, 000	17 730 000	90,9
Азербайджан	9,86	8 930 000	86,0
Россия	145,50	127 600 000	88,2
Таджикистан	10,389	4 100 000	40,8
Туркменистан	7,364	2 470 000	38,2
Узбекистан	35,652	26 740 000	76,6
Украина	37,732	28 570 000	79,2

Источник: составлено автором на основе анализа литературы [46].

Согласно полученным данным нами установлено, что число интернет-подключений в Республике Таджикистан ежегодно растет и это активизирует развитие электронной коммерции на основе использования мобильных платформ и организации виртуальных магазинов.

В условиях цифровизации и с учетом возрастающей значимости розничного товарооборота, рост уровня продаж предлагаемых товаров считается перспективным средством достижения экономической эффективности торговых предприятий.

Вместе с тем, в республике электронная коммерция остается малопопулярным и ограниченным рынком. «...По данным Findex за 2023г., около 10% населения Таджикистана совершали покупки в Интернете по сравнению с 24% в Казахстане и 28% в Российской Федерации».

Мы полагаем, что в условиях цифровизации экономики для Республики Таджикистан целесообразно развивать следующие перспективные и доходные направления оказания услуг розничной торговли (таблица 7).

Для стимулирования роста электронной коммерции в Таджикистане в августе 2024 года была запущена Национальная программа по электронной коммерции на период 2025–2029 годов. Программа направлена на развитие цифровой инфраструктуры, повышение цифровой грамотности населения и создание благоприятных условий для онлайн-торговли.

Таблица 7. – Прибыльные направления деятельности на рынке услуг розничной торговли в условиях цифровизации в зависимости от востребованности направлений деятельности

Услуги	Направления
Оказание консультационных услуг	Оказания юридической консультации в области знание законов и оформления прав покупателя.
Создание Call-центры	Оказание консультации со стороны профессиональных психологов по решению личных проблем и ситуаций
Организация общественного питания	Создание сети заведений общественного питания различного формата: от уличных палаток с блинами и хот-догами до уютных кафе и ресторанов, предлагающих доставку готовых обедов офисным работникам и домашнюю кухню собственного приготовления.
Транспортные услуги	Оказание услуги собственным транспортом для перевозки пассажиров на дальние расстояния, и перевозка мелкогабаритных грузов, доставки грузов от места покупки. Доставки блюд по заказу
Создание сети Интернет-магазинов	Создание современной сети Интернет-магазинов для повышения торгового обслуживания населения
Организация праздников	Планирование отдыха и развлечений клиентов: организация детских утренников, дней рождения. Для взрослых клиентов можно организовывать свадьбы, юбилеи, вечера встреч и многое другое.
Оказание услуг по благоустройству домов	Оказание услуги по ремонту жилья, строительству домов, уборку помещений и охраны

Источник: составлено автором на основе изучения научной литературы [20], [21].

Таким образом, несмотря на текущие низкие показатели онлайн-покупок, предпринимаемые меры и рост цифровых финансовых инструментов создают предпосылки для увеличения доли населения, совершающего покупки через интернет, в ближайшие годы.

Также в перспективе для реализации основных направлений развития розничной торговли утверждается, что госрегулирование играет ключевую роль в развитии услуг розничной торговли, которое в дальнейшем может формировать конкурентные отношения, поддержку предпринимателей, социально-экономическое обеспечение, право экологической защиты, а также защиту интересов государства и т.д.

В целом реализация предложенных и обоснованных направлений развития розничной торговли на потребительском рынке позволит улучшить эффективность функционирования торговых предприятий, уровень удовлетворенности потребителей и качество предоставляемых услуг на потребительском рынке Республики Таджикистан.

ВЫВОДЫ

А) Основные научные результаты исследования

В результате проведенного исследования были выявлены ключевые направления развития розничной торговли в условиях трансформации рыночной среды. Реализация предложенных и обоснованных подходов способствует повышению эффективности торговых процессов, улучшению качества обслуживания потребителей и усилению конкурентных позиций предприятий розничной торговли на потребительском рынке:

1. Розничная торговля в Республике Таджикистан является важнейшей частью внутреннего рынка и играет основную роль в удовлетворении потребностей населения, развитии предпринимательства и формировании валового внутреннего продукта

2. Опыт показывает, что экономическое значение розничной торговли заключается в активизации движения и реализации товара, сохранения его количества и качества при производстве и потребления, а также оценивается с помощью суммарного общественного продукта и национального дохода республики [10 - А].

3. Функционирующие малые и средние предприятия розничной торговли, являются одним из основных факторов, способствующих развитию внутренней торговли продовольственных товаров. Эти торговые точки в основном занимаются продажей в розницу первостепенных необходимых продовольственных товаров, а также являются основными посредниками между оптовыми продавцами и потребителями.

4. Инфраструктура розничной торговли в любой региональной модели торгового обслуживания должна обеспечивать разнообразие форм торгового обслуживания, характеризоваться разнообразием структурно-функциональных параметров торговых объектов и всегда быть ориентированной на конкретные зоны торгового обслуживания [8 - А].

5. В Таджикистане типовой состав магазинов общесистемного значения, как правило, отличается большим разнообразием, они представлены как специализированные, так и универсальные магазины, и магазины с комбинированным ассортиментом товаров.

6. Изучение мирового опыта показывает, что даже в экономически развитых странах мира, где функционируют самые высокоорганизованные системы розничного торгового обслуживания, имеет место уличная торговля, которая является частью розничной торговли. Как правило, розничная торговля базируется на сезонные распродажи, реализацию изделий кустарного производства, сельскохозяйственной продукции, и мелкой торговли другими видами товаров [9 - А].

7. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что для обеспечения полного понимания и свободной ориентации потребителей в вопросах безопасности и качества реализуемых товаров в системе розничной торговли, важно в полной мере задействовать возможности частных предприятий розничной торговли. В том числе, негосударственных организаций - торгово-промышленных палат, обществ потребителей, объединений предпринимателей, а также самостоятельных и саморегулирующихся организаций розничной торговой сети [7 - А].

8. В своей работе целесообразным считаем совершенствование институциональной и нормативно-правовой базы, подразумевающее разработку стандартов и нормативов с учетом условий развития экономики страны в целом и розничного товарооборота в частности. Новые стандарты должны регламентировать функционирование спроса и предложения на потребительском рынке. Проведённое исследование позволило выявить ключевые тенденции и проблемы, характерные для современного потребительского рынка, а также предложить обоснованные направления его дальнейшего развития:

- Формирование системы менеджмента потребительского рынка с целью полного удовлетворения спроса населения страны, региона или местности функционирования торговых предприятий.

- Осуществление модернизации и реконструкции торговых предприятий на основе применения инновационных технологий, обеспечивающее развитие розничного товарооборота с использованием достижений науки и техники.

- Создание новой сети, охватывающая сеть супермаркетов, средних и мелкорозничных магазинов по республике, также улучшение социально-экономической ориентированности сети розничной торговли для населения с уровнем доходов ниже среднего.

- Обеспечение доступности товаров для населения независимо от места проживания и социального статуса в обществе. В то же время, совершенствование торгового обслуживания мелкорозничной торговой системы, современных торговых точек с использованием инновационных информационных методов оказания торговых услуг.

- Постепенный переход торговых предприятий на самообслуживание, с учетом внемагазинного метода торговли для реализации сельскохозяйственной продукции.

- Развивать систему учета приоритета потенциальных клиентов, учитывая экономию финансовых средств и времени для приобретения товаров, а также

использования потенциала организованных кафе, ресторанов, развлекательных мероприятий для детей и взрослых и др.

- Постоянное повышение качества предлагаемого ассортимента товаров, в том числе повышение уровня культуры обслуживания клиентов, также обеспечение безопасности и охраны здоровья покупателей [2 - А].

9. В республике должное внимание уделяется эффективному управлению и стратегическому планированию в сфере розничной торговли, в том числе вопросам выбору поставщиков с целью сокращения издержек. Вместе с тем, возникает проблема получения информации об источниках удовлетворения спроса населения с учетом оценки влияния цен на потребительские товары, их качество, способы платежа, сроки перемещения товаров и их коммерческих условий поставки на потребительском рынке Республики Таджикистан.

10. Перспективным направлением организации розничной торговли и улучшения связей между субъектами при перемещении товаров в республике является развитие кооперации между производителями, продавцами и конечными потребителями товаров и торговых услуг [5 - А].

11. Несмотря на рост числа интернет-пользователей, электронная торговля в республике пока занимает незначительную долю в общем объеме розничного товарооборота, что указывает на необходимость её активного стимулирования.

12. На основе анализа полученных результатов можно сделать вывод о том, что розничная торговля является важным сегментом предпринимательства, учитывающий интересы, как производителей, так и потребителей, налаживает оптимальную связь между производственными циклами, способствует своевременной доставке товаров и использования денежных потоков в условиях реализации НСР-2030 в Таджикистане и ее регионов [6 - А].

В) Рекомендации по практическому использованию результатов

1. Регулярное изучение спроса, поведения покупателей и особенностей потребления поможет торговым предприятиям формировать более актуальный ассортимент, адаптировать ценовую политику и разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии.

2. Необходимо создать благоприятные условия для развития малых розничных предприятий, особенно в регионах. Это включает реформу в направлении налогообложения, предоставление условий микрофинансирования, доступ к образовательным программам государственным субсидиям на цифровизацию.

3. Одним из приоритетных направлений развития розничного товарооборота в цифровой экономике является выявление факторов динамики развития, на основе имеющихся данных рынка сбыта на будущую перспективу. Для решения данной задачи мы применили математико-экономическую модель,

используя метод множественного корреляционно-регрессионного анализа, что может позволить рассчитать объем розничного товарооборота в Республике Таджикистан [4 - А].

4. Необходимо организовать обучение персонала навыкам цифровых коммуникаций, работе с CRM (Customer Relationship Management) система управления взаимоотношениями с клиентами, системами и современными методами продаж. Это позволит улучшить клиентский сервис и повысить лояльность потребителей [14 - А].

5. Внедрение цифровых решений — таких как онлайн-магазины, мобильные приложения, CRM - системы и инструменты онлайн-маркетинга — должно быть основано на технологической трансформации розничной торговли. Особенно актуально это для предприятий малого и среднего бизнеса в условиях ограниченных ресурсов.

6. Государственные органы могут использовать выводы исследования для разработки программ поддержки малых и средних предприятий, включая субсидирование цифровизации, обучение предпринимателей современным формам торговли и развитие деловой инфраструктуры в регионах.

7. Результаты научной работы могут применяться при подготовке специалистов в области торговли, маркетинга и предпринимательства - в вузах, колледжах и др. Также возможна разработка методических пособий и программ повышения квалификации для предпринимателей [11 - А].

8. Развитие маркетинговых стратегий для предприятий розничной торговли, в том числе использование инструментов зелёного маркетинга, брендинга и программ лояльности для покупателей.

9. Для развития электронной торговли в Республике Таджикистан важную роль играет Всемирный банк. Анализ показывает, что в республике в последние годы электронная коммерция развивается. Значительный вклад вносят местные стартапы, такие как «Алиф Сармоя» в сфере электронных мобильных платежей, «Somon.tj» - в направлении онлайн-торговли, а также «55SGroup», инвестор в сфере электронной коммерции предприятий.

10. Дальнейшее развитие электронной торговли в Республике Таджикистан требует образовательных программ по доверию к онлайн платежам и повышению финансовой грамотности населения [12 - А].

Однако, несмотря на низкий уровень онлайн-покупок, в стране наблюдается положительная динамика в развитии цифровых финансовых инструментов. Так, к середине 2023 года количество электронных кошельков увеличилось на 39,7%, достигнув 10,4 миллиона, а количество банковских платёжных карт выросло на 28,7%, составив 7,6 миллиона единиц. Кроме того, объём безналичных операций по оплате товаров и услуг с использованием платёжных карт и электронных

кошельков составил 12,8 миллиарда сомони, что свидетельствует о росте доверия к безналичным платежам [15 - А].

Решение указанных направлений позволяет получить высокие цифровые дивиденды и широкого социально-экономического воздействия, особенно в отношении молодежи, женщин и сельского населения, что позволит республике стать более сильной и устойчивой в данной сфере.

Таким образом, реализация предложенных рекомендаций будет способствовать повышению эффективности функционирования розничной торговли, улучшению качества потребительского обслуживания, устойчивому развитию внутреннего рынка и социально-экономическому росту Республики Таджикистан.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон Республики Таджикистан от 24 декабря 2022 года №1921 «Об электронной торговле» // Информационный правовой интернет-портал Республики Таджикистан: сайт. - URL:https://www.adlia.tj/show_doc.fwx?Rgn=143963
2. Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года: Постановление Маджлиси намояндагон, Маджлиси Оли Республики Таджикистан от 1 декабря 2016г., №636.
3. Статистический ежегодник Республики Таджикистан. 2024 / Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. - Душанбе, 2024. - 419с.

Диссертации, авторефераты монографии, статьи и учебные пособия:

4. Абдусаматов Г.С. Закономерности становления и развития рыночных отношений Республике Таджикистан. - Душанбе: Ирфон, 1994 - 184с.
5. Аминов И. А. Формирование регионального рынка продовольственных товаров на основе товарно-торгового бизнеса (на материалах регионов республики) диссер. док. эк. наук 08.00.05. И. А. Аминов, Душанбе, 2014. 245с.
6. Аминов Ф.И. Развитие и государственное регулирование торгового предпринимательства (на примере розничной торговли Республики Таджикистан): дисс. канд. экон. наук: 08.00.05. / Ф.И. Аминов, Душанбе, - 2012. - 145с.
7. Анурин В., Муромкина И., Евтушенко Е. Маркетинговые исследования потребительского рынка (уникальный отечественный опыт). - СПб.: Питер-Принт 2004.- 272с.
8. Белькова Г.Д. Организация розничной торговли. Учебное пособие. Иркутск, 2005. – 117с.

9. Дзахмишева И.Ш. Методика оценки конкурентоспособности услуг в розничной торговой сети // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. №3.- С.100
10. Джумъев Б. М. Развитие торговли услугами в условиях вступления Республики Таджикистан во Всемирную торговую организацию: автореферат дисс. канд. экон. наук: 08.00.05/ Б. М. Джумъев, Душанбе, - 2011, -16с.
11. Елисеев А.Е. Развитие услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров: дисс. канд. экон. наук: 08.00.05 / А.Е. Елисеев Комсомольск-на-Амуре, - 2009. -186с.
12. Заяц Т.И. Розничная торговля мегаполиса: совершенствование системы муниципальных и рыночных регуляторов: дисс. канд. экон. наук: 08.00.05/ Т.И. Заяц, Новосибирск. - 2011. - 242с.
13. Исмагуллоев И.У., Хабибов С.Х. Рынок и бизнес: консультирование. - Душанбе: «Деваштич», 2002. -135с.
14. Исоматов Б.И. Место Республики Таджикистан в мировых тенденциях торговли и инвестиции 90—х годов. Душанбе: «Амри илм», 2000. -96с
15. Капелюк З.А. Бизнес-планирование рентабельности. Обеспечение безубыточной работы как условие расширения социальной миссии потребительской кооперации // Деловой вестник «Российской кооперации». -2001. -№10. -С. 60-61.
16. Карпенко Е.А. Экономика отрасли: торговля и общественное питание // Альфа-М. – 2010. 224с.
17. Карх Д. А. Формирование услуг розничной торговли: дисс. канд. экон. наук: 08.00.05// Карх Д.А. Екатеринбург 2003 г. -175с.
18. Котлер Ф. Основы маркетинга: -М.: Прогресс, 1993, -736с.
19. Лексин В.Н. Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития / В.Н. Лексин, А.Н. Швецов. -М., 2002.-368 с.
20. Мариншоев М. М. Особенности формирования комплекса услуг предприятий розничной торговли. дисс. канд. экон. наук: 08.00.05/ М. Мариншоев, Душанбе, – 2017. 160с.
21. Мухторзода С.С. Становление и развитие сетевой торговли в условиях рыночной экономики (на материалах Республики Таджикистан): дисс. канд. экон. наук: 08.00.05. / С.С. Мухторзода, Душанбе, – 2017. 160с.
22. Наговицына Л.П., Капелюк З.А., Попова Н.А. и др. Бизнес-планирование в потребительском обществе. Новосибирск.: СУПК, 1996. - 144 с.
23. Новоселов А.С., Региональные рынки: Учебник. М.: ИНФРА -М, 1999. 479 с.

24. Норматова Ш.М., Формирование и развитие розничной торговли как основного сегмента сферы услуг Республики Таджикистан: дисс. канд. экон. наук. / Ш.М. Норматова, Душанбе, - 2012. 149с.
25. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007.-285с.
26. Попова Я. Г., Особенности формирования комплекса услуг предприятий розничной торговли: дисс. канд. экон. наук. / Я.Г. Попова, Самара, - 2008. - 183 с.
27. Рауфи А., Шарифов З.Р. Насыщение потребительского рынка продовольственными товарами. // Кишоварз. Теоретический и научно-практический журнал. – 2020. - № 1. – С.136-141 (на таджикском языке).
28. Раджабов Р.К., Зубайдов С. Организационно-экономические аспекты совершенствования потребительского рынка в условиях инновационной экономики. Монография. – Душанбе: «Ирфон». 2023,-256с.
29. Раджабов Р.К., Факеров Х.Н., Нурмахмадов М., Саидова М.Х. Сфера услуг: проблемы и перспективы. -Душанбе: Дониш,2007.-540с.
30. Раджабов Р.К., Шарипов М.М., Шарипов З. Сельские домохозяйства в развитие потребительской кооперации в Республике Таджикистан. Монография. -Душанбе: ТГУК, 2009. – 215с.
31. Раицкий К.А., Гребнев А.И., «Экономика предприятия», Москва 1999 г. - 285с.
32. Семин О.А., Сайдашева В.А., Панюкова В.В. Сервис в торговле. В 3 кн. кн. 1: Маркетинг и управление качеством в торговле: учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. -М.: Издательство "Дело и Сервис", 2006. - 232с.
33. Татаркин А.И., Ключи к мировому рынку: Инновационное предпринимательство и его возможности. М.: Экономика, 2002. - 232 с.
34. Толибов К.К., Механизми ташкилию иқтисодии ташаккул ва рушди соҳибқориҳои тиҷоратӣ: назария, методология, амалия (дар мисоли савдои чаканаи шаҳри Душанбе). Диссер.док.экон.наук, Душанбе, 2021, -272 с.
35. Факеров Х.Н., Потребительский рынок: проблемы регулирования. Монография. Душанбе: «Ирфон», 2002. – 140с.
36. Факеров Х.Н., Раджабов Р.К., Нурмахмадов М.Н., Саидова М.Х. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития. Посвящается 20-летию Таджикского государственного университета коммерции. Издательство «Дониш». Душанбе 2014. (С.282-293). – 523с.
37. Хабибов С.Х., Шаропов Ф.Р., Аминов И.А. Проблемы повышения эффективности розничной торговли. Душанбе: «Хумо», 2004. – 185с.
38. Хайруллина М.В., Заяц Т.И. Регулирование розничной торговли в рыночной институциональной среде. - Новосибирск: Изд.-во НГТУ, 2012. – 220 с.

39. Хуснутдинов, А. Р., Эконометрический анализ функционирования сети розничной торговли на основе панельных данных / А. Р. Хуснутдинов, Е. И. Кадочникова. // Молодой ученый. - 2014. - № 19 (78). - С. 388-390.
40. Шарипов М.М., Раджабов Р.К., Исоков А.А. Инфраструктура розничной торговли и пути ее совершенствования. Монография -Худжанд: Ношир, 2006. – 265с.
41. Шаропов Ф.Р., Повышение эффективности функционирования розничной торговли. – Автореферат дисс. на соис. уч. степени канд. эконм. наук. – Душанбе, - 2004. – 23-24с.
- Электронные ресурсы:**
42. <https://cyberleninka.ru/article/n/monitoring-potrebitelskogo-rynka>. (электронная ресурс, дата обращения 1.04.2024).
43. <https://www.tadviser.ru/index.php/>
44. <https://cyberleninka.ru/article/n/monitoring-potrebitelskogo-rynkaол>.
45. <https://www.president.tj/event/missives>
46. <https://ru.wikipedia.org/wiki>

СПИСОК НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

А) Статьи в рецензируемых журналах:

- [1 - А]. Раджабова Ф.Х. Совершенствование инновационного механизма оказания услуг рзничной торговли на потребительском рынке в условиях цифровизации/ Раджабова Ф.Х. //Вестник Технологического университета Таджикистана. №2 (61)-Душанбе: 2025.С. 254-258.
- [2 - А]. Рауфи А. Анализ состояния и развитие услуг розничной торговли в Республике Таджикистан / Рауфи А., Раджабова // Ф.Х. Вестник Технологического университета Таджикистана. / №2 (57) - Душанбе: 2024.С. 111-122.
- [3 - А]. Раджабова Ф.Х. Современное состояние розничной торговли в насыщении потребительского рынка Таджикистана / Раджабова // Ф.Х. Вестник Технологического университета Таджикистана. / №4/2 (51) -Душанбе: 2022.С. 209-214.
- [4 - А]. Раджабова Ф.Х. Исследование динамики розничной торговли в насыщении потребительских рынков Таджикистана. / Раджабова Ф.Х. // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. 2019 - №3, часть 2. – С. 60-65.
- [5 - А]. Раджабова Ф.Х. Организационно-экономическое развитие розничных торговых сетей в современных условиях Таджикистана. /Раджабова Ф.Х. // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. 2018.-№8. – С. 155-157.

Б) в других изданиях:

- [6 - А]. Раджабова Ф.Х. Формирование схемы размещения розничных торговых предприятий. / Раджабова Ф.Х. // Материалы республ. научно-практичес. Конференции. 24 апреля 2025г. ТУТ. - Душанбе: 2025. С. 216-219.
- [7 - А]. Раджабова Ф.Х. Основные проблемы зеленой экономики в Республике Таджикистан. /Раджабова Ф.Х, Маджидов Ф.А.// Материалы республ. научно-практичес. Конференции. 25-26 октября 2024г. ТУТ. - Душанбе: 2024. С. 301-306
- [8 - А]. Раджабова Ф.Х. Размещение розничной торговли и ее роль в насыщении потребительского рынка Таджикистана. / Раджабова Ф.Х, Маджидов Ф.А. //Материалы республ. научно-практичес. конференции ТУТ, 16-18 ноября 2022г. С.102-104.
- [9 - А]. Раджабова Ф.Х. Раджабова Ф.Х. Опыт зарубежных стран в развитии розничной торговли и в насыщении потребительского рынка / Раджабова Ф.Х., Маджидов Ф.А., Азизкулова Г.К. // Материалы республ. научно-практичес. конф. ТУТ(23-24 апреля 2021г. часть 2.- С.117-120
- [10 - А]. Раджабова Ф.Х. Экономическое значение розничной торговли. /Ф.Х. Раджабова, Ф.А. Маджидов // Материалы респб. научно-практичес. конф.ТУТ. 20-21 ноября 2020г. часть 2.- С.154-157.
- [11 - А]. Раджабова Ф.Х. Развитие розничных сетей в современных условиях Таджикистана. / Раджабова Ф.Х. // Вестник Технологического университета Таджикистана. 2019.-№1 (36). – С. 120-124.
- [12 - А]. Раджабова Ф.Х. Социально-экономическая сущность розничных торговых сетей / Раджабова Ф.Х. // Материалы респб. научно-практичес. конф.ТУТ. 28.04.2018 г. часть 2.-С.107-109.
- [13 - А]. Раджабова Ф.Х. Розничная торговля как направление развития занятости населения Таджикистана / Раджабова Ф.Х. // Вестник Технологического университета Таджикистана. 2017.-№1 (28). – С. 107-109.
- [14 - А]. Раджабова Ф.Х. Модель развития розничной торговли в условиях рынка / Раджабова Ф.Х. // Материалы респб. научно-практичес. конф.ТУТ. 30 апреля 2015г. «Ирфон», 2015.-С154-157.
- [15 - А]. Раджабова Ф.Х. Совершенствование системы розничной торговли как основное направление развития сферы услуг РТ / Раджабова Ф.Х. //Вестник Технологического университета Таджикистана. 2014.-№1 (22). – С. 123-127.
- [16 - А]. Раджабова Ф.Х. Роль торговых посредников в насыщении рынка, в развитии независимости и Национального единства Таджикистана. / Раджабова Ф.Х. // Материалы научно-практичес. конференции. ТУТ. Душанбе. ЭР-граф, 2012.- С. 105-107.

ДОНИШГОҲИ ТЕХНОЛОГИИ ТОҶИКИСТОН

УДК 339.452 (575.3)+339.5
ББК 65.9 (2Тадж.)+65.9 (2) 421
Р 15



Бо ҳуқуқи дастнавис

РАҶАБОВА ФИРЌЗА ҲАЙБУЛЛОЕВНА
РУШДИ САВДОИ ЧАКАНА ДАР БОЗОРИ ИСТЕЪМОЛИИ
ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН

АВТОРЕФЕРАТИ

диссертатсия барои дарёфти унвони илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ
аз рӯи ихтисоси 08.00.05 – Иқтисоди соҳаи хизматрасонӣ
(08.00.05.01 – Савдо, тиҷорат ва хизматрасониҳои маишӣ)

ДУШАНБЕ – 2025

Диссертатсия дар кафедраи менеҷменти инвестиционӣ ва маркетинги Донишгоҳи технологии Тоҷикистон иҷро карда шудааст

Рохбари илмӣ:

Абдуғаффор Рауфӣ - доктори илмҳои иқтисодӣ, профессори кафедраи маркетинги соҳавӣ ва байналмилалӣ Донишгоҳи технологии Тоҷикистон

Муқарризони расмӣ:

Аминов Иномҷон Аминович - доктори илмҳои иқтисодӣ, профессори кафедраи менеҷменти Донишгоҳи давлатии молия ва иқтисоди Тоҷикистон

Мухторзода Саидмухтор – номзоди илмҳои иқтисодӣ, дотсенти кафедраи иқтисодиёт ва ташкили бизнеси Донишгоҳи давлатии тижорати Тоҷикистон

Муассисаи пешбар:

Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва соҳибкорӣ Тоҷикистон

Ҳимояи диссертатсия рӯзи 07.03.2026, соати 12⁰⁰ дар ҷаласаи Шурои диссертатсионӣ 6D.KOA-012 назди Донишгоҳи давлатии тижорати Тоҷикистон баргузор мегардад. Суроға: 734061, Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе, кӯчаи Деҳотӣ, ½, бинои асосӣ, ошёнаи 4, толори диссертатсионӣ, почтаи электронӣ: 6D.KOA-012@mail.ru, телефони котиби илмӣ: (+992) 2348434.

Бо диссертатсия ва автореферат дар китобхонаи илмӣ Донишгоҳи давлатии тижорати Тоҷикистон ва тавассути сомонаи www.tguk.tj шинос шудан мумкин аст.

Автореферат _____ соли 2026 тавзеъ шудааст.

Котиби илмӣ
шурои диссертатсионӣ,
номзоди илмҳои иқтисодӣ, дотсент



Машокиров Ҷ.Н.

МУҚАДДИМА

Мубрамии мавзуи таҳқиқот. Стратегияи рушди устувори Ҷумҳурии Тоҷикистон дар давраи то соли 2030 самтҳои афзалиятноки рушди иқтимоиву иқтисодии кишварро муайян менамояд. Дар байни вазифаҳои асосӣ таваҷҷӯҳи хос ба рушди устувори иқтисодиёт, баланд бардоштани сатҳи зиндагии аҳоли, рушди соҳибкорӣ, инчунин, тағйироти рақамӣ ва навсозии инфрасохтор дода мешавад. Ин ҳадафҳо бевосита ба вазифаҳо ва имкониятҳои савдои чакана марбутанд, ки нақши муҳимро дар таъмини бозори истеъмолии дохилӣ ва шӯғли аҳоли иҷро менамоянд.

Дар навбати худ рушди устувори иқтисодиёт такмили хизматрасониҳои савдои чаканаро пешбинӣ менамояд, ки дар зери таъсири як қатор омилҳо, аз ҷумла талаботҳои рузафзуни истеъмолкунандагон, васеъгардони номгӯи молҳо, қорӣ намудани навовариҳо, шиддат гирифтани рақобат ва гузаронидани тағйиротҳои сохторӣ дар иқтисодиёт қарор дорад. Ҳамаи ин истеҳсоли молҳои истеъмолиро ҳавасманд гардонида, ба такмили робитаҳои хоҷагидорӣ мусоидат менамояд, самаранокии фаъолияти субъектҳои бозор ва сатҳи зиндагии аҳолиро баланд менамояд. Чунин шароит гузаронидани таҳқиқотҳои нави иловагӣ ҳолат ва рушди хизматрасониҳои савдои чаканаро бо назардошти талаботҳои муносири бозори истеъмоли талаб менамояд.

Савдои чакана дар иқтисодиёт пешниҳоди молҳоро бо миқдори кам ба истеъмолкунандагони ниҳой ё харидорон дар бар гирифта, марҳилаи ниҳоии гардиши молҳо, сар карда аз нигоҳдорӣ, тақсимот, ҳавасмандгардони савдо, таъмини иттилоот бо расонидани молҳо то ба истеъмолкунандаи ниҳойро дар бар мегирад. Дар навбати худ, савдои чакана вазифаи алоқаи бевосита бо харидоронро дар бар мегирад. Фурӯшандагон бояд ба харидорон молҳоеро пешниҳод намоянд, ки аз ҷиҳати сифат ва нарх ба талаботи онҳо мувофиқ бошанд. Аз ин рӯ, интихоби маҳсулот ва ташаккули номгӯи молҳои пешниҳодшаванда барои савдои чакана вазифаи мураккаб ва муҳим ба шумор меравад.

Барои таъмини рушди устувори савдои чакана, фурӯшандагон бояд мунтазам тағйиротҳои талаботи харидоронро назорат намоянд. Муҳим аст, ки хоҳишу завқ ва талаботи харидоронро афзал донем ва ҳангоми ташаккули номгӯи молҳо онро ба назар гирем. Дар навбати худ истеҳсолкунандагон ба туфайли алоқаи мутақобила, аз шахсони ба савдои чакана машғулбуда, роҷеъ ба таъбу завқи муштариён маълумот мегиранд. Ҳангоми муайян намудани майлу хоҳиши харидорон дақиқ муайян намудани нишондиҳандаҳои демографӣ, талабот ва интизории харидорон, рафтори истеъмолкунандагон ва натиҷагирии сегменти мақсаднок ба тамоюлҳои рушди бозор нақши муҳимро мебозад.

Барои ноил шудан ба сатҳи устувори рушди савдои чакана, омӯзиши динамикаи бозор, ояндабинии қобилияти харидории харидорон дар ин ё он шаҳр, ноҳия ё ҳудуди маъмурӣ, аз ҷумла коркарди навъҳои нави маҳсулот бо назардошти талаботи харидорон ва қобилияти харидории онҳо зарур аст.

Бо назардошти хоҳишу рағбат ва афзалиятҳои истеъмолкунандагон, корхонаҳои савдои чакана фаъолияти таблиғотиро ҳамчун воситаи муҳими маркетинг босамар истифода мебаранд. Барои рушду инкишофи соҳаи савдои чакана босамар истифода намудани фаъолияти таблиғотӣ дар пешбурди моли мавриди фурӯш зарур мебошад. Дар навбати худ, таблиғот ба интихоби ин ё он мол аз ҷониби харидорон таъсири бевосита мерасонад.

Баланд бардоштани самаранокии иқтисодии савдои чакана бояд бо ворид намудани хизматрасониҳои иловагӣ ва истифодаи роҳу усулҳои гуногун, ки ба ҷалби харчи бештари муштарӣ дар бозори истеъмолӣ, рушди сатҳи рақобатпазирии шабакаҳои савдои чакана ва сатҳи қонеъсозии истеъмолкунандаи ниҳой мусоидат менамояд, амалӣ гардонида шавад.

Ҳамин тариқ, метавон тасдиқ намуд, ки савдои чакана марҳилаи ниҳоии гардиши молӣ буда, самаранок расонидани маҳсулотро ба истеъмолкунандагони ниҳой ва қаноатмандии талаботҳои шахсии онҳоро дар бар мегирад.

Дар шароити Тоҷикистон, бо гузаштан ба низоми иқтисоди бозаргонӣ, вазифаҳои корхонаҳои савдо низ хеле тағйир ёфтанд. Дигаргуниҳои баамаломата тамоми соҳаҳои иқтисоди миллиро фаро гирифта, нишондиҳандаҳои иқтисодии ташкилоту корхонаҳо, хусусан нишондиҳандаҳои савдои чакана дар тамоми ҷумҳурӣ тағйир ёфтанд.

Нишондиҳандаҳои молиявӣ иқтисодии савдои чаканаи молҳо дар ташаккулёбии рушди иҷтимоиву иқтисодии иқтисодиёти миллии Ҷумҳурии Тоҷикистон аҳамияти калон доранд. Динамикаи сатҳи савдои чакана ба даромади аҳоли, шуғл ва бозори меҳнат, даромадҳои андоз ва дар умум ба рушди иқтисодии кишвар таъсири бевоситаи худро мерасонад.

Дар асоси гуфтаҳои боло, мо ба чунин хулоса омадем, ки рисолаи илмӣ мо дар мавзӯи «Рушди савдои чакана дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон» дар шароити муосир мавзӯи мубрам ва ба маврид аст.

Дар шароити муосири рушди иқтисоди бозории Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳқиқи масъалаҳои назариявӣ методии рушди савдои чакана дар бозори истеъмолӣ бо тағйиротҳои рӯйдодаистодаи рушди муҳити институтсионалии иқтисодиёт вобастагӣ дорад. Аз ин рӯ, ин тағйиротҳои дорои хусусияти соҳавӣ ва бозорӣ дошта, як қатор мушкilotҳои марбут ба рушди шабакаҳои савдои чаканаро ба миён оварданд.

Мушкilotи рушди гардиши савдои чаканаи молҳо дар сатҳи шаҳрҳои калони Ҷумҳурии Тоҷикистон ба таври назаррас зоҳир мегардад. Таъмини

тараққиёти иҷтимоию иқтисодии мамлакат ва ҳудудҳои маъмурии он аз нақшу аҳаммияти корхонаҳои савдои чакана, баланд бардоштани самаранокии онҳо, инчунин, аз тамоюли рушди инфрасохтори фаъолияткунанда вобастагӣ дорад.

Дарачаи таҳқиқи мавзӯи илмӣ. Мавриди қайд аст, ки сарфи назар аз он, ки дар таҷрибаи ҷаҳонӣ оид ба масъалаҳои таҳқиқоти савдои чакана корҳои зиёде анҷом дода шудаанд, дар ин самт як қатор масъалаҳои хеле муҳим, аз ҷумла роҳҳои ҷорӣ намудани шаклҳои нави савдо, механизми ташаккул ва рушди самаранокии савдои чакана, инчунин, бисёр масъалаҳои илмӣ - методӣ ва амалии ба шароити кунунии рушди иҷтимоию иқтисодии Ҷумҳурии Тоҷикистон мувофиқаткунанда то ҳол мавриди баррасӣ қарор нагирифтаанд.

Асосҳои назариявӣю методии омӯзиши низоми бозор, бозори молу маҳсулот ва хизматрасониҳо дар асарҳои олимони хориҷӣ, аз ҷумла таҳқиқоти П.Самюэлсон, Ҷ.Галбрейт, Ҷ.Кейнс, М.Фридман, Ҷ.Тейлор, Х.Армстронг, И.Тунен, В.Кристаллер, А.Лёша ва дигарон муфассал омӯхта шудаанд.

Натиҷаҳои таҳқиқи мушкилоти рушди савдои чакана аз тарафи олимони тоҷик ва рус: Г.С Абдусаматов [□4], И.А. Аминов [□5], И.У. Исматуллоев [□13], Б.И. Исоматов [□14], Р.Р.Рачабов [□28], К.К. Толибов [□34], Ҳ.Н.Фақеров[□35], С. Ҳабибов [□37], М. Шарифов [□40], Ф.Р.Шаропов [□41], В.Н. Лексин [□19], А.С. Новоселов [□23], А.К. Осипов [□25], А.И. Татаркин [□33] ва дигарон баён карда шудааст.

Оид ба масъалаҳои бозори истеъмолии молу хизматрасониҳо, савдои чакана ва ҳалли мушкилоти онҳо, истифодаи воситаҳои муосири таҳқиқоти илмӣ дар пажӯҳишгоҳҳои махсуси илмӣ-таҳқиқотӣ, донишқадаҳои олиии давлатҳои хориҷӣ, Федератсияи Руссия ва Ҷумҳурии Тоҷикистон кор карда истодаанд. Дар байни таҳқиқотҳои анҷомёфта корҳои Ф.И.Аминов [□5], М. М.Мариншоев [□20], С.С.Мухторзода [□21], З.А. Капелюк [□15], Е. Карпенко [□16], Л.П.Наговицына [□22], А.С. Новоселов [□23], Ш.М. Норматова [□24], К.А. Раицкий [□31], М.В. Хайруллина [□38], С.Р. Хуснутдинов [□39], Б.М. Ҷумъаев [□10] ва дигаронро қайд кардан бамаврид аст, ки аҳаммияти калони назариявӣ ва амалиро доро мебошанд. Аммо ҳанӯз баъзе масъалаҳои хеле муҳимми ин соҳа, аз ҷумла, мушкилоти рушди савдои чакана дар шароити тағйирёбии муҳити бозории соҳаҳои иқтисоди миллӣ ҳанӯз ба қадри кифоя омӯхта нашудаанд. Аҳаммияти рушди шаклҳои муосири корхонаҳои тичоратӣ ва ташкилотҳои савдои чакана, сатҳи баланди рақобат, такмили усулҳои нави танзим, ташаккули шаклҳои нави ҳамкориҳои мақомоти иҷроияи маҳаллии ҳокимияти давлатӣ бо соҳибкорон ва бахши хусусӣ, омӯзиши ҳамаҷониба ва ҳалли мушкилоту масъалаҳои мавҷударо тақозо менамояд. Ҳамин тариқ, мушкилоти дар боло зикргардида, интиҳоби мавзӯ, мақсад ва вазифаҳои кори рисоларо муайян намуданд.

Муносибати таҳқиқот бо барномаҳо (лоиҳаҳо) ва мавзӯҳои илмӣ.

Таҳқиқоти мазкур дар доираи татбиқи вазифаҳои дар Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон то соли 2030 гузошташуда, инчунин, татбиқи амалии масъалаҳои рушди бозори истеъмолии молу хизматрасонӣ ва бахши савдои чакана дар Вазорати рушди иқтисод ва савдои Ҷумҳурии Тоҷикистон, Вазорати саноат ва технологияҳои нави Ҷумҳурии Тоҷикистон анҷом дода шудааст. Мавзӯи рисола бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 18 июни соли 2012, № 310 «Дар бораи номгӯи молҳо (корҳо, хизматрасониҳо), ки бояд ҳатман сертификатсия карда шаванд» (бо тағйироту иловаҳо аз 29 июли соли 2022), ҳамзамон бо қарори Шурои Иқтисодии Иттиҳоди Давлатҳои Мустақил (ИДМ) аз 11 сентябри соли 2009 «Дар бораи баррасии сиёсати савдои Ҷумҳурии Тоҷикистон», Барномаи мутобиқшавии иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон вобаста ба узвият ба Созмони Умумиҷаҳонии Савдо (СУС), Оинномаи Агентии хариди давлатии мол, кор ва хизматрасонии назди Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон, Барномаи миёнамуҳлати рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои 2021-2025 мувофиқат менамояд.

ТАВСИФИ УМУМИИ ТАҲҚИҚОТ

Мақсади таҳқиқот: таҳия намудани асосҳои назариявӣю методӣ ва пешниҳодҳои мушаххас оиди тақмили хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон мебошад.

Вазифаҳои таҳқиқот. Барои ноил шудан ба вазифаҳои гузошташуда, рисола вазифаҳои зеринро дар бар мегирад:

- омӯзиши асосҳои назариявӣ ва методии нақш ва мавқеи савдои чакана дар низоми муносибатҳои бозорӣ, инчунин, асосҳои методии хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолий;

- муайян намудани хусусиятҳо ва мушкилоти хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолий;

- таҳлили вазъи кунунӣ ва рушди соҳаи хизматрасониҳои савдои чакана дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, инчунин арзёбӣ намудани шаклҳои хизматрасониҳои савдои чакана, инчунин, омӯхтани таҷрибаи хориҷии рушди хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолий;

- пешниҳоди нақшаи ҷойгиркунии корхонаҳо ва механизми инноватсионии хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолий, инчунин таҳия ва пешниҳоди самтҳои асосии беҳтар намудани хизматрасониҳои савдои чакана дар шароити рақамикунонӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон.

Объекти таҳқиқот - корхонаҳои савдои чакана ва субъектҳои бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар шароити рушди устувори иқтисодӣ мебошад.

Предмети таҳқиқот - маҷмуи муносибатҳои иқтисодӣ дар шароити рушди савдои чакана дар бозори истеъмоли мебошад.

Фарзияи таҳқиқот дар он асос меёбад, ки татбиқи фаъолияти самараноки хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли ба рушди инноватсионӣ, тақмили инфрасохтори тиҷоратӣ ва рушди иқтисодии кишвар мусоидат менамояд.

Асоси назариявӣ рисоларо асарҳои олимони ватанӣ ва хориҷӣ оид ба таҳқиқоти масъалаҳои рушди бозори истеъмоли ва ҳалли мушкилоти савдои чакана ташкил медиҳанд.

Асосҳои методӣ рисола ба истифодаи роҳҳо ва усулҳои умумии илмӣ, индуксия ва дедуксия, равиши низомиву сохторӣ, таҳлили муқоисавӣ ва омилӣ, инчунин, усулҳои таҷрибавӣ якҷоясозӣ, таҳлил ва ғайра асос ёфтааст. Барои ҳалли мушкилотҳои рушди савдои чакана усулҳои мушоҳида ва арзёбии экспертӣ, инчунин, усулҳои банақшагирии индикативӣ, тарҳрезии графикӣ ва коркарди иттилоот истифода шудаанд.

Манбаи маълумот. Асоси иттилоотии таҳқиқотро маводҳои Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, маълумоти Вазорати молияи Ҷумҳурии Тоҷикистон, Вазорати рушди иқтисод ва савдои Ҷумҳурии Тоҷикистон, Палатаи савдои Ҷумҳурии Тоҷикистон ва шабакаҳои савдои дар ҳудуди Ҷумҳурии Тоҷикистон амалкунанда мебошад. Инчунин, маводҳои меъёрию таҳлилии Ҷумҳурии Тоҷикистон, маводи таҳқиқоти ҳарсолаи омили Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ташкил медиҳанд.

Ҷойгоҳи таҳқиқот. Таҳқиқоти диссертатсионӣ дар кафедраи менеҷменти инвеститсионӣ ва маркетинги Донишгоҳи технологии Тоҷикистон анҷом дода шудааст.

Навгониҳои илмӣ таҳқиқот асоснок намудан ва коркарди самтҳои тақмили савдои чаканаро дар бар гирифта, баланд бардоштани самаранокии рушди савдои чаканаро дар бозори истеъмоли пешбинӣ менамояд, ки аз инҳо иборат аст:

1. Омӯзиши асосҳои назариявӣ ва методӣ ҷанбаҳо, нақш, саҳм ва аҳаммияти савдои чакана дар низоми муносибатҳои бозорӣ, муайян намудани самтҳои асосии рушди хизматрасонии савдои чакана дар шароити муносири дигаргуниҳои иқтисодии ба амалномада ба ҳисоб меравад;

2. Муайян намудани хусусиятҳо ва ошкор намудани мушкилоти соҳаи савдои чакана дар бозори истеъмоли, ки бо назардошти зарурияти қонеъ гардонидани талаботи аҳоли, имконияти истифодаи самараноки иқтидори корхонаҳои савдо, рушди ҳаҷми муомилоти мол, тақмили нақшаҳои ҳаракати мол, ҷорӣ намудани қарорҳои инноватсионӣ, бо назардошти таъсири маҷмуи

омилҳои ба сифати хизматрасониҳои тиҷоратӣ расонанда, муайян карда шудааст;

3. Дар асоси маълумоти воқеии оморӣ таҳлили вазъи кунунии хизматрасониҳои савдои чакана гузаронида шуда, камбудии асосии хизматрасонӣ дар соҳаи савдо ошкор карда шуда, тамоюл ва қонуниятҳои рушди савдои чакана дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон муайян карда шуда, инчунин баҳодиҳии шаклҳои хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон бо назардошти омӯзиши таҷрибаи хориҷӣ оид ба рушди хизматрасониҳои савдои чакана гузаронида шудааст;

4. Пешниҳоди нақшаи муосири ҷойгиркунии корхонаҳои савдо ва шабакаҳои савдо, тақмили механизми инноватсионии хизматрасонии савдои чакана бо мақсади муайян намудани афзалиятҳо дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон тартиб дода шудааст, инчунин самтҳои асосии беҳтар намудани хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолӣ дар асоси моделсозии иқтисодӣ ва математикии андозаҳои асосӣ дар шароити рақамикунонӣ ва татбиқи СМР-2030 дар Ҷумҳурии Тоҷикистон асоснок ва муайян карда шудааст.

Нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда:

1. Асосҳои назариявӣ методӣ, нақш ва мавқеи савдои чакана дар низоми муносибатҳои бозорӣ омӯхта шуда шуда, инчунин, самтҳои асосии пешниҳоди хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолӣ аниқ карда шудааст;

2. Хусусиятҳо ва мушкilotи инкишофи хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолӣ муайян карда шудааст;

3. Таҳлили вазъи муосири хизматрасонии савдои чакана гузаронида шуда, камбудии асосии хизматрасониҳои савдо, тамоюл ва қонуниятҳои рушди он дар бозори истеъмолии Тоҷикистон муқаррар карда шуда, инчунин баҳодиҳии ба шаклҳои хизматрасониҳои савдои чакана бо назардошти истифодаи таҷрибаи хориҷӣ дар инкишофи хизматрасонии савдои чакана дар бозори истеъмолӣ гузаронида шудааст;

4. Нақшаи ҷойгиркунии оқилонаи корхонаҳо, тақмили механизми инноватсионии хизматрасонии корхонаҳои савдои чакана дар бозори истеъмолӣ пешниҳод гардида, инчунин самтҳои ояндадори баланд бардоштани самаранокии хизматрасониҳои савдои чакана дар асоси амсиласозии иқтисодӣ – математикии андозаҳои асосӣ дар шароити рақамикунонӣ ва татбиқи СМР-2030 дар Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳия ва асоснок карда шудааст.

Аҳамияти назариявӣ ва амалии татбиқи натиҷаҳои тадқиқот аз аниқ намудани нуктаҳои назариявӣ методӣ ва кор карда баромадани равиши аз ҷиҳати илмӣ асоснокшуда, оид ба рушди тақмили хизматрасониҳои савдои

чакана дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон иборат аст. Самтҳои дурнамои баланд бардоштани самаранокии хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолӣ, дар шароити рақамикунонӣ ва татбиқи СМР-2030 дар Ҷумҳурии Тоҷикистон асоснок ва таҳия карда шуданд. Натиҷаҳои бадастомада метавонанд дар нақшаҳои Вазорати рушди иқтисод ва савдои Ҷумҳурии Тоҷикистон, Вазорати саноат ва технологияҳои нави Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷиҳати таҳияи тадбирҳо оид ба таҳияи стратегияи муосири ҷойгиркунии корхонаҳои савдо дар бозори истеъмолӣ истифода шаванд.

Натиҷаҳои таҳқиқотро метавон, инчунин, дар Донишгоҳи технологияи Тоҷикистон зимни таълим дар кафедраи менеҷменти инвеститсионӣ ва маркетинг дар раванди хондани лексияҳо аз фанҳои маркетинг, маркетинги стратегӣ, логистика, брендинги ташкилотҳо, тадқиқоти маркетингӣ, тадқиқоти маркетинги бозори ҷаҳонӣ ва идоракунии фурӯши маҳсулот ва ғ. истифода намуд.

Эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқот бо маълумотҳои расмӣ, ҳисобҳои касбӣ, ҳаҷми кофии маводҳои таҳқиқот, коркарди омории натиҷаҳои таҳқиқоти наشرӣҳои мувофиқ, тасдиқ карда мешавад. Хулоса ва тавсияҳо бо таҳлили илмӣ натиҷаҳои таҳқиқоти назариявӣ ва таҷрибавӣ асос ёфтаанд.

Мутобиқати рисолаи номзадӣ ба шиносномаи ихтисоси илмӣ. Рисолаи мазкур ба Шиносномаи номенклатураи ихтисосҳои Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯйи ихтисоси 08.00.05 – Иқтисодиёти соҳаҳои хизматрасонӣ (08.00.05.01 – Савдо, тиҷорат ва хизматрасониҳои маишӣ) аз рӯйи нуктаҳои зерин мувофиқат мекунад:

1. Таҳияи стратегияи рушди бозори истеъмолии кишвар, минтақаҳо ва соҳаҳои он дар таъмини самараноки аҳоли бо молҳо; 2. Тамоюли муосири рушди шаклҳои ташкиливу ҳуқуқии хоҷагидорӣ дар савдо, хизматрасониҳои тиҷоратӣ ва маишӣ; 3. Ташаккул ва инкишофи бозори савдо, хизматрасониҳои тиҷоратӣ ва маишӣ; 19. Ташкили савдои яклухт ва чакана дар шароити муосир; 20. Тақмили механизми ҷобачогузори корхонаҳои савдо, хизматрасониҳои тиҷоратӣ ва маишӣ; 24. Рушди савдои шабакавӣ дар шароити муосир; 25. Мундариҷа, мушкilot, дурнамои тақмили фаъолияти савдои бурунмарзии корхонаҳои савдо, субъектони хизматрасониҳои тиҷоратӣ ва маишӣ, воситаҳои татбиқи онҳо; 29. Таъмини сифати хизматрасониҳо дар савдо, хизматрасониҳои тиҷоратӣ ва маишӣ; 33. Тақмили ташкил ва идораи соҳаҳои гуногуни фаъолияти муассисаҳои савдо, субъектони хизматрасониҳои тиҷоратӣ ва маишӣ.

Саҳми шахсии унвонҷӯ дар таҳқиқи мавзӯ. Кори таҳқиқотӣ бо иштироки бевоситаи унвонҷӯ ҳангоми интиҳоби мавзӯ, асосноккунии он, мубрами, ҳадаф ва вазифаҳои таҳқиқот гузаронида шудааст. Саҳми мо, ҳамзамон дар коркард ва санҷидани ҳолатҳои назариявӣ методӣ, коркарди муносибатҳои

аз ҷиҳати илмӣ асосноки такмил додани инкишофи хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон назаррас мебошад. Иштироки шахсии мо дар асосноксозӣ ва таҳияи самтҳои ояндадор оид ба баланд бардоштани самаранокии хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли дар шароити рақамикунонӣ ва татбиқи СМР-2030 дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ифода ёфта аст. Натиҷаҳои таҳқиқот аз ҷониби ҳаммуаллифон дар нашрияҳои муштарак тасдиқ гардидааст. Таҳқиқоти гузаронидашуда дар рушди бозори истеъмолии кишвар бо назардошти афзоиши ҳаҷми талабот ба молҳо ва фаровонии бозор мусоидат менамояд.

Тасвир ва амалисозии натиҷаҳои таҳқиқоти рисола ба воситаи баромадҳо, маърузаҳо ва нашрияҳои дар конференсиҳои ҷумҳуриявӣ, байналмилалӣ ва илмию амалӣ, дар мизҳои мудаввари сатҳҳои гуногун (солҳои 2012-2025), дар маҷаллаҳои аз ҷониби КОА Вазорати илм ва таҳсилоти олии Федератсияи Россия ва КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, инчунин, дар мизи мудаввар баррасӣ гардиданд.

Интишорот аз рӯйи мавзӯи рисола. Мазмунҳои асосии рисола дар 16 мақолаи илмӣ, аз ҷумла 5 мақола дар маҷаллаҳои аз ҷониби КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон тавсияшуда ба таърифи расидаанд.

Сохтор ва ҳаҷми рисола. Рисола муқаддима, се боб, хулоса ва рӯйхати адабиёт иборат аз 139 номгӯйро дар бар мегирад. Ҳаҷми умумии рисола 169 саҳифа буда, аз 19 расм ва 27 ҷадвал иборат аст.

ҚИСМИ АСОСИИ ТАҲҚИҚОТ

Дар муқаддима мубрами мавзӯи интихобшудаи таҳқиқот асоснок карда шуда, дараҷаи таҳияи илмӣ он таҳлил гардида, мақсад, вазифаҳо, объект ва предмети таҳқиқот муайян карда шуда, аҳамияти назариявӣ амалӣ, наовариҳо ва ҳолатҳои асосии ба ҳимоя пешниҳодшаванда ошкор карда шуда, оид ба хусусиятҳои асосии рисола маълумот дода мешавад.

Дар боби якуми диссертатсия **«Асосҳои назариявӣ ва методии ташаккул ва рушди хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли»** асосҳои назариявӣ моҳият ва нақши савдои чакана дар низомии иқтисоди бозорӣ, асосҳои методии омӯзиши меъёрҳои баҳодиҳии сифати хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли, инчунин, мушкилотҳо ва хусусиятҳои рушди хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли омӯхта шудаанд.

Савдои чакана ба аҳоли имконият медиҳад, ки молҳои лозимаро дар вақти мувофиқ ва миқдори зарурӣ дастрас намоянд, сатҳи фарҳангии пешниҳоди хизматрасониҳои савдори ба аҳоли баланд бардоранд, инчунин, барои харидорон шароити хизматрасониро, ки боиси сарфа намудани вақт ва корхонаҳо, ки ба

бозор пешниҳод мешаванд ва сифати хизматрасониҳо воситаҳо барои харидории молҳои зарурӣ мегардад, фароҳам орад.

Гардиши чаканаи мол – ин нишондиҳандаи муҳимми фаъолияти корхонаҳои савдои чакана мебошад, ки ҳаҷми фурӯши молҳоро ба истеъмолкунандагони ниҳой бо ифодаи пулӣ, дар муддати муайян инъикос менамояд.

Савдои чакана яке аз нишондиҳандаҳои муҳими муайянкунандаи сатҳи рушди бозори истеъмоли маҳсуб меёбад, ки он аз талаботи харидорӣ, номгӯи гуногуни молҳои истеҳсолнамудаи вобастагӣ дорад. Лозим ба зикр аст, ки сатҳи рушди савдои чакана бо омилҳои иҷтимоию иқтисодии зерин алоқаманд мебошад:

- ✓ талаботи пардохтпазирии аҳоли;
- ✓ ҳаҷми истеҳсоли молҳои истеъмоли;
- ✓ татбиқи технологияҳои инноватсионӣ;
- ✓ муҳити рақобатии корхона;
- ✓ танзими давлатӣ дар соҳаи савдо;
- ✓ рушди инфрасохтори савдо;
- ✓ афзалиятҳои истеъмолии харидорон.

Белькова Г.Д. дар таҳқиқоти худ қайд намудааст, ки «гардиши чаканаи мол самаранокии истифодаи захираҳои корхона ва ҳаҷми умумии хароҷот барои фурӯши молро нишон медиҳад» [□8]. Попова Я.Г. муайян намудааст, ки «хизматрасониҳои корхонаҳои савдо ин шакли амалиётҳои асосӣ ва иловагӣ буда, метавонанд бо хоҳиши харидор ба тариқи пулакӣ ё ройгон иҷро шаванд, инчунин, ба ташаккули вафодории муштариён дар шароити мағоза равона гардидаанд» [□26].

Пас, савдои чакана воситаи асосии байни истеҳсолот ва истеъмолот мебошад, ки талаботҳои аҳолиро дар натиҷаи хариди молҳо қонеъ мегардонад.

Дар навбати худ, хизматрасониҳои нуктаҳои хурду миёнаи савдои чакана, яке аз омилҳои муҳиме мебошад, ки ба рушди савдои дохилии молҳои истеъмоли мусоидат намуда, талаботҳои ҳаррӯзаи аҳолиро қонеъ менамоянд. Ин нуктаҳои савдо асосан ба фурӯши молҳои аввалиндараҷаи зарурии истеъмоли машғуланд ва инчунин, миёнаравони асосии байни корхонаҳои савдои чакана ва истеъмолкунандагони ниҳой ба шумор мераванд. Хусусиятҳои хоси хизматрасонии нуктаҳои хурду миёнаи савдои чакана инҳоянд:

- сатҳи баланди мутобикшавӣ ба талаботи харидорон;
- мутобикшавӣ дар ташаккул додани номгӯи молҳо;
- муносибати инфиродӣ ҳангоми хизматрасонӣ;
- воқуниши фаврӣ ба тағйироти талабот;
- таъмини шароити қуллаи дар ҷараёни анҷом додани харидҳо ғайра.

Карх Д.А. қайд намудааст, ки «тағйироти сохторӣ дар савдои чакана асосан бо таъсиси марказҳои калони савдо, шабакаҳои чакана ва корхонаҳои яклухт ва чаканафурӯш вобастагӣ доранд» [□17]. Ин ба омилҳои дахл дорад, ки дар сохтори идораи корхонаҳои савдо ҷой доранд.

Аҳаммияти иқтисодии савдои чаканаи молҳо дар фурӯши молҳо ба аҳоли ба воситаи маблағҳои пулӣ ифода ёфта, аҳаммияти иҷтимоии он ба қонеъ гардондани ниёзҳои моддию иҷтимоӣ ва маишии аҳоли, беҳтар шудани шароити зиндагии мардум барои рушди шахсияти онҳо мусоидат менамояд. Дар робита ба ин, афзоиши вақти озоди аҳоли ҳамчун як ҷанбаи дорои хусусияти иҷтимоии савдои чакана дошта, арзёбӣ мешавад.

Бо ҳамин тариқ, дар асоси баррасии асосҳои назариявии савдои чакана мафҳумҳои зерин муайян карда шуданд:

- а) навъи фаъолиятест, ки ба фурӯш бо мақсади истеъмол алоқаманд аст;
- б) навъи фаъолиятест, ки ба фурӯши молҳо ва хизматрасониҳо ба истеъмолкунандагон барои истифодаи шахсӣ вобаста мебошад;
- в) механизмest, ки фурӯши молҳоро ба истеъмолкунандагони ниҳой тавассути шабакаи корхонаҳои савдо таъмин мекунад ва ғайра.

Таъкид намудан муҳим аст, ки савдои чакана ин низоме мебошад, ки ба ҷараёни талаботи аҳоли воқуниш нишон медиҳад ва ба қонеъсозии талаботи истеъмолкунандагон ба воситаи шабакаҳои савдои чакана ва ё дигар нуқтаҳои савдо равона шудааст.

А.Е. Елисеев қайд мекунад, ки «ҷараёни ташаккул ва рушди савдои чакана бо шароити таъсири омилҳои вобаста аст, ки конъюнктураи минтақа ё соҳаи савдори ташкил медиҳанд. Вобаста ба ин, шароити табиӣ-иқлимӣ ва иҷтимои-сиёсӣ аҳамияти муҳим доранд, зеро онҳо бо ҷойгиршавӣ ва тахассуси соҳаҳо, ҳамчунин, бо шароити иҷтимоию сиёсӣ, ки муносибатҳои онҳоро дар заминаи танзими давлатӣ муайян мекунад, алоқаманданд» [□11].

С.Х. Хабибов масъалаҳои назария, методология ва методикаи таҳқиқ, ташаккул ва стратегияҳои рушди бозори молҳои истеъмолӣ дар ҷумҳурӣ омӯхта, ҳолати муносири онро баҳо дода, дурнамои рушди корхонаҳои савдои чаканаро дар марҳилаи рушди иҷтимоию иқтисодӣ муайян намудааст [□37].

Профессор Фақеров Х.Н. дар таҳқиқоти худ моҳият ва мазмуни сохтори бозори истеъмолӣ, хизматрасониҳо ва нақши онҳо дар ҳалли мушкилотҳои иҷтимоиву иқтисодии ҷамъият, роҳҳои асосии рушд ва баланд бардоштани самаранокии маҷмуи истеъмолиро муайян намуда, асосҳои назариявӣ ва роҳҳои амалии ташаккул ва рушди маҷмуи инфрасохтори бозори истеъмолиро дар шароити тағйиротҳои бозорӣ ошкор менамояд [□35].

М.М. Мариншоев дар таҳқиқоти худ рушди савдои чакана ва субъектҳои хоҷагидорӣ он дар шаҳри Душанберо дар шароити иқтисоди бозорӣ ва рақобати

қавӣ меомӯзад, ки ин ба афзоиши ҳаҷми истеҳсол ва пешниҳоди хизматрасонҳо, пайдоиши намудҳои нави онҳо дар бозори истеъмолӣ мусоидат менамояд. Савдои чакана, аз рӯи ҳадаф ва вазифаҳои худ, пеш аз ҳама, самти иҷтимоӣ дорад ва бо манфиатҳои истеъмолкунандагони ниҳой алоқаи зич дорад [□20].

Ш.М. Норматова дар кори илмӣ худ ба омилҳои таъсиррасони рушди хизматрасониҳои соҳаи савдо ва хизматрасониҳо дар қаламрави Ҷумҳурии Тоҷикистон баҳодиҳӣ мекунад [□24]. Ба ақидаи ӯ, рушди хизматрасониҳои савдо ва тавассути эволютсияи иҷтимоӣ тақвият меёбад, ки эҳтиёҷоти нави савдо-хизматрасониҳо дар шароити воқеӣ ба вучуд меорад.

Олим Шаропов Ф.Р. қайд менамояд, ки чараёни фурӯши молҳо унсури асосии фаъолияти савдои чакана ба ҳисоб рафта, зинаҳои зеринро дар бар мегирад: ташаккули номгӯи молҳо, қабули мол, таъмини нигоҳдорӣ, омодагии пеш аз фурӯш, батартибдориҳои молҳо, ҳисоббаробаркунӣ бо харидор ва пешниҳоди молҳо [□41].

Дар ин замина, хизматрасониҳои савдои чакана дар асоси фаъолияти низоми ягона ташаккул меёбанд, ки дар он истеҳсоли молҳо, ҳаракати маблағҳои пулии аз ҷониби аҳоли воридгардида, ҳамчун истеъмолкунандагони ниҳойро дар бар мегирад. Самаранокии фаъолияти низоми мазкур бо ташкили дурусти идоракунии хизматрасониҳои пешниҳодшавандаи савдои чакана муайян карда мешавад.

Дар асоси натиҷаҳои омӯзиши меъёрҳои баҳодиҳии сифати хизматрасониҳои корхонаҳои савдои чакана, мо муайян намудем, ки онҳо вазифаҳои зеринро иҷро мекунад:

- танзими талабот ва пешниҳод барои молҳои пешниҳодшуда, дар асоси хариди яклухт аз истеҳсолкунандагон, бо мақсади фурӯш ба истеъмолкунандагон;
- чараёни интиқоли молҳо аз истеҳсолкунандагон то ба истеъмолкунандаи ниҳой;
- ташкили нигоҳдориҳои молҳо барои таъмини ҳаҷми пурра ва қонеъсозии талаботи истеъмолкунандагон;
- забти ҳиссаи бештари бозор тавассути пешниҳоди номгӯи молҳо ва фароҳам овардани имконияти васеи интиҳоб;
- истеҳсоли навъҳои алоҳидаи молҳо бо дарназардошти хоҳишу дархостҳои мизочон;
- додани иттилоот ба истеъмолкунандагон оид ба бартариҳои молҳо.

Дар бозори истеъмолӣ дар шароити рақобати шадид, фаъолият ва рушди корхонаҳои савдои чакана ва иҷрои вазифаҳои муҳими иҷтимоии онҳо аз сифати хизматрасониҳои пешниҳодшуда вобастагӣ дорад. Таҳлилҳо нишон медиҳанд, ки баланд бардоштани сифати хизматрасониҳои пешниҳодшаванда дар

корхонаҳои савдои чакана ба таъмини интизориҳои муштарӣ нигаронида шуда, ба афзоиши рақобат мусоидат мекунад

Мо дар он андешаем, ки баланд бардоштани сифати хизматрасониҳои пешниҳодгардида, ин вазифаи асосии дар назди корхонаҳои савдои чакана истода мебошад. Сифати хизматрасониҳои пешниҳодгардида нишондиҳандаи асосии баҳодиҳии натиҷаҳои фаъолияти корхонаҳои савдо, имичи корхона, инчунин, ҷолибияти он барои истеъмолкунандагон ва дар маҷмӯ барои ҷомеа мебошад. Инчунин, бар он ақидаем, ки сифати хизматрасониҳои пешниҳодгардида, ин маҷмӯи параметрҳои муайянкунандаи ғоиданокии молҳо ва хизматрасониҳо аз нуқтаи назари истеъмолкунанда мебошад.

Хусусиятҳои рушди савдои чакана аз шароити иқтисодӣ иҷтимоӣ, сифати идоракунии ва мавҷудияти захираҳо вобастагӣ дорад. Ин аз тамоюли муосири иқтисодиёт вобастагӣ дошта, ба тақмили сиёсати тиҷоратӣ таъсири ҳудро мегузорад. Нақши асосиро корхонаҳои хурду миёна ва бузург мебозанд, ки фаъолияти онҳо аз шумораи аҳоли ва қобилияти харидории онҳо вобастагӣ дорад.

Мушкилиҳои ба миёномада дар соҳаи савдои чакана бо хусусиятҳои рушди соҳаи мазкур алоқамандии бевосита доранд. Рушди савдо, бо тезонидани талаботҳо ба сифати хизматрасонӣ, сиёсати нархгузорӣ ва номгӯи молҳо, инчунин, таъмини бароҳатӣ ба истеъмолкунандагон вобастагӣ дорад.

Набудани стандарти ягона ва усули баҳодиҳии хизматрасонии савдои чакана, сатҳи пасти рақамсозии равандҳои савдо, нокифоя будани таҳассуси кормандони савдо ва ноустувории талабот дар бозори истеъмолӣ ба сифати хизматрасонҳо таъсири манфӣ мерасонанд.

Ба самтҳои афзалиятноки рушди хизматрасониҳои савдои чакана дар шароити муосири Тоҷикистон инҳо дохил мешаванд:

- рақамсозии савдо;
- рӯ овардан ба истеъмолкунандагон;
- пешниҳоди муҳити рақобатпазир ҳамчун омилҳои пешгирии болоравии нархҳо ва монополизатсияи қисмҳои алоҳидаи бозор;
- рушди принципи шабакавии ташкилоти савдо, ҷалби ширкатҳои бузурги байналмилалӣ ба соҳаи савдои чакана дар Тоҷикистон;
- рушди нуқтаҳои савдои маҳсулоти озуқаворӣ дар шаҳрҳо ва ноҳияҳои ҷумҳурӣ;
- фароҳам овардани шароит барои таъсиси мағозаҳои «дастрас аз рӯи масофаи пиёдагард» дар маҳаллаҳои аҳолинишин, аз ҷумла аз ҷониби соҳибкорони хурд;

- ҳамкорӣ бо ҷомеаи соҳибкорон ва ташкилотҳои ғайритиҷоратие, ки барои беҳтар намудани хизматрасонӣ ба қишрҳои камбизоати аҳоли равона карда шудааст.

Ҳамин тариқ, натиҷаҳои бадастомадаи таҳқиқоти асосҳои назариявӣю методиҳои рушди савдои чакана дар бозори истеъмоли имкон медиҳанд, ки ба омӯзиши ҳолати муосири рушди хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолии Тоҷикистон гузарем.

Дар боби дууми диссертатсия «**Ҳолати муосир ва рушди хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли**», таҳлили ҳолати муосир ва рушди хизматрасониҳои савдои чакана, баҳодиҳии шаклҳои хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли, инчунин таҳлил ва истифодаи таҷрибаи хориҷӣ дар рушди хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли оварда шудааст.

Таҳлили ҳолати муосир ва хусусиятҳои рушди савдои чакана дар бозори истеъмоли шаҳодат медиҳад, ки дар соҳаи мазкур як қатор тамоюлҳои мусбӣ ба назар мерасанд. Пеш аз ҳама, васеъшавии шабакаҳои савдои чакана ва дастрасии молҳо барои қишри гуногуни аҳолиро қайд кардан зарур аст. Инчунин, ба тадриҷ беҳтар шудани сифати хизматрасониҳо, рӯ овардан ба талаботи мизочон ва васеъгардонии доираи хизматрасониҳо, ки рушди талаботи истеъмолиро ҳавасманд мегардонад, ба назар мерасад. Таҳлилҳо нишон медиҳанд, ки дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ва минтақаҳои маъмурии он афзоиши ҳаҷми талабот ба молҳои озуқа ва саноатӣ мушоҳида мешавад.

Ҷадвали 1. - Динамикаи тағйирёбии ҳаҷми савдои чакана дар солҳои 2017-2023

Нишондиҳандаҳо	Солҳо							с.2023 бо %, ба с. 2017
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Ҳардиши савдои чакана, бо млн.сомонӣ	18435,2	20479,7	24948,3	27024,8	33259,5	39498,4	48518,5	2,63маротиба
Суръати рушд, бо % ба соли 2017	100	111,1	135,3	146,6	180,4	214,2	263,2	263,2
Даромадҳои пулии аҳоли, млн сомонӣ	37247,5	41083,9	47986,3	65347,0	80508,8	95124,7	120715,1	3,24маротиба
Суръати рушди даромадҳои пулии аҳоли, бо % ба соли 2017	100	110,3	128,8	175,4	216,1	265,3	324,1	324,1

Сарчашма: ҳисоби муаллиф дар асоси таҳлили адабиёти [□3] с.344

Тамоюли афзоиши талабот ба молҳо ва хизматрасониҳо натиҷаи афзоиши даромади аҳоли мебошад ва ҳамзамон зиёд шудани талабот метавонад бевосита ба ин даромадҳо таъсир расонад.

Тамоюли рушди савдои чакана дар муқоиса бо тамоюли даромадҳои аҳоли ҳамчун омили афзоиши савдо дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар қадвали 1 оварда шудааст.

Аз қадвали 1-и пешниҳодшуда маълум аст, ки дар гардиши савдои чакана тамоюли мусбӣ дида мешавад, дар муддати 7 сол он тақрибан 2,6 маротиба афзудааст. Коҳиши нисбии суръати рушд дар солҳои 2018 ва 2020 мушоҳида мешавад, бо оқибатҳои бӯҳрони иқтисодӣ ва COVID - 19 вобастагӣ дорад. Суръати афзоиши гардиши савдои чакана назар ба суръати афзоиши даромадҳои аҳоли ба таври назаррас бештар аст. Дар нархҳои муқоисашаванда ин тафовут боз ҳам аёнтар мегардад.

Дар соли 2020 дар давраи паҳншавии пандемияи COVID - 19, ки маҳдудиятҳо ба ҳаракати аҳоли қарор гирифта буданд, савдои чакана бо мушкилоти ҷиддӣ дар самти хизматрасонӣ ба истеъмолкунандагон рӯ ба рӯ шуд. Дар моҳҳои аввали пандемия (апрел – май) дар бозори истеъмолӣ коҳиши муайяни сатҳи таъминот бо молҳои озуқа, аз ҷумла либос, пойафзол, масолеҳи сохтмонӣ ва дигар молҳои зарурӣ мушоҳида гардид. Бо вучуди ин, соҳибкорони ватанӣ ба вазъи бӯҳронӣ ба таври саривақтӣ воқуниш нишон дода, роҳи ҳалли мушкилоти вобаста ба ғанигардонии бозори истеъмолиро пайдо намуданд.

Қадвали 2. – Тамоюлҳои тағйирёбии гардиши савдои чакана аз рӯйи ҳамаи шабакаҳои фурӯш дар Тоҷикистон

Нишондиҳандаҳо	Солҳо							с.2023 бо %, ба с. 2017
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Ҳаҷми гардиши савдои чакана тавассути ҳамаи шабакаҳои фурӯш	26644,7	28616,4	32050,4	31377,3	35456,4	39498,5	48518	182,1
Баҳши давлатӣ	95,9	184,2	336,7	153,2	251,1	160,2	95,5	100,5
Баҳши ғайридавлатӣ	26549,8	28442,2	31719	31224,1	35205,3	39338,2	48423	182,4
Аз ҷумла савдои тичоратӣ	7029,5	9250,8,2	10740,2	10987,2	14250,4	15689,7	16230	2,31мар.
Бозори ғайримутаҷаққил	19519,6	19178,8	20972,7	20236,4	20954,4	23648,4	32193	164,9

Сарчашма: ҳисоби муаллиф дар асоси таҳлили адабиёти [3] с.345.

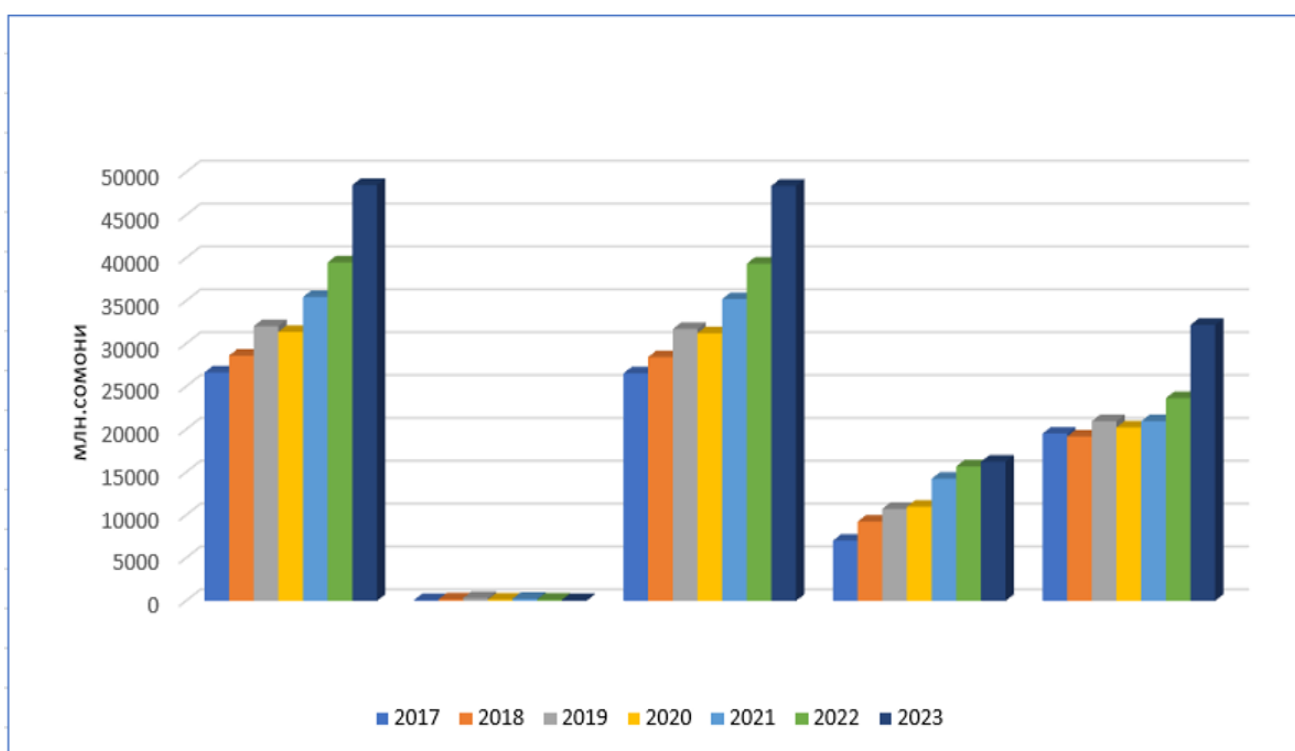
Бо ин мақсад, тавассути робитаҳои шарикӣ бо истеҳсолкунандагони мол аз Туркия, Аморти Муттаҳидаи Араб, Федератсияи Русия ва дигар кишварҳо ва истифодаи технологияҳои нави иттилоотии мобилӣ, аз ҷумла барномаҳои WhatsApp, WeChat, Viber, Telegram ва дигар замимаҳо, онҳо тавонистанд робитаро нигоҳ доранд ва фаъолияти соҳибкории худро идома диҳанд.

Таъкид кардан муҳим аст, ки аз ҳаҷми умумии нишондиҳандаҳои савдои чакана, ҳаҷми гардиши савдои чакана 98,6 фоизро ташкил медиҳад. Дар давраи таҳқиқшуда афзоиши ҳаҷми гардиши савдои чакана мушоҳида гардида, суръати миёнаи солҳои афзоиш 21,0% -ро ташкил медиҳад.

Дар ҷадвали 2. маълумот оид ба тағйирёбии ҳаҷми гардиши савдои чакана тавассути ҳамаи шабакаҳои фурӯш дар Тоҷикистон баррасӣ шудааст.

Мувофиқи ҷадвали 2, ҳаҷми гардиши савдои чакана аз рӯи ҳамаи шабакаҳои фурӯш дар ҷумҳурӣ дар давраи таҳқиқот тақрибан 82,1% афзоиш ёфтааст. Дар баҳши ғайридавлатӣ гардиши савдои чакана тақрибан 82,4% зиёд шудааст. Дар баҳши давлатӣ амалан тағйирот дида намешавад, ки 0,2% - ро аз гардиши умумӣ ташкил медиҳад. Афзоиши нисбатан баланди гардиши савдои чаканаро савдои тичоратӣ нишон медиҳад, ки беш аз 2,31 маротибаро ташкил медиҳад.

Аз тарафи дигар, гардиши савдои чакана аз рӯи ҳамаи шабакаҳои фурӯш дар Тоҷикистон рӯ ба афзоиш дорад (расми 1).



Расми 1. – Гардиши савдои чакана аз рӯи ҳамаи шабакаҳои фурӯш дар Тоҷикистон барои солҳои 2017–2023 (млн. сомонӣ). Сарчашма: адабиёти [3] с. 345.

Дар давраи таҳлилшаванда афзоиши устувори ҳаҷми хизматрасониҳои гардиши савдои чакана дар баҳши ғайридавлатӣ мушоҳида мешавад. Ҳамин тавр, агар дар соли 2017 ҳаҷми он 26 644 миллион сомонӣ бошад, пас дар соли 2023 ин нишондиҳанда 82,4% афзуда, ба 48 518 миллион сомонӣ расидааст.

Ба ҳисоби миёна, сатҳи солонаи афзоиши гардиши савдои чакана дар баҳши ғайридавлатӣ 10,6 % - ро ташкил додааст. Дар натиҷа, дар давраи таҳлилшаванда, афзоиши устувори гардиши савдои чакана дар баҳши давлатӣ мушоҳида мегардад.

Дар идома, дар ҷадвали 3 маълумот оид ба ҳаҷми гардиши савдои чакана дар вилоятҳо, шаҳри Душанбе ва ноҳияҳои тобеи ҷумҳурӣ пешниҳод гардидааст.

Чадвали 3. - Ҳаҷми гардиши савдои чакана дар вилоятҳо, ш. Душанбе и НТЧ (бо нархҳои с. 2023, млн. сомони)

Нишондиҳандаҳо	Солҳо							с.2023 бо %, ба с. 2017
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Ҷумҳурии Тоҷикистон	26447,7	28616,4	32050,4	31377,3	35456,4	39498,4	48518,5	183,5
ВМБК	129,7	139,3	156,0	152,7	175,6	192,2	219,3	169,1
Вилояти Суғд	8909	9568,3	10716,5	10491,5	11855,3	13206,9	15617,2	175,3
Вилояти Хатлон	7106	7631,8	8547,6	8368,1	9456	10534	14946,8	2,1 мар.
ш. Душанбе	6594,7	7042,7	7932,7	7766,1	8775,7	9776,1	10789,1	163,6
НТМ	3905,3	4194,2	4697,5	4598,9	5196,9	5789,3	6946,1	177,9

Сарчашма: ҳисоби муаллиф дар асоси таҳлили адабиёти [□3с] с.345.

Таҳлили динамикаи хизматрасониҳои гардиши савдои чакана аз рӯйи вилоятҳои ҷумҳурӣ, шаҳри Душанбе ва НТМ нишон медиҳад, ки қариб дар ҳамаи минтақаҳои маъмурии ҷумҳурӣ афзоиши устувор мушоҳида мешавад. Дар аксари вилоятҳои кишвар нишондодҳои афзоиши хизматрасониҳои савдои чакана фарқ мекунамд. Сабаби сатҳи баланди афзоиши гардиши савдои чакана дар шаҳри Душанбе ин афзоиши шумораи аҳолии доимо истиқоматкунандаи шаҳр, инчунин қисми асосии аҳолии дар пойтахт фаъолияткунандаи ноҳияҳои наздики шаҳри Душанбе мебошад. Ҳамчунин, тибқи маълумоти чадвали 3, афзоиш дар сохтори ҳаҷми умумии гардиши савдои чаканаи ҷумҳурӣ: 75,3% ба вилояти Суғд, 1,1 маротиба ба вилояти Хатлон, 63,6% ба шаҳри Душанбе – 77,9%, ба ноҳияҳои тобеи ҷумҳурӣ (НТЧ), 69,1% ба Вилояти Мухтори Кӯҳистони Бадахшон (ВМКБ) рост меояд.

Мувофиқи сохтори гардиши савдои чаканаи ҷумҳурӣ, ҳиссаи молҳои хӯрокворӣ 49,9 % ва молҳои ғайрихӯрокворӣ 50,1% -ро ташкил медиҳанд.

Ҳамин тариқ, суръати миёнаи солони афзоиши ҳаҷми савдои чакана дар вилоятҳо ба суръати миёнаи солони афзоиши ҳаҷми савдои чакана дар саросари ҷумҳурӣ мувофиқат мекунамд.

Чадвали 4. - Сохтори гардиши савдои чаканаи молҳо дар Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯйи гурӯҳҳои молҳо (бо нархҳои солҳои мувофиқ; млн. сомонӣ)

Нишондиҳандаҳо	Солҳо							с.2023 бо %, ба с. 2017
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Ҳамаи молҳо	18435,2	13479,7	24948,3	27024,8	33259,5	39498,4	48518,5	2,63 мар.
Аз ҷумла, молҳои истеъмолий	9144,1	2891,7	12099,9	13053,0	16529,9	19709,7	24210,7	2,65 мар.
Молҳои ғайриистеъмолий	9291,1	10588,0	12848,4	13971,8	16729,6	19877,7	24307,8	2,62 мар.

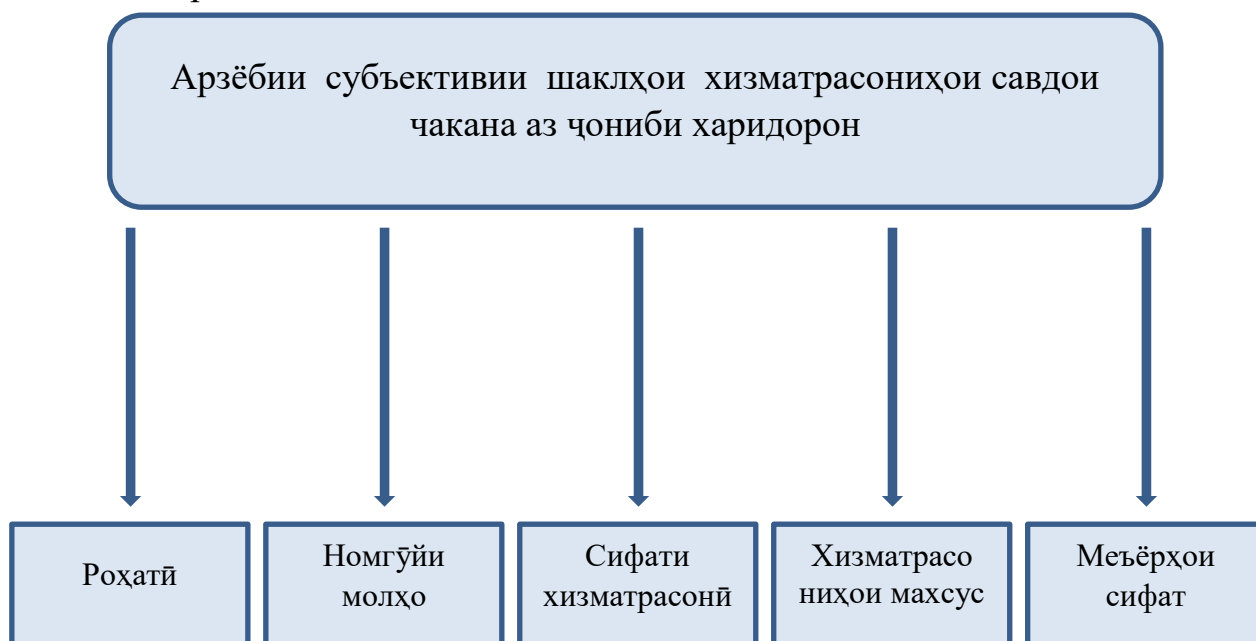
Сарчашма : ҳисоби муаллиф дар асоси таҳлили адабиёти [□3] с.355.

Бо гузаштани Ҷумҳурии Тоҷикистон ба низоми иқтисоди бозорӣ, таъсиси корхонаҳои савдои чаканаи шаклҳои гуногун оғоз гардид. Масалан: минимаркетҳо, супермаркетҳо, гипермаркетҳо, мағозаҳои хурд, савдои сайёр, савдои чакана дар автомобилҳо ва прицепҳо, киоскҳо, савдо дар бозорҳо, савдои чакана дар аробаҳо, савдои мавсимӣ, фурӯши сабзавоту меваи тару тоза дар канори роҳҳои автомобилгард ва ғ. Бо рушди технологияҳои инноватсионӣ ва иттилоотӣ дар солҳои охир дар Тоҷикистон, ҳамзамон дар дигар кишварҳои ҷаҳон, шакли шабакавии савдои чакана низ рушд мекунад, аз ҷумла мағозаҳои интернетӣ ва фармоиши молҳо тавассути интернет. Чунин мағозаҳои интернетӣ, ба монанди «Somon.tj», «Lalafo», «Arzon.ru», «WebShops» ва дигарҳо имконият медиҳанд, ки намудҳои гуногуни молҳо, аз ҷумла маводи хӯрока, либос, автомобил ва ғ. харидорӣ карда шаванд.

Интиҳоби шакли пешниҳоди хизматрасони дар бисёр ҳолат сифати онҳоро муайян мекунад, чунки маҳз шакли хизматрасонӣ сатҳи роҳатӣ, суръат ва пуррагии қаноатмандии талаботи харидоронро муайян менамояд. Самаранокии ҳатто беҳтарин шакли муосири хизматрасонӣ ҳангоми пешниҳоди сифати паст маънии худро гум мекунад, ҳангоме, ки маданияти баланди хизматрасонӣ метавонад ҳолибияти шакли анъанавиро баланд мебардорад.

Арзёбии шаклҳои хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолӣ аз рӯйи чунин меъёрҳо анҷом дода мешавад, мисли сифати хизматрасонӣ (вақти интизорӣ дар навбат, муомилаи хуби кормандон, шароити бароҳат, дастрасии иттилоот дар бораи тартиби гирифтани хизматрасониҳо), қаноатмандии харидор, самаранокии шакли савдо, нишондиҳандаҳои молиявӣ ва ғайра.

Дар расми 2 параметрҳои асосии сифати хизматрасониҳои савдои чакана пешниҳод гардидааст.



Расми 2. - Параметрҳои асосии сифати хизматрасониҳои савдои чакана

Сарчашма: таҳияи муаллиф дар асоси омӯзиши адабиёти илмӣ истифодашуда [□8], [□9].

Харидорон дар раванди баҳогузори хизматрасониҳои савдои чакана он чизро мебинанд, ки бо ниёзҳо ва интизориҳои худ муқоиса мекунанд. Дар ин миён, нақши муҳими арзёбиро сатҳи хизматрасонии кормандони мағоза иҷро мекунанд, ки онҳо имкон медиҳанд то сатҳи хизматрасонӣ муайян карда шавад.

Қайд кардан зарур аст, ки дастрасии "хариди мақсадноки чизи муайян" барои харидорон аҳаммияти калон дорад. Аз ин рӯ, дар мағозаҳо бояд тамоми шароитҳо барои харид ва пардохти зуди моли зарурӣ фароҳам оварда шавад.

Хусусиятҳо ва фаъолияти махсуси ташкили хизматрасониҳои корхонаҳои савдои чакана дар таҳияи муомилае зоҳир мегардад, ки ба самаранок идора намудани сифати хизматрасониҳо имкон медиҳад:

- мушкилоти муайян намудани сифати хизматрасонӣ барои истеъмолкунандагон;

- сифати хизматрасонӣ ин натиҷаи баҳодиҳии субъективии истеъмолкунанда мебошад.

Аз ин рӯ, фикри истеъмолкунанда омили асосии муайянкунандаи сифати хизматрасонӣ ба ҳисоб меравад. Олими маъруф К. Гронруз қайд мекунад: наметавон дар бораи сифати объективии хизматрасонӣ ҳарф зад, магар танҳо оиди дарки он аз ҷониби истеъмолкунанда.

Рушди савдои чакана дар кишварҳои гуногун дунё хусусиятҳои хоси худро дорад. Азҷумла, рушди технологияҳо, тағйирёбии рафтори истеъмолкунандагон ва ҷаҳонишавӣ ба савдои чакана таъсири назаррас мерасонанд. Таҷрибаи баъзе кишварҳои хориҷӣ, инчунин омилҳои алоҳидаи ба рушди савдои чакана дар бозори истеъмолӣ таъсиррасонандаро дида мебароем.

Имрӯзҳо корхонаҳои савдои чакана дар кишварҳои хориҷӣ як қатор хизматрасониҳоро пешниҳод мекунанд, ки боиси афзоиши умумии хароҷот ва нархи молҳо мегардад. Бинобар ин, зарурати омӯзиши тамоюлҳои нав дар соҳаи савдои чакана бо равандҳои маркетингӣ, таҳлили талабот, фаъолияти сохторҳои фурӯш ва роҳҳои тақсимот вобастагӣ дорад. Ҳамчунин, барои рушди савдои чакана аҳаммияти таҳлили бозори истеъмолӣ, бо таъя ба омӯзиши талаботи бозори хориҷӣ ба таври назаррас меафзояд.

Дар соҳаи савдои чакана ИМА пешсаф аст ва дорои ширкатҳои бузурге ба мисли Amazon ва Walmart мебошад. Таҷрибаи савдои ИМА бештар ба мубориза барои ба даст овардани муштарӣ нигаронида шудааст ва тамоми кӯшишҳои маркетингӣ низ ба ин равона карда шудаанд.

Дар Аврупо низ савдои чакана рушдёфта ва гуногун мебошад, ки ҳам шабакаҳои калони мағозаҳо ва ҳам мағозаҳои махсусгардонидашудаи хурд амал мекунанд.

Дар бисёре аз кишварҳои аврупоӣ консепсияи маркетинги иҷтимоӣ-этиқ ба қор бурда мешавад, ки диққати ҷиддӣ ба рушди савдои ҷаканаи аз ҷиҳати экологӣ устувор ва масъулияти иҷтимоии соҳибкорон дода мешавад. Консепсияи зерин ғоидаи соҳибкор ва қаноатмандии харидорро танҳо бо назардошти некуаҳволии ҷомеа ба роҳ мемонад, ба рушди устувори иқтисодии ин кишварҳо таъсири мусбӣ мерасонад.

Қариб дар ҳамаи кишварҳои ҷаҳон, бахусус дар Аврупо, Амрикои Шимолӣ ва Ҷанубӣ, Шарқи Наздик ва Дур ва дигар минтақаҳо, солҳои охир рушди хизматрасонии савдои ҷакана бо истифода аз технологияҳои муосир ва интернет ба даст оварда шудааст. Махсусан тавассути интернет ҳаҷми савдо афзоиш ёфтааст.

Таҷрибаи кишварҳои хориҷӣ дар рушди савдои ҷакана ҷорӣ намудани технологияҳои муосир, идоракунии самаранок, ва рӯ овардан ба истеъмолкунандагонро талаб менамояд. Таҷрибаи Туркия ва Чин дар ин самт махсусан ҷолиб аст.

Туркия, ҳамчун кишваре бо иқтисоди рушдбанда ва бозори муосири савдо, таҷрибаи арзишманд дорад, ки метавонад барои дигар кишварҳо, аз ҷумла Тоҷикистон, намунаи мусбат гардад. Дар ҷараёни рушди савдои ҷакана, Туркия ба ҳамгироии стратегияҳои маркетингӣ, логистикаи муосир, истифодаи технологияҳои электронӣ ва рушди шабакаи ҷакана аҳамияти ҷиддӣ медиҳад. Яке аз бахшҳои муҳими иқтисоди Туркия сектори хизматрасонӣ мебошад, ки кишвар дар ин соҳа дар сатҳи ҷаҳонӣ рақобат мекунад.

Солҳои охир Туркия ва Тоҷикистон созишномаҳои дуҷониба оид ба рушди ҳамкорӣ дар соҳаи савдо ва иқтисоди рақамӣ ба имзо расониданд. Ин ҳамкорӣ ба беҳтаршавии инфрасохтори савдо, мустақкам шудани занҷираҳои логистикӣ ва баланд бардоштани сатҳи тахассуси кормандони маҳаллӣ мусоидат кардааст.

Дар маҷмӯъ, таҷрибаи Туркия дар соҳаи савдо намунаи амалӣ барои рушди бозори ҷаканаи Тоҷикистон ба ҳисоб меравад. Ҳамкории ду кишвар дар ин самт ба васеъшавӣ ва муосирсозии савдои ҷакана, баланд бардоштани сифати хизматрасонӣ ва афзоиши рақобатпазирии бозор мусоидат менамояд.

Солҳои охир Тоҷикистон бо Чин дар соҳаи савдои ҷакана ҳамкорӣ намуда, таҷрибаи ин кишвар ба таври зерин татбиқ мегардад:

1. Сармоягузорӣ ба инфрасохтор:

- сохтмони марказҳои бузурги савдо ва супермаркетҳои сатҳи байналмилалӣ дар шаҳри Душанбе ва дигар шаҳрҳои калон;

- воридоти технологияҳои нигоҳдории мол ва логистикаи муосир аз Ҷумҳурии Чин.

2. Таъминоти молҳо:

- қисми зиёди молҳо аз Чин ворид мешаванд;

- таҷҳизоти маишӣ, маҳсулоти хӯрокворӣ, либос ва ғайра;
- истифодаи таҷрибаи чинӣ дар фармоиши мустақим ва платформаҳои онлайн барои воридоти мол ба Тоҷикистон.

3. Рушди савдои электронӣ:

- истифодаи барномаҳо ва платформаҳои мобилӣ барои харид ва пардохт, масалан Pinduoduo, метавонад ҳамчун намуна барои рушди e-commerce дар Тоҷикистон хидмат кунад;
- мутобиқсозии таҷрибаи чинӣ дар расондани мол ва хизматрасонии онлайн (логистикаи зудамал, пардохтҳои электронӣ, барномаҳои садоқатӣ) дар марказҳои савдои маҳаллӣ.

Дар таҷрибаи ҷаҳонии савдои чакана якчанд усулҳо мавҷуданд, ки метавонанд дар Тоҷикистон низ истифода мешаванд:

- франчайзинг ба кушодани мағозаҳои брендҳои маъруф мусоидат мекунад, дар ҳоле ки мағозаҳои шабакавӣ кори марбут ба мол ва нархҳоро осон мегардонанд.
- фурӯши онлайн ва хизматрасонии расондани мол харидро барои истеъмолкунандагон қулайтар менамояд, ва ташаббусҳои экологӣ ба баланд шудани эътимоди харидорон мусоидат мекунад.

Мағозаҳои маҳаллӣ ин ғояҳоро мутобиқ ба хусусиятҳои миллии истифода намуда, системаҳои тахфиф ва барномаҳои бонусиरो татбиқ мекунад.

Мухторзода С.С. [21] қайд менамояд, ки дар Тоҷикистон имкониятҳои васеи кофӣ барои рушди франчайзинг мавҷуданд. Аммо, барои амалӣ гардонидани ин имкониятҳо фароҳам овардани шароитҳои муайян зарур аст. Барои ташаббуси қонунгузорӣ оид ба таҳияи қонуни франчайзинг ва ворид кардани тағйиротҳои мувофиқ ба қонунҳо ва санадҳои меъёрии марбут ба он, зарурат вучуд дорад.

Дар барномаҳои дастгирии соҳибкории хурд ворид намудани низоми рушди франчайзинг хеле муҳим аст.

Дар Русия низоми хизматрасониҳои савдои чакана мавқеи муҳимро ишғол менамояд ва таснифоти он дар бисёр ҳолатҳо бо назардошти ҷойгиркунии онҳо, гузаронида мешавад. Хусусияти хоси низоми хизматрасонии савдои чаканаи Русия дар рӯ овардан ба истеъмолкунандаи ниҳой, инчун ин ҷойгиршавии наздик ба аҳоли мебошад.

Дар шароити муосири рушди устувор, масъалаи экологизатсияи савдои чакана аҳамияти махсус пайдо мекунад. Дар бисёре аз кишварҳои пешрафта моделҳои самарабахши татбиқ намудани таҷрибаҳои экологӣ ташаккул ёфтаанд, ки ба коҳиши зарар ба муҳити зист, ташаккули маркетинг ва истеъмоли масъулиятнок равона гардидаанд.

Таҷрибаи экологикунони савдои чакана дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар марҳилаи ибтидоӣ қарор дошта, баъзе корхонаҳои савдои чакана аллакай иқдом ба тадқиқи унсурҳои экологӣ дар фаъолияти тичоратии худ намудаанд. Аз ҷумла, баъзе марказҳои савдо ва супермаркетҳо дар шаҳрҳои Душанбе ва Хучанд тадриҷан ба иваз намудани халтаҳои полиэтиленӣ бо халтаҳои қоғазӣ ё дубора истифодашаванда оғоз карданд. Масалан маркази савдои Ёвар эко - халтаҳоро бо логотипи мағозаи пешниҳод менамояд, ки як нави таблиғи иҷтимоӣ ба ҳисоб рафта, масъулиятнокии соҳибкори ташвиқ менамояд.

Натиҷаҳои ба даст омадаи таҳқиқи вазъи муосири савдои чакана ва таҷрибаи кишварҳои хориҷӣ дар рушди хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли гувоҳӣ медиҳанд, ки рушди бомуваффақияти савдои чакана ба экологикунонидашуда назари комплексиро талаб менамояд — аз ҷумла дастгирии меъёрӣ, навовариҳои технологӣ, масъулияти корпоративӣ ва иштироки фаъолони истеъмолкунандагон. Таҷрибаи ин таҷрибаҳо дар шароити Тоҷикистон метавонад ба муосиргардонии савдои чакана бо назардошти принципҳои рушди устувор мусоидат намояд.

Ҳамин тариқ, натиҷаҳои бадастомадаи таҳқиқоти ҳолати кунунӣ ва рушди хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли имконият медиҳанд, ки ба омӯзиши самтҳои асосии рушди хизматрасониҳои савдои чаканаи молҳо дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон гузарем.

Дар боби сеюми диссертатсия «Самтҳои асосии рушди хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли» таҳияи нақшаи оқилонаи ҷойгиркунии корхонаҳои савдои чакана ва тақмили механизми инноватсионии хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли, инчунин самтҳои дурнамои баланд бардоштани самаранокии хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли дар шароити рақамсозӣ пешниҳод шудаанд.

Дар айни замон, таҳияи нақшаи оқилонаи ҷойгиркунии корхонаҳои савдои чакана яке аз самтҳои муҳими хизматрасонии савдо ба аҳоли ба шумор меравад. Ин бо он муайян карда мешавад, ки ҷойгиршавии корхонаҳои савдои чакана ва дигар субъектҳои бозори истеъмоли ба сатҳи фурӯш ва ҳаҷми гардиши чаканаи молҳо таъсири худро ба таври назаррас мерасонад.

Ғайр аз ин, арзиши ба даст овардани иҷозати ҳуқуқи сохтмон ва иҷораи замин аз макони ҷойгиршавӣ вобастагӣ дорад, ҳамчунин ҷойгиршавии нуқтаҳои савдо ба имиҷи корхона ва эътибори тамоми шабакаҳои савдо таъсир мерасонад.

Бо таҳқиқи сатҳ ва динамикаи рушди савдои чакана, мо якҷанд самтҳои стратегии рушди савдои чаканаро дар бозори истеъмолии шаҳрҳо ва ноҳияҳои Ҷумҳурии Тоҷикистонро таҳия намудем. Яке аз шартҳои муҳими таъмини самаранокии фаъолияти низомии савдои чакана, ин ҷойгиркунии оқилонаи

мағозаҳои чакана дар ҳудуди шаҳр, ноҳия ё маҳаллаи муайяни аҳолинишин ба ҳисоб меравад.

Самти навбатии афзалиятноки рушди савдои чакана дар бозорҳои истеъмолии Тоҷикистон ин ҷойгиркунии зинавии нуқтаҳои савдо мебошад. Ин самт ба маҳсусгардонӣ ва ташкили номгӯи молҳои пешниҳодшавандаи мағозаҳо асос ёфтааст. Масалан, пешниҳоди номгӯи васеи молҳо ва ё пешниҳоди молҳои маҳсуси камталаб.

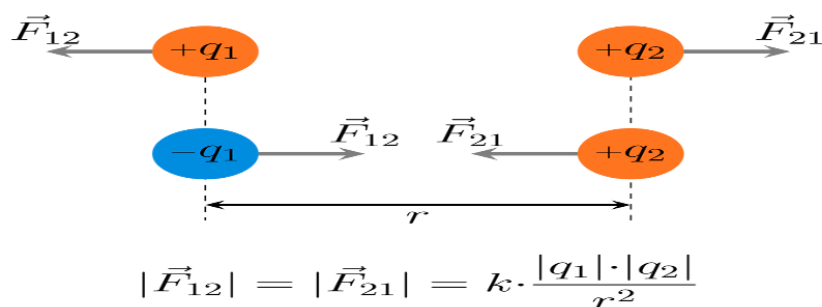
Самти дигари дорои имкониятҳои рушди савдои чакана дар бозори истеъмолии Тоҷикистон ин ҷойгиркунии корхонаҳои савдои чакана дар марказҳои савдои шаҳрӣ мебошад. Марказҳои савдо аз корхонаҳое иборатанд, ки бо фаъолияти савдои чакана, хизматрасониҳои маишӣ, пешниҳоди номгӯи васеи молҳо ва сатҳи баланди хизматрасонӣ машғуланд. Онҳо дар ҷойҳое ҷойгир шудаанд, ки инфрасохтори нақлиётӣ хуб инкишоф ёфтааст, дорои истгоҳҳои автомобилҳо мебошанд ва ҳамчун дар маҷмааҳои бисёрсамта, идораи марказонидашуда амалӣ мегардад.

Ҷойгиркунии мағозаҳои савдои чакана дар марказҳои савдо дар рушди иҷтимоию иқтисодии низоми савдои чакана нақши маҳсус мебозад. Фаъолияти шабакаҳои бузурги савдои чакана ба аҳоли имконияти калони сарфаи вақт ва воситаҳоро барои хароҷотҳои нақлиётӣ ва анҷом додани харид пешниҳод менамояд.

Дар айни замон, дар шаҳри Душанбе шумораи зиёди иншоотҳои савдо, аз ҷумла марказҳо ва маҷмааҳои савдо, ба монанди «Пайкар», «Ситора», «Саодат», «Москва», «Ёвар» ва ғайра. Тибқи формати наздик ба гипермаркет, зиёда аз 10 маҷмааи муосири фаъолият менамоянд, ки аз ҷумла метавон «Сиёма Молл», «Садбарг», «Пойтахт 90», ва дигаронро ном бурд. Илова ба ин, дар шаҳр як гипермаркети калон - «Ашан», фаъолият мекунад ва ҳамчунин тақрибан 30 мағозаи интернетӣ мавҷуданд, ки танҳо тариқи онлайн фаъолият менамоянд.

Бо мақсади ҷойгиркунии мувофиқи корхонаҳо ва субъектҳои соҳаи савдо дар шароити Тоҷикистон, аз ҷониби мо модели таҳия шудааст, ки бо принципи қувваи Кулон асос ёфтааст. Яъне, қонуни маъруфи кашиш ва радкунӣ байни ду ҷисми дорои заряд, ки дар рушди назарияи савдои чакана саҳми назаррас мегузорад.

Қонуни Кулон бо шакли математикӣ чунин ифода меёбад (расми 4):



Расми 3. – Модели қувваи Кулон

Сарчашма: таҳияи муаллиф дар асоси омӯзиши адабиёти илмӣ

Ин модел ба мо имконият медиҳад, ки тафсири физикӣ ва иқтисодии қувваи Кулон-ро, ки дар ҷадвали 5 нишон дода шудааст, пешниҳод намоем.

Ҷадвали 5. – Тафсири физикӣ ва иқтисодии қувваи Кулон

Аломатҳо	Физикӣ	Иқтисодӣ
F	Қувваи мутақобилаи байни зарядҳо	Бузургии таъсири байни объектҳо ва субъектҳои савдо
$q_1 q_2$	Бузургии зарядҳои мутақобилан таъсиррасонанда	Бузургии муайянкунандаи талабот ва қонеъгардонии он
K	Коэффициенти мутаносибӣ	Коэффициенти гузарониши муҳити мутақобила
R	Масофаи байни зарядҳо	Масофаи байни объектҳо ва субъектҳои савдо

Сарчашма: таҳияи муаллиф дар асоси омӯзиши адабиёти илмӣ

Агар ҳосили зарби q_1 ва q_2 мусбат бошад, пас қувваи таъсири байни зарядҳо радкунанда ва агар ҳосил манфӣ бошад, қувваи таъсири онҳо ҷалбкунанда аст. Аз ин рӯ, беҳтар аст варианти дуюмро баррасӣ намоем: яъне, талабот ба мол ва ҷойгиркунии нуқтаҳои савдори аз рӯи модели зерин тафсир намудан мумкин аст: истеъмолкунандагон ҳамчун манбаи зарядҳои манфӣ баромад намуда, пешниҳодро ба худ ҷалб менамоянд.

Аз ин ҷо, метавон тахмин кард, ки истеъмолкунандагон бо талаботи гуногуни худ дар қаламрав ҳамчун майдони ғайриҳамвори электростатикӣ дар атрофи зарядҳои манфӣ ба таври нобаробар ҷойгир шудаанд. Ҳамин тавр, ҳамаи нуқтаҳои савдо мутақобилан ҳамдигарро рад мекунанд, аммо муштариёни эҳтимолиро ҷалб менамоянд. Ба ин вобаста, бузургии зарядҳо аз омилҳои гуногун вобаста аст, ки мо онҳоро ҳамчун меъёрҳои ҷойгиркунии оптималии субъектҳои шабакаҳои савдо муайян мекунем.

Дар солҳои охир дар бозори савдои ҷаҳонаи Тоҷикистон дараҷаи баланди рақобат дида мешавад. Пешниҳоди молу хизматрасониҳо дар бозори истеъмолии ҷумҳурӣ бо суръати баланд рӯ ба афзоиш оварда истодааст. Ба ин нигоҳ накарда, истеъмолкунандагони ватанӣ дар интихоби молу хизматрасониҳо бештар

серталаб шудаанд. Ҳамин тариқ, ноил шудан ба сатҳи устувори фурӯш бо роҳи кушодани нуқтаҳои нави савдо сол ба сол душвортар мегардад.

Ҳадафҳои афзалиятноки ҳавасмандгардонии талаботи харидорони эҳтимолӣ аз инҳо иборатанд:

1. Баланд бардоштани ҳаҷми умумии фурӯш дар тамоми мағозаҳо.

2. Баромадан ба сегментҳои нав ва ё бозорҳои нав.

3. Афзоиши ҳаҷми захираҳои молӣ дар анборҳо.

4. Ҷалби харидорони эҳтимолӣ тавассути пешниҳод кардани хизматрасониҳои иловагӣ.

5. Боло бардоштани сатҳи садоқати муштариён ба хизматрасониҳои пешниҳодшудаи иловагӣ.

Баланд шудани сатҳи рақобат дар низоми савдои чакана роҳбарони корхонаҳои савдору водор менамояд, ки барномаҳои стратегии ҷалби шумораи ҳарчи бештари харидорон ва таъмини ҳадди аксари ғоидаро таҳия намоянд.

Ба гуфтаи коршиносон, дар Тоҷикистон тақрибан 80%-и аҳоли ҳангоми хариди молҳо, қарорро таҳти таъсири тағйирёбии омилҳои нархӣ қабул мекунанд. Бешубҳа, нуқтаҳои савдое, ки тахфифҳо, бонусҳо ва тухфаҳоро пешниҳод мекунанд, таваҷҷӯҳи зиёдро ҷалб менамоянд.

Дар Тоҷикистон, махсусан дар шаҳрҳои Душанбе, Хучанд, Бохтар, Кӯлоб чунин шабакаҳои савдои чакана, ба мисли «Пайкар», «Ашан», «Ёвар», бо мақсади боло бурдани ҳаҷми савдо, қортҳои тахфифӣ ва барномаҳои тахфифӣ истифода мебаранд. Ҳамчунин ба харидорон купонҳои тахфифӣ барои хариди якҷақта пешниҳод мегардад, ки ҳаҷми тахфиф вобаста ба маблағи харид аз 5% то 10%-ро ташкил дода метавонад.

Самти дигари рушди савдои чакана ин пешниҳоди хизматрасонӣ ба муштариён тибқи барномаи махсус мебошад. Ин барнома ба ҷамъшавии маблағҳо равона карда шуда, ғоида арзиши собит ҳисобида намешавад, бо қобилияти харидории муштариён ва бо басомади харид вобастагӣ надорад.

Самти стратегӣ дар баланд бардоштани сатҳи иҷроии вазифаҳои касбии менечерони корхонаҳои савдои чакана ин тақмили низоми ҳавасмандкунӣ ва мотиватсияи на танҳо харидорон, балки кормандони соҳаи савдо низ мебошад. Омилҳои муҳими баланд бардоштани мотиватсияи меҳнатии фурӯшандагон ин шароити хуби корӣ ва речаи кории ҷандирӣ мебошад.

Дар ин шароит истифодаи низоми мотиватсияи ғайримоддӣ самаранок дониста мешавад, ки дар заминаи зерин амалӣ мегардад:

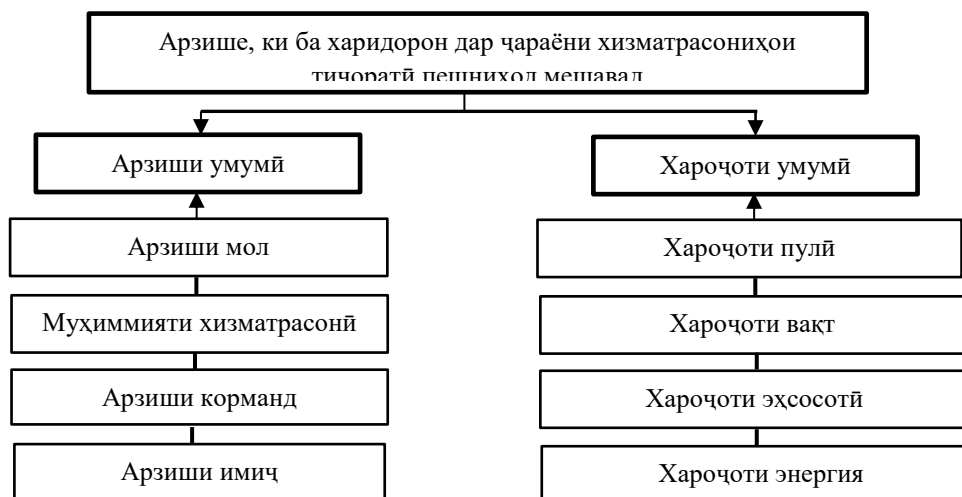
1. Таҳия ва татбиқи сиёсати иҷтимоии самаранок;

2. Рушди фарҳанги корпоративӣ;

3. Истифодаи технологияҳои муосири коммуникатсионӣ дар ташкилот;

4. Гузаронидани озмунҳо байни кормандон ва муайян намудани корманди беҳтарин.

Дар раванди қабули қарор оид ба харид, истеъмолкунандагон ба арзишҳои таъя мекунанд, ки ба назари онҳо, метавонад талаботи шахсии онҳоро ба дараҷаи баланд қонеъ созад. Интизориҳои харидорон таҳти таъсири бартариҳои инфиродӣ, хусусиятҳои мол (махсусан хусусияти нуфузӣ), сатҳи хизматрасонӣ ва эътибори корхонаи савдо таъшаққул меёбанд.



Расми 4 – Унсурҳои асосӣ, ки аҳаммияти хизматрасониҳои савдори барои истеъмолкунандагон муайян мекунанд.

Сарчашма: таҳияи муаллиф дар асоси омӯзиши адабиёти илмӣ [18].

Бо ин мақсад, аз ҷониби мо унсурҳои асосие, ки, аҳаммияти хизматрасониҳои савдори барои истеъмолкунандагон муайян менамояд, ҷудо намудем (расми 5).

Аз расми 5 дида мешавад, ки арзиши хизматрасониҳо ҳамчун фарқи байни маҷмуи манфиатҳои даркнамудаи харидор, ки дар натиҷаи истифодаи хизматрасонӣ ба даст меорад, ва хароҷотҳои умумие, ки бо хариди он ва истифодаи вобастаанд, фаҳмида мешавад.

Ҳамин тариқ, таҳлилҳои баррасишуда назариявӣ нишон медиҳанд, ки то ҳол усули ягонаи универсалии баҳогузориҳои сифати хизматрасониҳои савдои ҷаҳона таҳия нашудааст. Дар таҷриба равишҳои маҷмуие истифода бурда мешаванд, ки ба хусусиятҳои корхонаи савдо мутобиқ гардониди шудаанд.

Яке аз самтҳои муҳими рушди хизматрасониҳои савдои ҷаҳона рақамикунонӣ мебошад, ки бо мақсади баланд бардоштани самаранокии фаъолияти он равона шудааст. Гузариш ба иқтисоди рақамӣ дар Паёмҳои Президенти Тоҷикистон «Дар бораи самтҳои асосии сиёсати дохилӣ ва хориҷии ҷумҳурӣ» равшан зикр гардидааст: «... зарур аст, ки соҳаи алоқа рушд ёбад, хусусан суръати баланди интернет ва дастрасии нархҳои арзон барои рушди иқтисоди рақамӣ, зеҳни сунъӣ, инчунин таъмини амнияти иттилоотӣ, ҷалби

сармоя ва инчунин ташкили марказҳои технологӣ ва инноватсионӣ ба роҳ монда шаванд» [□45].

Рушди Интернет-мағозаҳо яке аз ҷанбаҳои муҳимми рақамикунонии савдои чакана ба ҳисоб меравад, зеро ки барои татбиқи технологияҳои рақамӣ дар раванди фурӯш ва беҳтаргардонии ҳамкорӣ бо истеъмолкунандагон мусоидат менамояд.

Ҳамчунин, интернет – мағозаҳо, яъне минбари савдо дар шабакаи Интернет мавҷуданд, ки имконияти фармоиш додан ва пардохтро дар режими онлайн анҷом медиҳанд.

Ташкили интернет-мағозаҳо, бартариҳои зеринро доро мебошанд:

- афзоиши ҳаҷми фурӯши молу хизматрасонӣ, ташаккули таблиғи шабакавӣ ва пешбурди он, кам кардани хароҷоти корӣ, ташкили эътибор ва имиҷи ширкат, минбарҳои иттилоотӣ, пешниҳоди хизматрасониҳои нави савдо, таъмин намудани иртиботи мутақобил бо истеъмолкунандагон;

- мониторинги системавии бозор;

- пайдоиши роҳҳои инноватсионӣ барои муошират бо аудиторияи мақсаднок;

- имконияти татбиқи буҷаи маркетингии самаранок ва оқилона.

Қайд кардан муҳим аст, ки айни ҳол тиҷорати электронӣ ҷузъи муҳимми низоми иқтисодӣ ба ҳисоб рафта, солҳои охир дар Ҷумҳурии Тоҷикистон бо роҳи ба вуҷуд омадани имкониятҳои нав барои соҳибкорон ва истеъмолкунандагон фаъолона рушд мекунад ва дар таъмини ҳамкорӣ байни онҳо дар шароити онлайн саҳм мегузорад.

Шумораи истифодабарандагони Интернет дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ва кишварҳои ҷаҳон дар ҷадвали 6 пешниҳод шудааст.

Ҷадвали 6. - Шумораи истифодабарандагони Интернет дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ва баъзе кишварҳои дур ва наздик (соли 2023)

Номи мамлакат	Аҳолии мамлакат, млн нафар.	Истифодабарандагони интернет, шумора	Ҳиссаи истифодабарандагон аз шумораи умумӣ бо (%)
Арманистон	2,964	1 980 000	66,5
Афғонистон	41,454	7 670 000	18,4
Беларус	9,178	8 270 000	86,9
Қазоқистон	20, 000	17 730 000	90,9
Озарбойҷон	10,15	8 930 000	86,0
Россия	145,50	127 600 000	88,2
Тоҷикистон	10,389	4 100 000	40,8
Туркменистон	7,364	2 470 000	38,2
Ўзбекистон	35,652	26 740 000	76,6
Украина	37,732	28 570 000	79,2

Сарчашма: таҳияи муаллиф дар асоси истифодаи адабиёти [□46].

Бо таваҷҷӯҳ ба маълумотҳои ба дастамада, аз ҷониби мо муайян карда шуд, ки шумораи пайвастшавӣ ба Интернет дар Ҷумҳурии Тоҷикистон сол ба сол афзоиш ёфта, рушди тиҷорати электрониро бо истифода аз минбарҳои мобилӣ ва ташкил намудани мағозаҳои виртуалӣ ғаёло мегардонад.

Дар шароити рақамикунонии иқтисодиёт, бо дарназардошти аҳамияти афзоиандаи гардиши чаканаи мол, афзоиши ҳаҷми фурӯши молҳои пешниҳодшаванда воситаи дурнамои баланд бардоштани самаранокии корхонаи савдо ҳисобида мешавад.

Бо вучуди ин, тиҷорати электронӣ дар ҷумҳурӣ то ҳол бозори каммаъмул ва маҳдуд боқӣ мемонад. «Дар асоси маълумоти Findex – манбаи маълумотҳо ва индекси Бонки ҷаҳонӣ, барои соли 2023, тақрибан 10% аҳолии Тоҷикистон харидхоро анҷом медиҳанд, ки ин дар муқоиса бо 24% - Қазоқистон ва 28% - Федератсияи Россия хеле паст аст.»

Мо бар он ақидаем, ки дар шароити рақамикунонии иқтисодиёт, барои Ҷумҳурии Тоҷикистон, рушди самтҳои дурнамои сердаромад ва зарурии хизматрасониҳои савдои чакана мақсаднок мебошад (ҷадвали 7).

Ҷадвали 7. - Самтҳои даромадноки ғаёлоияти бозори хизматрасониҳои савдои чакана дар шароити рақамисозӣ вобаста ба талаботи самтҳои ғаёлоият

Хизматрасониҳо	Самтҳо
Пешниҳоди хизматрасониҳои машваратӣ	Пешниҳоди машваратҳои ҳуқуқӣ дар самти донишҷуи қонунҳо ва таҳияи ҳуқуқҳои муштарӣ
Ташкили Call-марказҳо	Пешниҳоди машваратҳои раваншиниосони касбӣ дар ҳалли мушкилоти шахсӣ ва вазъияти мавҷуда
Ташкили хӯроки умумӣ	Ташкили шабакаи хизматрасониҳои зудамали ғизо, қаҳвахона ё тарабхона, хаймаҳои мавсимӣ дар кӯча, тайёр намудани ғизоҳои гуногун барои қормандон дар хона
Ташкили нақлиёт	Расонидани мусофирон ба масофаҳои дур ва бурдани борҳои хурд ва расонидани ғизоҳои фармоишӣ
Ташкили шабакаи Интернет-мағозаҳо	Ташкили шабакаи Интернет-мағозаҳои муосир барои хизматрасониҳои босамари аҳоли
Ташкили иду чашнвораҳо	Ба нақша гирифтани истироҳату фароғати муштарӣ: ташкили чорабиниҳо барои кӯдакон ва гузаронидани тӯю чашнҳо, вохӯрию шабинишиниҳо ва ғ.
Расонидани кумак барои беҳдошти шароити зист	Хизматрасониҳо ҳангоми таъмири хона, сохтмони ҳавлиҳо, тамиз намудани иморат ва муҳофизати он

Сарчашма: таҳияи муаллиф дар асоси омӯзиши адабиёти илмӣ [□20], [□21].

Барои ҳавасмандгардонии рушди тиҷорати электронӣ дар Тоҷикистон, моҳи августи соли 2023 Барномаи Миллӣ оид ба тиҷорати электронӣ барои давраи 2025–2029 оғоз гардид. Ин барнома ба рушди инфрасохтори рақамӣ, баланд бардоштани саводнокии рақамии аҳоли ва фароҳам овардани шароити мусоид барои савдои онлайн равона шудааст. Ҳамин тариқ, бо вучуди сатҳи пасти кунунии харидҳои онлайн, тадбирҳои андешидашуда ва афзоиши воситаҳои

молиявии рақамӣ дар солҳои наздик заминаи афзоиши ҳиссаи аҳолие, ки тавассути интернет харид мекунанд, фароҳам меоранд.

Ҳамчунин, дар дурнамои татбиқи самтҳои асосии рушди савдои чакана таъкид мешавад, ки дар рушди хизматрасониҳои савдои чакана нақши калидиро дар танзими давлатии соҳа мебозад, ки дар оянда метавонад муносибатҳои рақобатӣ, дастгирии соҳибкорон, таъминоти иқтимоию иқтисодӣ, ҳуқуқи ҳифзи экологӣ ва ҳимояи манфиатҳои давлатро ба миён оварад.

Умуман, татбиқи самтҳои пешниҳодшуда ва асоснокшудаи рушди савдои чакана дар бозори истеъмоли имкон медиҳад, ки самаранокии фаъолияти корхонаҳои савдо беҳтар шуда, сатҳи қаноатмандии истеъмолкунандагон ва сифати хизматрасониҳои пешниҳодшуда дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон баланд бардошта шавад.

ХУЛОСАҲО

А) Натиҷаҳои асосии илмӣ тадқиқот

Дар натиҷаи тадқиқоти гузаронидашуда самтҳои калидии рушди савдои чакана дар шароити таҳаввулоти муҳити бозор муайян карда шуданд. Татбиқи усулҳои пешниҳодшуда ва асоснокшуда ба баланд бардоштани самаранокии равандҳои тиҷоратӣ, беҳтар намудани сифати хизматрасонии истеъмолкунандагон ва тақвияти мавқеи рақобатии корхонаҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли мусоидат мекунад:

1. Савдои чакана дар Ҷумҳурии Тоҷикистон чузби муҳими бозори дохилӣ мебошад ва дар қонеъгардонии талаботҳои аҳоли, рушди соҳибкорӣ ва ташаққули маҷмуи маҳсулоти дохилӣ нақши калидӣ мебозад.

2. Таҷриба нишон медиҳад, ки аҳаммияти иқтисодии савдои чакана дар фаъол гардонидани ҳаракати мол ва фурӯши он, ҳифзи миқдор ва сифати он дар истеҳсол ва истеъмол ифода ёфта, инчунин бо истифода аз маҳсулоти умумии ҷамъиятӣ ва даромади миллии ҷумҳурӣ арзёбӣ мешавад [10 - М].

3. Корхонаҳои хурду миёнаи фаъолияткунандаи соҳаи савдои чакана яке аз омилҳои асосии рушди савдои дохилии маҳсулоти озуқаворӣ мебошанд. Ин нуқтаҳои савдо асосан ба фурӯши чаканаи молҳои аввалия ва зарурӣ машғуланд ва миёнарави асосии байни фурӯшандагони яклухтфурӯш ва истеъмолкунандагон мебошанд.

4. Инфрасохтори савдои чакана дар дилхоҳ модели минтақавии хизматрасонии савдо бояд гуногунрангии шаклҳои хизматрасонии савдору таъмин кунад, бо хусусиятҳои гуногуни сохториву функционалии параметрҳои объектҳои савдо тавсиф ёбад ва ҳамеша ба ҳудудҳои мушаххаси хизматрасониҳои савдо нигаронида шавад [8 - М].

5. Дар Тоҷикистон мағозаҳои таркиби намунавии низоми умумӣ дошта, одатан бо гуногунрангӣ фарқ намуда, онҳо ҳамчун мағозаҳои

махсусгардонидашуда, универсалӣ ва аз мағозаҳои дорои номгӯи молҳои омехта иборат мебошанд.

6. Омӯзиши таҷрибаи ҷаҳонӣ нишон медиҳад, ки ҳатто дар кишварҳои тараққиқардаи ҷаҳон, ки дорои низоми баландмуташаққили хизматрасонии савдои чакана мебошанд, савдои кӯчагӣ вучуд дорад, ки як қисми савдои чакана мебошад. Аз рӯи қоидаи савдои чакана асосан ба таҳфифҳои мавсимӣ, фурӯши маҳсулоти ҳунармандӣ, маҳсулоти кишоварзӣ ва савдои хурди намудҳои дигари молҳо асос ёфтааст [9 - М].

7. Дар асоси гуфтаҳои боло, метавон хулоса кард, ки барои таъмин намудани фаҳмиши комил ва роҳнамоии озоди истеъмолкунандагон дар масъалаҳои амният ва сифатнокии молҳои фурӯхташаванда, дар низоми савдои чакана муҳим аст, ки имкониятҳои корхонаҳои хусусии савдои чакана пурра ҷалб шаванд. Аз ҷумла, ташкилотҳои ғайридавлатӣ -палатаҳои савдо ва саноат, ҷамъиятҳои истеъмолкунандагон, иттиҳодияҳои соҳибкорон ва инчунин ташкилотҳои мустақил ва худтанзимкунандаи шабакаи савдои чакана [7 - М].

8. Мо дар қори худ, тақмили базаи институционалӣ ва ҳуқуқӣ, ки таҳия намудани стандартҳо ва меъёрҳо ро ба назардошти шароити рушди иқтисоди кишвар ва савдои чакана дар назар дорад, мувофиқи мақсад мебинем. Стандартҳои нав бояд фаъолияти талабот ва пешниҳодро дар бозори истеъмолӣ танзим намоянд. Тадқиқот имкон дод, ки тамоюлҳо ва мушкilotи асосии бозори муосири истеъмолӣ муайян ва самтҳои асосии рушди минбаъда пешниҳод карда шаванд:

- Ташкили системаи менеҷменти бозори истеъмолӣ бо мақсади пурра қонеъ гардонидани талаботи аҳолии кишвар, минтақа ё маҳалли фаъолияти субъектҳои тиҷоратӣ.

- Амалӣ намудани модернизатсия ва таҷдиди субъектҳои тиҷоратӣ бо истифодаи технологияҳои инноватсионӣ, ки рушди гардиши савдои чаканаро бо истифодаи дастовардҳои илм ва техника таъмин мекунад.

- Эҷоди шабакаи нави супермаркетҳо, мағозаҳои миёна ва хурд дар саросари ҷумҳурӣ, инчунин беҳтар намудани самаранокии иҷтимоиву иқтисодии шабакаи савдои чакана барои аҳолии сатҳи даромади поёнтар аз миёна.

- Таъмини дастрасии молҳо барои аҳоли новобаста аз ҷойи зист ва мақоми иҷтимоии онҳо. Ҳамзамон, тақмил додани хизматрасонии савдои чаканай хурд, нуқтаҳои савдои муосир бо истифодаи усулҳои инноватсионӣ дар хизматрасонии иттилоотӣ.

- Тадриҷан гузаштан ба худхизматрасонӣ, бо назардошти усули савдои берун аз мағоза барои фурӯши маҳсулоти кишоварзӣ.

- Рушди низоми ба назаргирии афзалиятҳои муштариёни эҳтимолӣ бо назардошти сарфаи воситаҳои молиявӣ ва вақт барои хариди мол, инчунин

истифодаи иқтисодии кафеҳо, ресторанҳо, чорабиниҳои фароғатии муташаққил барои кӯдакон ва калонсолон ва ғайра.

- Доимо баланд бардоштани сифати номгӯии моли пешниҳодшаванда, аз ҷумла баланд бардоштани сатҳи фарҳанги хизматрасонӣ ба мизоҷон, инчунин таъмини амният ва ҳифзи саломатии харидорон [2 - М].

9. Дар ҷумҳурӣ ба масъалаҳои идоракунии самаранок ва банақшагирии стратегияи соҳаи савдои чакана, аз ҷумла интиҳоби таъминкунандагон бо мақсади коҳиш додани хароҷотҳо диққати калон дода мешавад дода мешавад. Бо вучуди ин, мушкилоти дастрасии маълумот дар бораи манбаъҳои қонун намудани талаботи аҳоли, бо назардошти арзёбии таъсири нарх ба молҳои истеъмоли, сифати онҳо, усулҳои пардохт, мӯҳлати интиқоли молҳо ва шароити тиҷоратии таъминот дар бозори истеъмолии Тоҷикистон вучуд дорад.

10. Самти дурнамои ташкили савдои чакана ва беҳтар намудани робитаҳои миёни субъектҳо дар интиқоли мол дар ҷумҳурӣ ин рушди ҳамкорӣ байни истеҳсолкунандагон, фурӯшандагон ва истеъмолкунандагони ниҳоии мол ва хизматрасониҳо мебошад [5 - М].

11. Бо вучуди афзоиши шумораи истифодабарандагони интернет, савдои электронӣ ҳиссаи ночизро дар ҳаҷми умумии муомилоти чакана ташкил медиҳад, ки ин зарурати ҳавасмандгардонии фаъоли онро нишон медиҳад.

12. Бар асоси таҳлили натиҷаҳои бадастомада метавон хулоса кард, ки савдои чакана бахши муҳими соҳибкорӣ буда, манфиатҳои истеҳсолкунандагон ва истеъмолкунандагонро ба назар мегирад, иртиботи оптималии байни давраҳои истеҳсолотро барқарор мекунад, ба расонидани саривақтии мол ва истифодаи селҳои молиявӣ дар доираи татбиқи Стратегияи милли рушд -2030 дар Тоҷикистон мусоидат менамояд [6 - М].

В) Таъсирҳои он ба истифодаи амалии натиҷаҳо

1. Омӯзиши мунтазами талабот, рафтори харидорон ва хусусиятҳои истеъмол ба корхонаҳои савдо кӯмак мекунад, ки номгӯии молҳои мувофиқро ташаққул диҳанд, сиёсати нархгузорию мутобиқ созанд ва стратегияи маркетингию самараноктар таҳия намоянд.

2. Дар минтақаҳои маъмурӣ фароҳам овардани шароити мусоид барои рушди корхонаҳои хурду миёнаи чакана зарур аст. Ин барои содда кардани тартиби ситонидани андозҳо, додани маблағҳои хурди қарзӣ, дастрасӣ ба барномаҳои омӯзишӣ ва субсидияҳои давлатӣ барои рақамсозиро дар бар мегирад.

3. Яке аз самтҳои афзалиятноки рушди гардиши савдои чакана дар иқтисоди рақамӣ ин, муайян кардани омилҳои динамикаи рушд дар асоси истифодаи маълумоти бозори фурӯш барои дурнамои оянда мебошад. Барои ҳалли масъалаи мазкур мо модели математикӣ - иқтисодиро бо усули таҳлили бисёрҷонибаи

корелятсионӣ - регрессивӣ истифода бурдем, ки имкон дорем ҳаҷми гардиши савдои чаканаро дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ҳисоб кунем [4 - М].

4. Бояд омӯзиши кормандонро дар малакаҳои коммуникатсияҳои рақамӣ, кор бо системаҳои CRM (Customer Relationship Management) – низоми идоракунии муносибат бо муштариён ва усулҳои муосири фурӯш ташкил намуд. Ин имкон медиҳад, ки хизматрасонии мизочонро беҳтар карда, садоқати истеъмолкунандагонро афзоиш диҳад [14 - М].

5. Ҷорӣ намудани қарорҳои рақамӣ, ба монанди мағозаҳои онлайнӣ, барномаҳои мобилӣ, системаҳои CRM - низомҳо ва маркетинги онлайн бояд ба самти трансформатсияи технологӣ дар савдои чакана мувофиқ бошад. Ин барои корхонаҳои хурду миёна дар шароити захираҳои маҳдуд махсусан муҳим аст.

6. Мақомотҳои давлатӣ метавонанд натиҷаҳои тадқиқотро барои таҳияи барномаҳои дастгирии корхонаҳои хурду миёна истифода баранд, аз ҷумла расонидани субсидияҳо ба рақамикунонӣ, омӯзиши соҳибкорон ба шаклҳои муосири савдо ва рушди инфрасохтори тиҷоратӣ дар минтақаҳои маъмаъмурӣ.

7. Натиҷаҳои кори илмӣ метавонанд дар тайёр кардани мутахассисон дар соҳаи савдо, маркетинг ва соҳибкорӣ — дар донишгоҳҳо, коллеҷҳо ва ғ. истифода шаванд. Ҳамчунин барои таҳияи дастурҳои методӣ ва барномаҳои тақмили ихтисос барои соҳибкорон имконпазир аст [11 - М].

8. Рушди стратегияҳои маркетингии муосир барои корхонаҳои савдои чакана, аз ҷумла истифодаи василаҳои маркетинги сабз, брендинг ва барномаҳои вафодорӣ барои муштариён пешниҳод карда мешавад.

9. Дар рушди тиҷорати электронии Ҷумҳурии Тоҷикистон нақши Бонки ҷаҳонӣ муҳим аст. Таҳлил нишон медиҳад, ки солҳои охир дар ҷумҳурӣ тиҷорати электронӣ муваффақона рушд мекунад. Стартапҳои маҳаллӣ, ба монанди «Алиф Сармоя» дар соҳаи пардохтҳои электронии мобилӣ, «Somon.tj» дар самти савдои онлайн ва «55Startups» - сармоягузори соҳаи тиҷорати электронии корхонаҳо.

10. Рушди минбаъдаи тиҷорати электронии Ҷумҳурии Тоҷикистон барномаҳои таълимӣ оиди боварӣ ба пардохтҳои онлайнӣ, ва баланд бардоштани дониши молиявии аҳолиро талаб менамояд [12 - М].

Аммо, бо вуҷуди паст будани сатҳи харидҳои онлайн, дар кишвар тамоюли мусбат дар рушди абзорҳои молиявии рақамӣ мушоҳида мешавад. Масалан, то миёнаҳои соли 2023 шумораи ҳамёнҳои электронӣ 39,7% зиёд шуда, ба 10,4 миллион расидааст ва шумораи қортҳои пардохтӣ 28,7% афзуда, ба 7,6 миллион адад расидааст. Ғайр аз ин, ҳаҷми амалиётҳои ғайринақдӣ бо истифода аз қортҳо ва ҳамёнҳои электронӣ ба 12,8 миллиард сомонӣ баробар аст, ки ин гувоҳи афзудани эътимод ба пардохтҳои ғайринақдӣ мебошад [15 - М].

Ҳалли ин самтҳои зикршуда имкон медиҳад, ки дивидендҳои баланди рақамӣ ва таъсири васеи иҷтимоию иқтисодӣ, махсусан барои ҷавонон, занон ва

аҳолии деҳот ба даст оварда шаванд, ки ин барои қавӣ ва устувор шудани ҷумҳури дар ин самт мусоидат мекунад.

Ҳамин тариқ, татбиқи тавсияҳои пешниҳодгардида ба рушди самаранокии фаъолияти савдои чакана, беҳтар гардидани сифати хизматрасониҳо ба истеъмолкунандагон, рушди устувори бозори дохилӣ ва рушди иҷтимоию иқтисодии Ҷумҳурии Тоҷикистон мусоидат хоҳад кард.

РҶҲАТИ АДАБИЁТ

1. Закон Республики Таджикистан от 24 декабря 2022 года №1921 «Об электронной торговле» // Информационный правовой интернет-портал Республики Таджикистан: сайт. - URL: https://www.adlia.tj/show_doc.fwx?Rgn=143963
2. Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года: Постановление Маджлиси намояндагон, Маджлиси Оли Республики Таджикистан от 1 декабря 2016г., №636.
3. Статистический ежегодник Республики Таджикистан. 2024 / Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. - Душанбе, 2024. - 419с.

Диссертатсияҳо, авторефератҳо монографияҳо, мақолаҳо ва воситаҳои таълимӣ:

4. Абдусаматов Г.С. Закономерности становления и развития рыночных отношений Республике Таджикистан. - Душанбе: Ирфон, 1994 - 184с.
5. Аминов И. А. Формирование регионального рынка продовольственных товаров на основе товарно-торгового бизнеса (на материалах регионов республики) диссер. док. эк. наук 08.00.05. И. А. Аминов, Душанбе, – 2014 - 245с.
6. Аминов Ф.И. Развитие и государственное регулирование торгового предпринимательства (на примере розничной торговли Республики Таджикистан): дисс. канд. экон. наук: 08.00.05. / Ф.И. Аминов, Душанбе, - 2012 - 145с.
7. Анурин В., Муромкина И., Евтушенко Е. Маркетинговые исследования потребительского рынка (уникальный отечественный опыт). - СПб.: Питер-Принт 2004.- 272с.
8. Белькова Г.Д. Организация розничной торговли. Учебное пособие. Иркутск, 2005. – 117с.
9. Дзахмишева И.Ш. Методика оценки конкурентоспособности услуг в розничной торговой сети // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. № 3.- С.100
10. Джумъаев Б. М. Развитие торговли услугами в условиях вступления Республики Таджикистан во Всемирную торговую организацию: автореферат дисс. канд. экон. наук: 08.00.05/ Б. М. Джумъаев, Душанбе - 2011, -16с.

11. Елисеев А.Е. Развитие услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров: дисс. канд. экон. наук: 08.00.05 / А.Е. Елисеев Комсомольск-на-Амуре, - 2009. -186с.
12. Заяц Т.И. Розничная торговля мегаполиса: совершенствование системы муниципальных и рыночных регуляторов: дисс. канд. экон. наук: 08.00.05/ Т.И. Заяц, Новосибирск. - 2011. - 242с.
13. Исматуллоев И.У., Хабибов С.Х. Рынок и бизнес: консультирование. - Душанбе: «Деваштич», 2002. -135с.
14. Исоматов Б.И. Место Республики Таджикистан в мировых тенденциях торговли и инвестиции 90—х годов. Душанбе: «Амри илм», 2000. -96с
15. Капелюк З.А. Бизнес-планирование рентабельности. Обеспечение безубыточной работы как условие расширения социальной миссии потребительской кооперации // Деловой вестник «Российской кооперации». -2001. -№10. -С. 60-61.
16. Карпенко Е.А. Экономика отрасли: торговля и общественное питание // Альфа-М. – 2010. 224с.
17. Карх Д. А. Формирование услуг розничной торговли: дисс. канд. экон. наук: 08.00.05// Карх Д.А. Екатеринбург 2003 г. -175с.
18. Котлер Ф. Основы маркетинга: -М.:Прогресс, 1993, -736с.
19. Лексин В.Н. Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития / В.Н. Лексин, А.Н. Швецов. -М., 2002.-368 с.
20. Мариншоев М. М. Особенности формирования комплекса услуг предприятий розничной торговли. дисс. канд. экон. наук: 08.00.05/ М. Мариншоев, Душанбе, – 2017. 160с.
21. Мухторзода С.С. Становление и развитие сетевой торговли в условиях рыночной экономики (на материалах Республики Таджикистан): дисс. канд. экон. наук: 08.00.05. / С.С. Мухторзода, Душанбе, – 2017. 160с.
22. Наговицына Л.П., Капелюк З.А., Попова Н.А. и др. Бизнес-планирование в потребительском обществе. Новосибирск.: СУПК, 1996. - 144 с.
23. Новоселов А.С. Региональные рынки: Учебник. М.: ИНФРА -М, 1999. 479 с.
24. Норматова Ш.М. Формирование и развитие розничной торговли как основного сегмента сферы услуг Республики Таджикистан: дисс. канд. экон. наук. / Ш.М. Норматова, Душанбе, - 2012. 149с.
25. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007.-285с.
26. Попова Я. Г. Особенности формирования комплекса услуг предприятий розничной торговли: дисс. канд. экон. наук. / Я.Г. Попова, Самара, - 2008. - 183 с.
27. Рауфи А., Анализ состояния и развитие услуг розничной торговли в Республике Таджикистан. / Рауфи А., Раджабова Ф.Х. Вестник Технологического университета Таджикистана. №2 (57) - Душанбе: 2024.С. 111-122.

28. Раджабов Р.К., Зубайдов С. Организационно-экономические аспекты совершенствования потребительского рынка в условиях инновационной экономики. Монография. – Душанбе: «Ирфон». 2023,-256с.
29. Раджабов Р.К., Факеров Х.Н., Нурмахмадов М., Саидова М.Х. Сфера услуг: проблемы и перспективы. -Душанбе: Дониш,2007.-540с.
30. Раджабов Р.К., Шарипов М.М., Шарипов З. Сельские домохозяйства в развитие потребительской кооперации в Республике Таджикистан. Монография. -Душанбе: ТГУК, 2009. – 215с.
31. Раицкий К.А. Гребнев А.И. «Экономика предприятия», Москва 1999 г. - 285с.
32. Семин О.А., Сайдашева В.А., Панюкова В.В. Сервис в торговле. В 3 кн. кн. 1: Маркетинг и управление качеством в торговле: учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. -М.: Издательство "Дело и Сервис", 2006. - 232с.
33. Татаркин А.И. Ключи к мировому рынку: Инновационное предпринимательство и его возможности. М.: Экономика, 2002. - 232 с.
34. Толибов К.К., Механизми ташкилию иқтисодии ташаккул ва рушди соҳибқории тижоратӣ: назария, методология, амалия (дар мисоли савдои чаканаи шаҳри Душанбе). Диссер.док.экон.наук, Душанбе, 2021, -272 с.
35. Факеров Х.Н. Потребительский рынок: проблемы регулирования. Монография. Душанбе: «Ирфон», 2002. – 140с.
36. Факеров Х.Н., Раджабов Р.К., Нурмахмадов М.Н., Саидова М.Х. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития. Посвящается 20-летию Таджикского государственного университета коммерции. Издательство «Дониш». Душанбе 2014. (С.282-293). – 523с.
37. Хабибов С.Х., Шаропов Ф.Р., Аминов И.А. Проблемы повышения эффективности розничной торговли. Душанбе: «Хумо», 2004. – 185с.
38. Хайруллина М.В., Заяц Т.И. Регулирование розничной торговли в рыночной институциональной среде. - Новосибирск: Изд.–во НГТУ, 2012. – 220 с.
39. Хуснутдинов, А. Р. Эконометрический анализ функционирования сети розничной торговли на основе панельных данных / А. Р. Хуснутдинов, Е. И. Кадочникова. // Молодой ученый. - 2014. - № 19 (78). - С. 388-390.
40. Шарипов М.М., Раджабов Р.К., Исоков А.А. Инфраструктура розничной торговли и пути ее совершенствования. Монография -Худжанд: Ношир, 2006. – 265с.
41. Шаропов Ф.Р. Повышение эффективности функционирования розничной торговли. – Автореферат дисс. на соис. уч. степени канд. эконм. наук. – Душанбе, - 2004. – 23-24с.

Электронные ресурсы:

42. <https://cyberleninka.ru/article/n/monitoring-potrebitelskogo-rynka>. (электронная ресурс, дата обращения 1.04.2024).
43. <https://www.tadviser.ru/index.php/>
44. <https://cyberleninka.ru/article/n/monitoring-potrebitelskogo-rynkaол>.
45. <https://www.president.tj/event/missives>
46. <https://ru.wikipedia.org/wiki>

ФЕҲРИСТИ НАШРИЯҲОИ ИЛМӢ ДАР МАВЗУИ РИСОЛА

А) Дар маҷаллаҳои тақризшаванда:

- [1 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Тақмили механизми пешниҳоди хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмоли дар шароити рақамикунонӣ. / Раҷабова Ф.Ҳ.// Паёми Донишгоҳи технологии Тоҷикистон. 2 (61) – Душанбе: 2025. С. 254 – 258.
- [2 - М]. Рауфӣ А. Таҳлили ҳолат ва рушди хизматрасонии чакана дар Ҷумҳурии Тоҷикистон. / Рауфӣ А., Раҷабова Ф.Ҳ.// Паёми Донишгоҳи технологии Тоҷикистон. 2 (57) – Душанбе: 2024. С. 111 – 122.
- [3 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Вазъи ҳозираи савдои чакана дар фаровонгардонии бозори истеъмолии Тоҷикистон. / Раҷабова Ф.Ҳ.// Паёми Донишгоҳи технологии Тоҷикистон. / 4/2 (51) – Душанбе: 2022. С. 209 – 114.
- [4 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Тадқиқоти динамикаи савдои чакана дар фаровонии бозорҳои истеъмолии Тоҷикистон / Раҷабова Ф.Ҳ.// Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Силсилаи илмҳои иҷтимоӣ-иқтисодӣ ва иҷтимоӣ. 2019 - №3, қисми 2. - С.60-65.
- [5 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Рушди ташкилию иқтисодии шабакаҳои савдои чакана дар шароити муосири Тоҷикистон / Раҷабова Ф.Ҳ.// Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Силсилаи илмҳои иҷтимоӣ-иқтисодӣ ва иҷтимоӣ. 2018.-№8. – С. 155-157.

В) дар дигар нашрияҳо:

- [6 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Ташаққули нақшаи ҷойгиркунии корхонаҳои савдои чакана. / Раҷабова Ф.Ҳ. // Маводҳои конфронси илмӣ – амалӣ, 24 апрели 2025г. ДТТ. - Душанбе: 2025. С. 216-219.
- [7 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Проблемаҳои асосии иқтисоди сабз дар Ҷумҳурии Тоҷикистон. / Раҷабова Ф.Ҳ., Маҷидов Ф.А.//, Маводи конфронси илмӣ – амалии байналмилалӣ (25-26 октябри соли 2024) ДТТ. - Душанбе: 2024. С.301-306
- [8 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Ҷойгиркунии корхонаҳои савдои чакана ва нақши он дар фаровонии бозори истеъмолии Тоҷикистон. / Раҷабова Ф.Ҳ., Маҷидов Ф.А.// Маводҳои конференсияи ҷумҳуриявии илмию амалии Донишгоҳи технологии Тоҷикистон, 16-18 ноябри соли 2022. С.102-104.
- [9 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Таҷрибаи мамлакатҳои хориҷӣ дар инкишофи савдои чакана ва пур кардани бозори истеъмоли. / Раҷабова Ф.Ҳ., Маҷидов Ф.А., Азизкулова Г.Қ.// Маводҳои конференсияи ҷумҳуриявии илмию амалии Донишгоҳи технологии Тоҷикистон. (23-24 апрели соли 2021) Қисми 2.-С117-120.
- [10 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Аҳамияти иқтисодии савдои чакана / Раҷабова Ф.Ҳ., Маҷидов Ф.А. // Маводҳои конференсияи ҷумҳуриявии илмию амалии Донишгоҳи технологии Тоҷикистон (20-21 ноябр, 2020) Қисми 2.-С154-157.
- [11 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Рушди шабакаҳои савдои чакана дар шароити муосири Тоҷикистон. / Раҷабова Ф.Ҳ.// Паёми Донишгоҳи технологии Тоҷикистон. 2019.- №1 (36). - С. 120-124.

- [12 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Моҳияти иҷтимоию иқтисодии шабакаҳои савдои чакана / Раҷабова Ф.Ҳ.// Маводҳои конференсияи ҷумҳуриявии илмию амалии Донишгоҳи технологияи Тоҷикистон. 28 апрели соли 2018. Қисми 2.-С107-109.
- [13 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Савдои чакана ҳамчун самти инкишофи шуғли аҳолии Тоҷикистон / Раҷабова Ф.Ҳ.// Паёми Донишгоҳи технологияи Тоҷикистон. 2017.- №1 (28).-С. 107-109.
- [14 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Модели рушди савдои чакана дар шароити бозор / Раҷабова Ф.Ҳ. // Маводҳои конференсияи ҷумҳуриявии илмию амалии Донишгоҳи технологияи Тоҷикистон. 30 апрели соли 2015. «Ирфон», 2015.-С154-157.
- [15 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Такмили системаи савдои чакана ҳамчун самти асосии рушди соҳаи хизматрасонии Ҷумҳурии Тоҷикистон /Раҷабова Ф.Ҳ.// Паёми Донишгоҳи технологияи Тоҷикистон. 2014.-№1 (22). – С. 123-127.
- [16 - М]. Раҷабова Ф.Ҳ. Нақши миёнаравони тиҷоратӣ дар фаровонии бозор, рушди истиқлолият ва Ваҳдати миллии Тоҷикистон. /Раҷабова Ф.Ҳ.// Маводҳои конфронси илмӣ-амалии Донишгоҳи технологияи Тоҷикистон. Душанбе. ЭР-граф, 2012.- С. 105-107.

АННОТАЦИЯ

**на автореферат диссертации Раджабовой Фирузы Хайбуллоевны
на тему «Развитие розничной торговли на потребительском рынке
Республики Таджикистан»**

Ключевые слова: рыночная экономика, розничная торговля, потребительский рынок, рынок услуг, розничный товарооборот, анализ рынка, розничные торговые сети, цифровизация, зеленая экономика, ассортимент товаров

В автореферате изложено основное содержание диссертации по исследованию развития розничной торговли на потребительском рынке Республики Таджикистан.

Целью диссертационной работы является разработка теоретико-методических основ и конкретных предложений по совершенствованию оказания услуг розничной торговли на потребительском рынке Республики Таджикистан.

Объектом исследования являются розничные торговые предприятия и субъекты потребительского рынка Республики Таджикистан.

Предметом диссертационного исследования выступает совокупность экономических отношений на потребительском рынке в условиях устойчивого развития розничной торговли.

Область научных исследований соответствуют Паспорту номенклатуры специальностей ВАК при Президенте Республики Таджикистан по специальности 08.00.05 - Экономика сферы услуг (08.00.05.01- Торговля, коммерческие и бытовые услуги).

В диссертации изучены теоретико-методологические основы функционирования, роли и значения розничной торговли в системе рыночных отношений, уточнены направления оказания услуг розничной торговли, а также выявлены особенности и проблемы развития услуг розничной торговли на потребительском рынке. При этом автором проведен анализ современного состояния услуг розничной торговли, выявлены основные недостатки в торговом обслуживании, установлены тенденции и закономерности его развития на потребительском рынке Таджикистана. Дана оценка формам оказания услуг розничной торговли на потребительском рынке с учетом зарубежного опыта развития услуг розничной торговли и внедрение практики зеленого маркетинга на предприятиях розничной торговли. Также автором предложено схема рационального размещения предприятий розничной торговли, совершенствование инновационного механизма оказания услуг предприятиями розничной торговли на потребительском рынке. Обоснованы и разработаны перспективные направления повышения эффективности услуг розничной торговли в условиях цифровизации и реализации НСР-2030 в Республике Таджикистан.

Основные выводы и предложения, сделанные в диссертации, являются основным результатом, которые имеют научные и методические особенности и внедрены в планы Министерства экономического развития и торговли Республики Таджикистан. Также широко могут быть использованы в образовательном процессе по подготовке специалистов в области розничной торговли, коммерции и предпринимательства.

АННОТАТСИЯ

ба автореферати диссертатсияи Раҷабова Фирӯза Ҳайбуллоевна оид ба мавзӯи «Рушди савдои чакана дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон»

Калидвожаҳо: иқтисоди бозорӣ, савдои чакана, бозори истеъмолий, бозори хизматрасонӣ, гардиши моли чакана, таҳлили бозор, шабакаҳои савдои чакана, рақамикунонӣ, иқтисоди сабз, ассортименти мол.

Дар автореферат мухтавои асосии диссертатсия оид ба омӯзиши рушди савдои чакана дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон баён шудааст.

Мақсади таҳқиқот: таҳия намудани асосҳои назариявӣ методӣ ва пешниҳодҳои мушаххас оиди тақмили хизматрасониҳои савдои чакана дар бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон мебошад.

Объекти таҳқиқот - корхонаҳои савдои чакана ва субъектҳои бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон мебошад.

Предмети таҳқиқот - маҷмуи муносибатҳои иқтисодӣ дар шароити рушди савдои чакана дар бозори истеъмолий мебошад.

Мубоқати рисолаи номзадӣ ба шиносномаи ихтисоси илмӣ. Рисолаи мазкур ба Шиносномаи номенклатураи ихтисосҳои Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯйи ихтисоси 08.00.05 – Иқтисодиёти соҳаҳои хизматрасонӣ (08.00.05.01 – Савдо, тиҷорат ва хизматрасониҳои маишӣ) мувофиқат мекунад.

Дар диссертатсия асосҳои назариявӣ методии фаъолияти савдои чакана, нақш ва аҳамияти он дар системаи муносибатҳои бозорӣ таҳқиқ шудаанд. Самтҳои хизматрасонии савдои чакана равшан гардонида шуда, хусусият ва мушкилоти рушди он дар бозори истеъмолий муайян гардидаанд. Аз ҷониби муаллиф таҳлили вазъи муносири хизматрасонии савдои чакана анҷом дода шуда, камбудии асосӣ дар соҳа ва тамоюлу қонуниятҳои рушди он дар бозори истеъмолии Тоҷикистон муайян шудаанд. Ба арзёбии шаклҳои хизматрасонии савдои чакана бо дарназардошти таҷрибаи хориҷӣ ва татбиқи маркетинги сабз дар корхонаҳои савдои чакана диққат дода шудааст. Ҳамзамон, муаллиф нақшаи ҷойгиркунии оқилонаи корхонаҳои савдои чаканаро пешниҳод карда, тақмили механизми инноватсионии хизматрасонӣ дар бозори истеъмолиро пешниҳод намудааст.. Самтҳои дурнамои баланд бардоштани самаранокии хизматрасонии савдои чакана дар шароити рақамикунонӣ ва татбиқи Стратегияи рушди миллӣ – 2030 дар Ҷумҳурии Тоҷикистон асоснок ва таҳия шудаанд.

Хулоса ва пешниҳодҳои асосии диссертатсия хусусияти илмӣ ва методӣ дошта, ба нақшаҳои Вазорати рушди иқтисод ва савдои Ҷумҳурии Тоҷикистон ворид карда шудаанд. Онҳо инчунин метавонанд дар раванди таълими мутахассисон дар соҳаҳои савдои чакана, тиҷорат ва соҳибкорӣ васеъ истифода шаванд.

ANNOTATION

to the abstract of the dissertation by Firuza Khaibulloyevna Radjabova on the topic: “Development of Retail Trade in the Consumer Market of the Republic of Tajikistan”

Keywords: market economy, retail trade, consumer market, service market, retail turnover, market analysis, retail chains, digitalization, green economy, product assortment.

The abstract presents the main content of the dissertation focused on the study of the development of retail trade in the consumer market of the Republic of Tajikistan.

The purpose of the dissertation is to clarify the theoretical and methodological foundations and to develop a new approach to the provision of retail trade services in the consumer market of the Republic of Tajikistan.

The object of the study is retail trade enterprises and entities of the consumer market in the Republic of Tajikistan.

The subject of the dissertation is the totality of economic relations in the consumer market under conditions of sustainable retail trade development.

The research area corresponds to the Passport of Specialties of the Higher Attestation Commission under the President of the Republic of Tajikistan: 08.00.05 – Economics of the service sector (08.00.05.01 – Trade, commercial and consumer services).

The dissertation explores the theoretical and methodological foundations of the functioning, role, and significance of retail trade in the system of market relations. It clarifies the directions of retail trade services, and identifies the features and problems of service development in the consumer market. The author has analyzed the current state of retail trade services, identified key shortcomings in service delivery, and revealed trends and patterns of development in Tajikistan’s consumer market. The work evaluates the forms of retail trade services considering international experience and the introduction of green marketing practices in retail enterprises. A scheme for rational placement of retail enterprises is proposed, along with improvements to the innovative mechanism of service delivery in the consumer market. Prospective directions for increasing the efficiency of retail services in the context of digitalization and implementation of the National Development Strategy – 2030 in the Republic of Tajikistan are substantiated and developed.

The main conclusions and proposals of the dissertation have scientific and methodological value and have been included in the plans of the Ministry of Economic Development and Trade of the Republic of Tajikistan. They can also be widely used in the educational process for training specialists in the fields of retail trade, commerce, and entrepreneurship.

Ба чопаш 21.11.2025 имзо шуд.
Андозаи 60x84 1/16. Қоғази офсетӣ.
Адади нашр 100 нусха. 3,75 ҷузъи чопӣ.

734061, ш. Душанбе, кӯчаи Деҳотӣ, ½.
Матбааи «Точир»