

**МУАССИСАИ ДАВЛАТИИ ТАЪЛИМИИ
ДОНИШКАДАИ ИҚТИСОД ВА САВДОИ
ДОНИШГОҲИ ДАВЛАТИИ ТИЧОРАТИ ТОҶИКИСТОН**

**ВБД: 330 (575.3)
ТКБ: 65.9 (5Точ)
Қ - 30**

Бо ҳуқуқи дастнавис



ҚАМОЛИДДИНОВ СУҲРОБ РУСТАМҚОНОВИЧ

**АСОСҲОИ РАҚОБАТ ДАР БОЗОРИ СОҲАВИИ
ИҚТИСОДИЁТИ МИЛЛӢ
(дар мисоли бозори молҳои истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон)**

АВТОРЕФЕРАТИ

диссертатсия барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади
илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси
5.2.1. – Назарияи иқтисодӣ

ХУҶАНД-2026

Диссертатсия дар кафедраи назарияи иқтисодии МДТ Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон таҳия гардидааст.

Роҳбари илмӣ:

Ғазибеков Садриддин Арслонбекович - доктори илмҳои иқтисодӣ, профессори кафедраи менеҷмент ва маркетинги МДТ Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон

Муқарризони расмӣ:

Рауфӣ Абдуғаффор,

доктори илмҳои иқтисодӣ, профессори кафедраи маркетинги соҳавӣ ва байналмилалӣ Донишгоҳи технологияи Тоҷикистон

Тоҷидинова Зебохон Сангиневна, номзади илмҳои иқтисодӣ, муаллими калони кафедраи баҳисобирии муҳосиби Донишгоҳи давлатии молия ва иқтисоди Тоҷикистон

Муассисаи пешбар:

МД «Донишкадаи байналмилалӣ Хучанд»-и МД «Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва соҳибкорӣ Тоҷикистон»

Ҳимояи диссертатсия санаи «12» сентябри соли 2026 соати 9⁰⁰ дар маҷлиси шурои диссертатсионӣ 6D.KOA-004 назди Донишгоҳи миллии Тоҷикистон баргузор мегардад. Суроға: 734025, ш. Душанбе, кӯчаи Буни Ҳисорак, шаҳраки донишчӯён, бинои таълимии №8, ауд. 101. E-mail: shuro004@mail.ru, телефони котиби илмӣ: (+992) 90-242-66-55.

Бо диссертатсия дар китобхонаи илмӣ ва сомонӣ расмӣ Донишгоҳи миллии Тоҷикистон (www.tnu.tj) шинос шудан мумкин аст.

Автореферат « _____ » _____ соли 2026 фириастода шудааст.

Котиби илмӣ шурои диссертатсионӣ, 6D.KOA-004, номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсент



Гулов Ш.М.

МУҚАДДИМА

Мубрамии мавзӯи таҳқиқот. Дар шароити ҷаҳонишавии иқтисод ва гузариш ба модели истеҳсолоти пасоиндустриалӣ, рушди устувори иқтисоди миллӣ бе мавҷудияти муҳити солими рақобатӣ ва бозори пурқуввати истеъмолий ғайриимкон аст. Марҳилаи муосири рушди иҷтимоӣ-иқтисодии Ҷумҳурии Тоҷикистонро метавон ҳамчун марҳилаи ташаккули бозори истеъмолий арзёбӣ намуд, ки дар шароити шиддатёбии рақобат ғайриимконӣ худро амалӣ месозад. Рушди минбаъдаи механизмҳои бозорӣ бо афзоиши шиддатнокии ҳамкориҳои рақобатии байни субъектҳои иқтисодӣ ҳамроҳанг гардида, дар натиҷа ба шиддат ёфтани талабот нисбат ба нишондиҳандаҳои сифатии молу хизматрасониҳо оварда мерасонад ва ба таҳаввулоти сохтори иҷтимоӣ-иқтисодии ҷомеа мусоидат менамояд. «...Сарфи назар аз тамоюли номусоиди пешрафти сохторӣ... густариши рақобат шартӣ муҳимми афзоиши иқтисодиёти ҷумҳурӣ мебошад»[4]. Дар чунин шароит, масъалаи таҳкими рақобат ва баланд бардоштани рақобатпазирии субъектҳои хоҷагидорӣ дар бозори молҳои истеъмолий ба яке аз самтҳои муҳимми сиёсати иқтисодии давлат табдил ёфтааст. Рақобат на танҳо омилҳои асосии баланд бардоштани самаранокии истеҳсолот ва коҳиши арзиши молҳо мебошад, балки воситаи муҳимми ҳавасмандгардонии рушди инноватсионӣ, истифодаи оқилонаи захираҳо ва беҳтаршавии сатҳи зиндагии аҳоли ба ҳисоб меравад.

Дар ин бобат, дар Паёми Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон мухтарам Эмомалӣ Раҳмон ба Маҷлиси Олӣ хеле бамаврид қайд шуда буд: «...минбаъд ба ҷанбаҳои сифатии рушди иқтисоди миллӣ, таъминоти неруи инсонӣ, бо истифода аз технологияҳои муосир ва ҷорӣ намудани инноватсия, вусъат додани истеҳсоли маҳсулоти ниҳойӣ, баланд бардоштани ғайриимконӣ иқтисодии аҳоли, таъмили низомии дастгирии соҳибкориву сармоягузорӣ ва тавсеаи иқтисодиёти рақамӣ диққати аввалиндараҷа дода шавад. Шиддат гирифтани рақобати тижоратӣ миёни кишварҳо моро вазифадор месозад, ки дар самти пешгӯии ҳавфҳо ва коҳиш додани таъсири онҳо ба иқтисоди миллӣ, инчунин, баланд бардоштани рақобатнокии маҳсулоти истеҳсоли ватанӣ тадбирҳои зарурӣ андешем»[3].

Ҳамчунин, дар «Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030» махсусан таъкид карда шудааст, ки «...дар марҳилаи муосири рушди иқтисодиёти миллӣ масъалаҳои марбут ба фароҳам овардани шароити мусоид барои соҳибкорӣ бо роҳи инкишоф додани рақобат дар бозорҳои молӣ мубрамияти ҳоса касб мекунанд»[2, с.12].

Бо вучуди ин, таҳлили вазъи кунунии бозори молҳои истеъмолии Тоҷикистон нишон медиҳад, ки механизмҳои рақобат ҳанӯз пурра ташаккул наёфтаанд. Монеаҳои воридшавӣ ба бозор, мавҷудияти унсурҳои монополистӣ, норасоии инфрасохтори муосири бозорӣ ва сатҳи пасти инноватсия ба рушди самараноки рақобат монеа эҷод менамоянд.

Аз ин рӯ, таҳқиқи назариявӣ ва амалӣ намудани асосҳои илмӣ рақобат дар бозори соҳавӣ иқтисодиёти миллий, бо назардошти хусусиятҳои бозори молҳои истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон, дорои аҳаммияти баланди илмӣ ва амалӣ мебошад. Натиҷаҳои чунин таҳқиқот метавонанд барои такмили сиёсатҳои давлатӣ дар соҳаи танзими рақобат, рушди бахшҳои истеҳсоли ва тақвияти иқтидори иқтисодии миллий хидмат намоёнд. Бинобар ин, таҳқиқи назария ва амалии инкишофи рақобат, таҳияи муносибатҳои методӣ ба арзёбии вазъи бозори молҳои истеъмолӣ дар низоми иқтисодиёти бозорӣ муобрамияти мавзӯ ва аҳаммияти кори диссертатсиониро муайян мекунад.

Дарачаи таҳқиқи мавзӯи илмӣ. Нақши назаррасро дар ташаккулёбии асосҳои назарияи умумии рақобат олимони илми иқтисод ба монанди: А. Смит[25], Д.Рикардо[23], К.Маркс[16], Ё.А. Шумпетер[65], Э.Чемберлин[31], Ҷ.Робинсон[24], А.Маршалл[61], М.Портер[20] ва дигарон гузоштаанд. Аз ҷумла, Адам Смит - мафҳуми «дасти ноаён»-ро пешниҳод кард, ки «рақобатро ҳамчун қувваи танзимкунандаи бозор...»[25] мешуморад; Давид Рикардо – «назарияи афзалияти нисбӣ...»[23]-ро таҳия намуда, нақши рақобатро дар тақсими меҳнат нишон дод; «...механизми рақобати дохилисоҳавӣ ва байнисоҳавӣ»[16]-ро Карл Маркс таҳқиқ кардааст; Йозеф Шумпетер исбот кард, ки монополия ва рақобат ҳамзистӣ карда метавонанд, ӯ монополияро, ки ғоидаи фавқулодари аз ҳисоби навгонӣ таъмин мекунад, «монополияи самарабахш...»[65] номид; Э.Чемберлин муаллифи «назарияи рақобати монополистӣ...»[31] мебошад ва талаботро таҳти таъсири пешниҳодот таҳқиқ мекунад; Ҷ.Робинсон «назарияи рақобати номукамал...»[24]-ро коркард намуд, ки дар он ҳеҷ як аз бозигарон нархи молро муайян карда наметавонанд. Ӯ исбот намуд, ки монополия ба истисмор ва тақсими ғайрисамарабахши захираҳо оварда мерасонад, ки даҳлати давлатро талаб мекунад; Алфред Маршалл рақобати озодро ҳамчун «шарти тавозуни бозор...»[61] тавсиф кард; дар иқтисоди муосир - Майкл Портер назарияи «панҷ қувваи рақобат»-ро пешниҳод кардааст, ки асоси таҳлили рақобат дар соҳаҳои гуногуни иқтисодӣ мебошад. Ба инкишофи «назария ва амалии афзалиятҳои соҳавӣ, дохилисоҳавӣ рақобат, рақобати миллий ва байналхалқӣ...»[20] саҳми арзанда гузоштааст.

Масъалаҳои назариявӣ ва амалии ташаккулёбӣ ва рушди бозорҳои алоҳидаи молиҳои соҳавӣ Тоҷикистон дар таҳқиқоти олимони ватанӣ баррасӣ шудаанд, аз ҷумла: Ҳ.Н. Фақеров[27] - бозори истеъмолӣ дар заминаи ташаккули маҷмааҳои савдои иқтисодӣ, С.А. Газибеков[13] - масоили амалии бозсозии бозор ва рақобати соҳаи савдо, М.М. Шарифзода[32] - модели рақобатпазирии бозори ватании молҳои истеъмолӣ, С.Зубайдов[46] - ҷанбаҳои ташкилию иқтисодии такмили бозори истеъмолӣ дар шароити иқтисоди инноватсионӣ ва дигарон.

Дар байни қорҳои илмӣ муҳаққиқони ватанӣ ва хориҷӣ, ки умуман ё бевосита ба таҳқиқи масъалаҳои мушаххаси назариявӣ ва методологии рақобат, таъмини устувори рақобату рақобатпазирии соҳавӣ бахшида

шудаанд, асарҳои илмӣ А.Рауфӣ «Иқтисодиёти рақобатпазир...»[21], А.М. Раҳимов «Муаммоҳои баланд бардоштани рақобатпазирии иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон...»[22], Қ.Х. Хушвахтзода «Рақобатпазирии хоҷагиҳои деҳқонӣ (фермерӣ) дар бозори агроозуқаворӣ минтақа...»[29], А.Ҳақимов «Иқтисоди миллӣ: асосҳои беҳатарӣ ва рақобатпазирӣ...»[30], Тоҷидинова З.С. «Демонополизатсияи иқтисодиёт - сиёсати давлатӣ оид ба рушди рақобат...»[64], Ф.М. Улмасов «Баланд бардоштани рақобатпазирии иқтисодиёти миллӣ...»[51], Р.А. Каримов «Хусусиятҳои ташаккули муносибатҳои рақобатӣ дар шароити гузариш ба рушди устувори хоҷагии кишлоқ...»[47], М.Б. Чураев «Ташаккули рақобатнокии низомии иқтисодии минтақа...»[52], З.Ҷ. Валиев «Роҳҳои баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзӣ...»[42], В.С.Осипов «Теория и методология конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов...»[48], Г.Ю. Гуляев «Особенности развития конкуренции в современной экономике России...»[43], М.В. Дмитриева «Роль конкуренции в микроэкономических процессах переходного периода...»[44] ва дигарон мақоми ҳоса доранд, ки бевосита масоили мазкурро мавриди таҳлил ва арзёбӣ қарор додаанд.

Аммо, новобаста ба таҳқиқоти илмӣ ва қорқардҳо як қатор масъалаҳои назариявӣ ва амалии мубрами он вобаста ба таҳқиқи марҳилаҳои рушди назарияи рақобат, муносибатҳои рақобатӣ, мукамалгардонии танзими давлатии рақобат, арзёбии сатҳи рақобат, самтҳои асосии баланд бардоштани рақобатпазирӣ дар бозори молҳои истеъмолӣ ба таври муфассал, пурра, амиқ, таҳқиқ ва баррасӣ нашудаанд.

Зарурати ҳалли масъалаҳои зикршуда дар марҳилаи муосир, рушди бозори молҳои истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистонро, аз ҷумла дар доираи мушаххас кардани нақши рақобат дар рушди бозор, танзими муносибатҳои рақобатӣ, арзёбии сатҳи рақобат, муайян намудани стратегия ва самтҳои асосии баланд бардоштани рақобатпазирӣ, пешниҳодҳои амалӣ барои беҳтар кардани муҳити рақобат тақозо менамояд. Ҳамин тавр, аҳамияти назариявӣ ва амалии масъалаҳои болозикршуда, инчунин зарурати ҷустуҷӯи роҳҳои мукамалгардонии он ба интиҳоби мавзӯи диссертатсия ва мақсаду вазифаҳои он сабаб гардид.

Робитаи таҳқиқот бо барномаҳои (лоиҳаҳои) ва ё мавзӯҳои илмӣ. Мавзӯи таҳқиқоти диссертатсионӣ дар заминаи муқаррароти барномаҳои стратегияи давлатӣ, «Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030» таҳия гардида, ба афзалиятҳое, ки дар «...Боби 1, банди 1.1. Дар самти баландбардорӣ рақобатпазирии иқтисоди миллӣ; 1.4. Баланд бардоштани самаранокӣ, гуногуншаклӣ ва рақобатпазирии баҳши воқеии иқтисодиёт...»[2], ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 1 декабри соли 2016 №636 тасдиқ шудааст, мутобиқат менамояд; ба талаботи Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон «...Дар бораи ҳимояи рақобат»[1] (аз 19.07.2022 №1912, аз 15.03.2023 №1857) мувофиқат мекунад. Қори диссертатсионӣ дар доираи нақшаи қорҳои илмӣ-таҳқиқотии кафедраи назарияи иқтисодии МДТ

Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон барои солҳои 2021-2024 иҷро гардидааст.

ТАВСИФИ УМУМИИ ТАҲҚИҚОТ

Мақсади таҳқиқот. Мақсади таҳқиқоти диссертатсионӣ асосноккунии равишҳои концептуалӣ оид ба ташаккули ва мукамалгардонии асосҳои рақобат дар бозори соҳавии иқтисодиёти миллий мебошад. Дар доираи ин мақсад, тамоюлҳо, сабабҳо ва василаҳои таъсиррасон ба густариши рақобат дар сатҳи бозори молҳои истеъмоли таҳқиқ гардида, самтҳои тақмили назариявӣ ва методологии танзими рақобат асоснок карда мешаванд. Ҳамзамон, таҳқиқот ба таҳияи моделҳои назариявӣ ва пешниҳодҳои стратегӣ барои рушди рақобат дар бозори соҳавӣ равона гардидааст, ки татбиқи онҳо метавонад ба баланд бардоштани самаранокии иқтисоди миллий ва рушди устувори он мусоидат намояд.

Вазифаҳои таҳқиқот. Дар диссертатсия барои ноил гардидан ба мақсад, вазифаҳои зерин гузошта шудаанд:

- омӯзиши пояҳои илмӣ - назариявии муносибатҳои рақобатӣ, равшан намудани ҷанбаҳои калидии мазмун ва сохтори бозори рақобати соҳавӣ, муайян кардани асосҳои илмӣ танзими давлатии рақобат дар бозори молҳои истеъмоли;

- таҳлили тамоюлҳои муосир ва арзёбии ҳолати умумии рушди бозори молҳои истеъмоли дар заминаи густариши муносибатҳои рақобат;

- муайян намудани муаммоҳо ва омилҳои асосии ба ташаккул ва рушди рақобат дар шароити муосир таъсиррасонанда;

- пажӯҳиши бартариятҳои рақобатӣ ва муайянсозии самтҳои афзалиятноки тақвияти рақобатпазирии субъектҳои бозор.

Объекти таҳқиқот раванди ташаккули рақобат ва рақобатпазирии бозори молҳои истеъмоли чун қисми соҳаи иқтисодиёти миллий мебошад.

Мавзӯи (предмет) таҳқиқот маҷмуи муносибатҳои рақобатӣ, ки дар раванди рушди бозори молҳои истеъмолии иқтисодиёти миллии Тоҷикистон ба вуҷуд меоянд, дар бар мегирад.

Фарзияи таҳқиқот аз он иборат аст, ки байни раванди ташаккули бозорҳои соҳавӣ ва муҳити рақобат алоқаи зич мавҷуд буда, ошкор сохтану ба ҳисоб гирифтани он ба баланд бардоштани самаранокии ва рақобатпазирии субъектҳои имкон медиҳад, ки таҳвили молро ба бозори молҳои истеъмоли чун агентҳои мустақил дар иқтисодиёти бозорӣ амалӣ мегардонанд.

Асосҳои назариявии таҳқиқот дар он аст, ки ҳулоса ва пешниҳоди аз ҷониби муаллиф дар заминаи омӯзиши асарҳо ва таҳқиқоти илмӣ олимони хориҷӣ ва ватанӣ, инчунин, истифодаи маводди сомонҳои интернетӣ ва нашрияҳои даврӣ ба даст омадаанд, илман асоснок карда шуда, барои ҳалли масъалаҳои ҷойдошта, бо мақсади таъмини рақобатпазирии бозори соҳавии иқтисодиёти миллий равона гардидаанд.

Асоси методологии таҳқиқот. Барои ноил гардидан ба ҳадаф ва иҷрои вазифаҳои дар кори диссертатсионӣ гузошташуда, усулҳои иқтисодӣ-оморӣ, муқоиса, таҳлил ва синтез, графикӣ, эконометрикӣ (коррелятсионӣ-регрессионӣ), экстраполятсионӣ (имтидод) ва дигар усулҳои таҳқиқот бо истифода аз барномаҳои компютерӣ, истифода шудаанд.

Сарчашмаи маълумот. Сарчашмаи маълумотро дар таҳқиқоти мазкур иқтибос аз Паёмҳои Асосгузори сулҳу ваҳдатӣ миллӣ-Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ба Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон, маводҳои нашргардидаи Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, инчунин иттилооти мақомоти иҷроияи ҳокимияти давлатӣ дар маҳалҳо ташкил додаанд. Дар чараёни иҷрои вазифаҳои гузошташуда дар таҳқиқоти илмӣ ба таври васеъ санадҳои меъёрии ҳуқуқии Ҷумҳурии Тоҷикистон, Вазорати рушди иқтисод ва савдо, маводди таҳлилий ва ҷамъбастии таҳқиқоти хориҷию ватанӣ мавриди истифода қарор дода шуданд.

Пойгоҳи таҳқиқот. Таҳқиқоти диссертатсия дар назди кафедраи назарияи иқтисодии МДТ Донишқадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон дар давраи солҳои 2021-2024 иҷро шудааст.

Навгонии илмӣ таҳқиқоти диссертатсия. Навгониҳои илмӣ таҳқиқоти диссертатсионӣ дар ғанигардонӣ ва рушди назарияи рақобати бозори молҳои истеъмолий, тақмили сиёсати самараноки давлатӣ дар соҳаи рақобат, қоркарди тавсияҳои илмӣ-амалӣ оид ба баланд бардоштани самаранокии фаъолияти субъектҳои бозор, рақобатпазирии маҳсулот ва таҳкими мавқеи молҳои ватанӣ дар бозори дохилӣ инъикос меёбад. Натиҷаҳои назарраси таҳқиқоти диссертатсионӣ, ки унсурҳои навгонии илмиро дар бар мегиранд, инҳо мебошанд:

1. Консепсияи назариявии муносибатҳои рақобатӣ низомбандӣ шуда, дар заминаи он асоснок гардидааст, ки дар шароити муносири рушди иқтисодӣ, рақобати ғайринархӣ тадриҷан ба омили асосии танзимкунанда ва муайянкунандаи самаранокии фаъолияти бозори молҳои истеъмолий табдил меёбад, ки ба тақмили сифати мол ва хизматрасонии баъди фурӯш асос ёфтааст. Асосҳои назариявии танзими давлатии рақобат муайян ва асоснок карда шуда, зарурат ва ҳадафмандии танзими давлатии бозори истеъмолий дар сегменти маҳсулоти озуқаворӣ иқтисодиёти ватанӣ исбот карда шудааст, ки он ба масоили рӯзмарраи ҳалталаб асоснок карда мешавад. Инкишоф ёфтани бахши ғайрирасмӣ, самарабахшии пастӣ амали институтӣ ҳифзи ҳуқуқи истеъмолкунандагон, ҳамкорӣ ғайриқаноатбахши намояндагони бизнес дар бахши истеъмолий бо ташкилотҳои ҷамъиятӣ, ҳамчунин бо мақомоти давлатӣ, зиёд будани ҳиссаи табақаи аҳоли бо пардохтпазирии паст аз он ҷумлаи он аст.

2. Тамоюлотӣ муносири ва хусусиятҳои рушди бозори молҳои истеъмолий дар шароити амикрафти муносибатҳои рақобатӣ муайян карда шуданд. Масоили рушди бозори ватании молҳои истеъмолий аз рӯи се муносибати

меъёрий низомбандӣ шудаанд. Аз ҷумла, аз рӯи муносибати институтсионалӣ: такмил наёфтани санадҳои меъёрии ҳуқуқӣ, ки бахши линхониро дар бозор танзим мекунанд, огоҳӣ надоштан дар бораи тағйироти рушди бозор, набудани стратегияи савдо дар ин самт; муносибати соҳавӣ: суръати сусти афзоиши савдои яклухт, сатҳи пасти ҳамкориҳои байни сохтори хусусӣ ва давлатӣ, набудани тафрикаи бозори истеъмолӣ; муносибати инфрасохторӣ: ба стандартҳои ҷаҳонӣ мувофиқ набудани принципҳои ташкили савдо, нокифоягӣ ва сатҳи пасти инфрасохтори нигоҳдорӣ мол, технологияи қафомондаи савдо.

3. Асоснок карда шудааст, ки шиддатнокии рақобатро дар бозори серсоҳаи молҳои истеъмолӣ омилҳои зиёди боздоранда ва мусоидаткунанда муайян менамоянд. Ба омилҳои боздоранда мансубанд: дар мамлакат бозори молҳои истеъмолӣ бо соҳаи кишоварзӣ зич алоқаманд аст, ки он хусусияти майдамоли дошта, хароҷоти соҳа баланду сатҳи даромадноқӣ паст аст; раванди истеҳсоли молҳо стандартӣ амалӣ мегардад; шумораи зиёди субъектҳои иқтисодӣ дар шакли ғайримарказонидашуда фаъолият мекунанд, ки ин хусусият аз набудани самараи миқёс (эффект масштаба) шаҳодат медиҳад; имичи тамғаи савдо паст мебошад; стратегияи маркетингӣ вучуд надорад; таъсири давлатии инвестисионӣ, маъмурий, андозӣ, беруниқтисодӣ ба субъектҳо вучуд дорад, ки шиддатнокии рақобатро дар соҳа коҳиш медиҳад. Ба омилҳои мусоидаткунанда мансубанд: афзоиши талабот ба молҳои истеъмолӣ, музди меҳнати миёна, хароҷоти аҳоли, афзоиши ҳаҷми хизматҳои пулакӣ.

4. Афзалиятҳоро дар рушди бозори молҳои истеъмолӣ таҳия намуда, пешниҳодоти зерин оид ба баланд бардоштани бартарҳои рақобатӣ асоснок гардидаанд: ташаккули муҳити мусоиди рақобат барои фаъолияти хоҷагидорӣ бизнес-сохторҳо; ҳавасмандгардонии истеҳсолкунандагони маҳаллӣ, ки ба бозор моли хушсифатро пешниҳод мекунанд; ба вучуд овардани инфрасохтори мувофиқ; дар бозори молҳои истеъмолӣ ҷорӣ намудани навгониҳои технологӣ, ҷараёнҳои инноватсионӣ ва маҳсулотҳои нав.

Нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда:

- асоси назариявии рушди рақобат бо дарназардошти таҳаввулоти таърихии марҳилаҳои ташаккули назарияи рақобат мавриди таҳқиқ қарор гирифта, дар заминаи ин таҳлил таърифи муаллифии рақобат чун ҳамоҳангсозандаи манфиатҳои истеҳсолкунанда, истеъмолкунанда, давлат ва бозор пешниҳод гардидааст;

- хусусиятҳои рушди бозори молҳои истеъмолӣ дар шароити рақобат таҳлил гардида, муносибатҳои меъёрий низомбандӣ ва мундариҷаи онҳо дар заминаи рушди бозори ватании молҳои истеъмолӣ кушода дода шудааст;

- шиддатнокии рақобат дар бозори серсоҳаи молҳои истеъмолӣ асоснок гардида, мазмуну моҳияти омилҳои боздоранда ва мусоидаткунандаи рушди рақобат ошкор карда шудааст;

- асоси назариявии стратегияи рақобат ҳамчун модели умумии фаъолияти иқтисодӣ дар муҳити тағйирёбандаи бозор асоснок карда шуда, модели назариявии ташаккули стратегияи рақобатӣ таҳия гардида, самтҳои афзалиятноки баланд бардоштани рақобатпазирии бозори молҳои истеъмолий дар асоси тақмили механизмҳои институтсионалӣ ва истифодаи имкониятҳои инноватсионӣ пешниҳод карда шудаанд.

Аҳаммияти назариявӣ ва амалии таҳқиқот дар он ифода меёбад, ки муқаррароти асосии концептуалии назариявии он, ки дар намуди муқаррароти илмӣ оид ба ташаккулу танзими асосҳои рақобатии бозори молҳои истеъмолий дар соҳаи савдо ироа гардидаанд, метавонанд ба инкишофи назарияи бозорҳои соҳавӣ, назарияи рақобат сахм гузоранд.

Муқаррароти назариявӣ ва пойгоҳи методии дар раванди таҳқиқи диссертатсионӣ коркард гардида, ҳулосаҳо ва тақлифҳои амалӣ барои танзими бозори молҳои истеъмолий метавонанд аз ҷониби Вазорати рушди иқтисод ва савдои ҚТ ва дигар мақомоти давлатии ҳокимияти иҷроияи минтақаҳои ҷумҳурӣ ҳангоми коркарди барномаҳои минтақавии рушди иҷтимоии иқтисодии Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди истифода қарор гиранд.

Натиҷаҳои муҳимми таҳқиқот аз тарафи Раёсати рушди иқтисод, савдо ва мониторинг дар вилояти Суғд истифода гардидааст (асос: маълумотномаи №20/1-7 аз 23.02.2024).

Коркардҳои назариявиро амалии таҳқиқот дар ҷараёни тадريسӣ фанҳои таълимии «Назарияи иқтисод», «Микроиқтисод», «Иқтисодиёти савдо ва ҳӯроки омма», «Менечменти стратегӣ», «Идоракунии рақобатпазирии корхонаҳо» низ ба таври васеъ истифода карда мешаванд. Муқаррароти алоҳидаи рисола дар ҷараёни таълим дар Донишқадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон дар амал татбиқ гардидааст (асос: маълумотномаи № 893 аз 31.12.2022).

Эътимоднокии натиҷаҳои диссертатсияро таҷрибаҳои гузаронидашуда, мушоҳидаҳо, дақиқии маълумотҳо, кифоягии ҳаҷми маводди таҳқиқотӣ, коркарди омории натиҷаҳои тадқиқот ва интишорот дар конференсҳои илмӣ-амалии сатҳи гуногун тасдиқ мекунанд. Ҳулоса ва тавсияҳо оид ба истифодаи амалии таҳқиқот дар асоси таҳлили илмӣ натиҷаи таҳқиқотҳои назариявӣ ва таҷрибавӣ пешниҳод карда шудаанд.

Мутобиқати диссертатсия ба шиносномаи ихтисосҳои илмӣ. Таҳқиқоти диссертатсионӣ ба талаботи бандҳои зерини Шиносномаи ихтисосҳои КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯйи ихтисоси: 5.2.1. – Назарияи иқтисодӣ, бандҳои: 1.1. Иқтисоди сиёсӣ: сохтор ва қонуниятҳои рушди муносибатҳои иқтисодӣ; манфиатҳои иқтисодӣ; ташаккул ва амалкарди сохтору институтҳои иқтисодӣ; назарияи бахши хусусӣ дар иқтисодиёт; 1.2. Назарияи микроиқтисод: назарияи талаботи истеъмолий; назарияи ташкили бозорҳо; назарияи рақобат ва танзими зиддиинҳисорӣ; 1.4. Назарияи иқтисодии ниҳодӣ ва таҳаввулотӣ: назарияи таҳаввулоти пешравии иқтисодӣ, мувофиқат менамояд.

Саҳми шахсии довталаби дарачаи илмӣ дар таҳқиқот. Интиҳоби мавзӯи диссертатсия, тартиб додани нақшаи таҳқиқоти диссертатсионӣ, тавсифи мухтасари сарчашмаҳо, таълифи мақолаҳо, ҷамъоварию коркарди додаҳои оморӣ, навиштани корро унвончӯ мустақилона бо назардошти комёбиҳои илми ватанию хориҷӣ оид ба мавзӯи мавриди таҳқиқ иҷро намудааст. Ғояҳои асосӣ, муқаррароти назариявӣ, хулосаю тавсияҳои амалӣ, ки дар худ навгонии илмӣ ва аҳаммияти амалии корро таҷассум сохтаанд, шахсан аз ҷониби муаллиф коркард гардидаанд.

Тасвиб ва амалисозии натиҷаҳои диссертатсия. Натиҷаҳои асосӣ ва муҳимми диссертатсия дар конференсияҳои илмӣ-амалии сатҳи байналмилалӣ чумхуриявӣ, миқдори муваффақ ва семинарҳои илмӣ-методӣ, ки дар Донишқадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон ва берун аз он гузаронида шудааст, аз ҷониби унвончӯ ироа гардидааст. Аксарияти мақолаҳои муаллифи диссертатсия дар солҳои 2012-2024 дар Донишгоҳи миллии Тоҷикистон, Донишгоҳи давлатии Хучанд ба номи академик Бобочон Ғафуров, Донишгоҳи давлатии ҳуқуқ, бизнес ва сиёсати Тоҷикистон, Донишқадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон рӯйи ҷоп омадаанд. Алаҳусус дар конфронсҳои байналмилалӣ илмӣ-амалӣ (Механизмҳои самаранокӣ рушди инноватсионӣ ва технологияи ҷомеаи муосир (4-5 декабри соли 2012). Украина, Житомир: Донишгоҳи давлатии технологияи Житомир; Рушди инсон ҳамчун омилҳои пойдории минтақа (11-12 марти соли 2013). Тоҷикистон, Хучанд: Донишқадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон; Тичорати шабакавӣ ва тичорати дохилии Украина ва кишварҳои ИДМ (15-16 апрели соли 2015). Украина, Полтава: ПУЭТ), конфронсҳои чумхуриявӣ (Баланд бардоштани эътимоднокӣ ва истифодаи техникаи кишоварзӣ дар соҳаи комплекси агросаноатӣ (2022). Тоҷикистон, Душанбе: Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон ба номи Шириншоҳ Шохтемур; Масъалаҳои мубрами истифодаи энергияи сабз ва мошин-олотҳои энергиясарфкунанда дар шароити соҳаи механикони кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон (04 ноябри соли 2023). Тоҷикистон, Душанбе: Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон ба номи Шириншоҳ Шохтемур), конфронсҳои донишгоҳӣ (Ташаққул ва рушди устувори иқтисодӣ Тоҷикистон (22-30 апрели соли 2015). Тоҷикистон, Хучанд: Донишқадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон). Натиҷаҳои асосии таҳқиқоти диссертатсияи илмӣ муаллиф дар ҷаласаи кафедраи назарияи иқтисодӣ Донишқадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон пешниҳод ва муҳокима карда шудаанд.

Интишори натиҷаҳои таҳқиқот. Доир ба мавзӯи таҳқиқоти диссертатсионӣ 10 мақолаи илмӣ, аз ҷумла 7 мақола дар маҷаллаҳои тақризшавандаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷоп гардидааст. Ҳаҷми умумии интишороти илмӣ оид ба мавзӯи рисола 3,27 ҷузъи ҷопиро ташкил медиҳад.

Соҳтор ва ҳаҷми таҳқиқот. Диссертатсия аз муқаддима, се боб, хулоса ва тавсияҳо оид ба истифодаи амалии натиҷаҳои таҳқиқот, рӯйхати адабиёти истифодашуда, ки фарогирии 161 номгӯй мебошад, интишорот аз рӯйи мавзӯи диссертатсия ва 6 замима иборат аст. Кор дар 193 саҳифаи матни компютерӣ баён гашта, 13 ҷадвал, 21 расмро фаро мегирад.

МУҲТАВОИ АСОСИИ ДИССЕРТАТСИЯ

Дар муқаддима мубрамияти мавзӯи диссертатсионӣ муайян гардида, дараҷаи инкишофи он дар адабиёти илмӣ нишон дода шуда, сатҳи таҳқиқоти илмӣ он, мавзӯ ва объекти таҳқиқот, мақсад ва вазифаҳо, муқаррароти Ҳимояшаванда, навоварии илмӣ, аҳаммияти назариявӣ амалии таҳқиқот, дараҷаи эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқот ва мутобикати диссертатсия ба шиносномаи ихтисоси илмӣ инъикос шудааст. Инчунин, саҳми шахсии довталаби дараҷаи илмӣ дар таҳқиқот, тасвиб ва амалисозии натиҷаҳои таҳқиқот, интишорот аз рӯйи мавзӯи диссертатсия, ҳамчунин соҳтор ва ҳаҷми диссертатсия муайян ва нишон дода шудааст.

Дар боби аввали диссертатсия «**Асосҳои назариявии таҳқиқоти муносибатҳои рақобатӣ**» асосҳои назариявии инкишофи рақобат дар илми иқтисодӣ, ҷанбаҳои концептуалии танзими давлатии рақобат, баҳои стратегии ташаккули муносибатҳои рақобатпазир дар бозори молҳои истеъмолӣ мавриди омӯзиш ва таҳқиқ қарор дода шудааст.

Имрӯзо мафҳуми «рақобат» ба ҳаётамон ворид шуда, ба мазмун ва моҳияти он таъсири ҷиддӣ мерасонад. «...Рақобат амалан дар ҳамаи соҳаҳои фаъолияти иқтисодӣ зоҳир гардида, раванди бефосилаи рақобатро байни субъектҳои хоҷагидорӣ ифода менамояд»[35], ки ҷомеа дар раванди фаъолияти ҳаррӯзаи худ бо он рӯ ба рӯ мешавад. Бинобар ин, Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ-Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон таъкид сохтанд, ки «...таҳкурсии асосии бунёди давлати аз нигоҳи иқтисодӣ пешрафта ва мунтазам рушдбанда ташаккули иқтисоди бозории қобили рақобат ва муосир мебошад»[4].

Дар диссертатсия қайд шудааст, ки рақобат ҳамчун падидаи иҷтимоӣ иқтисодӣ бо табиати иҷтимоии инсон алоқамандии ногуфтаи дошта, бо истифода аз ин истилоҳ метавон дараҷаи рушди имрӯзаи бозорро ҳам дар кишвар ва ҳам дар соҳаҳои алоҳидаи он арзёбӣ кард. Рақобат ба муносибатҳои бозории ҷомеаи муосир ворид шуда ҳар қадаре, ки мақоми он афзояд, сатҳи рушди соҳаи баландтар мешавад.

Бо мақсади муайян кардани хусусиятҳои моҳияти рақобат, муаллиф муқаррароти асосӣ ва самтҳои афкори иқтисодиро, ки ба ташаккул ва рушди назарияи рақобат таъсири калон расондаанд, ошкор намуд.

Бо назардошти равандҳои ҷаҳонишавӣ, дар таҳқиқи падидаи рақобат тағйирот дар самт ва афзалиятҳои илмӣ ба амал омаданд, ки дар мадди аввал вазифаҳои муайян, аз ҷумла: таҳлили афзалиятҳои рақобатӣ, ба мавқеи

пешсаф баромадан, ташаккули стратегияҳои пешсаф аз рақибон ва ворид шудан ба бозорҳои нав, қарор гирифтаанд.

Муаллиф инчунин панҷ марҳилаи ташаккули назарияи рақобатро муайян кардааст:

✓ **марҳилаи аввал** – марҳилаи рақобати пеш аз капиталистӣ. «...Рақобат байни истеҳсолкунандагони мол барои шароити мусоиди истеҳсол»[35] ва фуруши мол бо мақсади ба даст овардани даромади бештар сурат мегирад. Муносибат байни иштирокчиён дар бозор бо назардошти хусусиятҳои ногаҳонӣ, номуайяни ва номунтазамии рақобат шиддат мегирад ва аз таъсири омилҳои бозор вобастагии калон дорад;

✓ **марҳилаи дуюм** – ба рақобати озод майл дорад. Аввалин маротиба, маҳз дар ин марҳила мақаррароти мукамалӣ механизми рақобат ба миён омад, ки аз ҷониби классикони иқтисоди сиёсӣ А.Смит[25], Д.Рикардо[23], Ч. Милл[18], К.Маркс[16], А.Курно[63] ва дигарон баррасӣ карда шуд. Нуктаи асосӣ дар ин марҳила он буд, ки рақобат як қизи муқаррарӣ аст, соҳаҳои иқтисодиро пурра дар бар гирифта, маҳз ба омилҳои субъективӣ таъя мекунад;

✓ **марҳилаи сеюм** – рақобати монополистӣ (охирӣ асри XIX). Намояндагони ин самт Ч.Б. Кларк[58], А.Маршалл[17], В.Парето[19], Д.В. Робинсон[24], Э.Чемберлин[31] ва дигарон дар омӯзиши таъсири рақобат ба раванди нархгузори як қадам пеш гузошта диққати асосиро ба ташаккули сохторҳои монополӣ ва монополия равона намуданд. Дар ин марҳила назари куллан нав ба сохторҳои бозор ташаккул меёбад;

✓ **марҳилаи чаҳоруми рушди рақобат** – рақобати муосир мебошад, ки тақрибан пас аз ҷанги дуҷуми ҷаҳонӣ оғоз ёфта, то имрӯз идома дорад. Намояндагон Ч.М. Кларк[57], Ф.Хайек[38], М.Портер[19], Р.А. Фатхутдинов[28], Г.Л. Азоев[12] ва дигарон. Ин марҳила бо он тавсиф мешавад, ки рақобат на танҳо ба монополия роҳ надод, балки чун нуруи пурқуввати рушди иқтисодӣ эҳё шуд;

✓ **марҳилаи панҷуми рушди рақобат** – марҳилаи «навтарин» - ба навҷорисозӣ майл дошта (Б.Адам ва Б.Нейлбафф[54], М.Брун[34, с.104], А.Адлер[53], Д.Тапскотт ва Г.У.Чесбро[26], К.Клейтон[15], Д.Ф. Мур[55], А.Ю. Юданов[33]), дар мубориза бо рақибон ба истифода бурдани моделҳои нав нигаронида шуда, ба гузаштани рақобат аз як сатҳ ба сатҳи дигар мусоидат мекунад, зеро дар шароити ҷаҳонишавии гиперрақобат ё рақобати бисёрҷанба эҷод кардани инноватсия ва рақобат дар танҳои амалан ғайриимкон мегардад. Ин ҳолат рақибони собиқро водор мекунад, ки ба ҳамкории мутақобилан судманд муроҷиат кунанд, яъне «рақобати муштарак».

Дар ин ҷода, аз ҷониби муаллиф саҳми мактаби ватанӣ дар рушди назарияи рақобат низ муайян карда шудааст (ҷадвали 1).

**Чадвали 1. - Рушди назарияи рақобат дар давраи истиқлоли
миллӣ (марҳилаи рақобати муосир ва марҳилаи «наватарин»)**

Муаллифон ва манбаъ	Тавсифи рақобат
Марҳилаи «наватарин» - баромади рақобат ба сатҳи дигар. Рушди назарияи рақобат дар давраи истиқлоли миллӣ	
Рауфӣ Абдуғаффор [21; 50; 62]	«Рақобат ин мубориза барои гирифтани фоида, ишғоли ҷойе, коре, натиҷаи истеҳсоли маҳсулот ва ё хизматрасоние, мақоме мебошад, ки бо роҳи пешниҳод кардани натиҷаи бартаридошта назар ба дигар рақибон ба ғолибият муяссар шуда метавонад. Дар ин ҳолат рақобат ва муборизаи рақобатӣ дар байни соҳибкорон оид ба натиҷагирии фаъолияти соҳаи истеҳсоли маҳсулот ва хизматрасонӣ, намуди муайяни маҳсулоту кор, ҳаҷми кор, ишғоли ҷойи муайян дар бозор, хусусиятҳои истеъмолӣ маҳсулоту хизматрасонӣ, хизматрасонӣ ҳангоми фурӯш ва хизматрасонии баъди фурӯш, нархи фурӯш ва ба монанди инҳо шуда метавонанд...»[21; 50; 62].
Раҳимов Абдулатиф Мачидович [22; 49]	«...Рақобат ин қобилият доир ба бунёд ва истифодаи афзалиятҳои рақобатӣ барои нигоҳдорӣ ва ё бехтарсозии мавқеи худ дар бозор мебошад»[22; 49].
Хушвахтзода Қобилҷон Хушвахт [41]	Рақобатро чун муносибатҳои иқтисодӣ мешуморад, ки ҳамчун шартӣ фаъолияти самаранокӣ бозор, барои рушди он заминаи мусоид фароҳам меорад. «...Асоси табиати иқтисодии рақобат озодии иқтисодӣ, баробарии субъектҳои хоҷагидор дар рақобат дар бозори маҳсулот, молҳо, хизматҳо, натиҷаҳои фурӯш ва фоида мебошад»[41, с.8].
Шарифзода Мумин Машоқир [32]	«...Рақобат қувваи пешбарандаи муносибатҳои иқтисодӣ мебошад, ки субъектҳои бозор тавассути он метавонанд ба муборизаи шадид дар бозорҳои гуногун тоб оваранд»[32].
Улмасов Фарҳодҷон Маҳмудҷонович [51]	«...Рақобатпазирӣ... ин нишондиҳандаҳои маҷмӯии самаранокӣ идорақунӣ дар корхона буда имконияти саривақт пешниҳод намудани миқдори зарурии молҳоро ба бозор, ки ба афзалиятҳои харидорон нисбат ба молҳои рақиб ҷавобгӯ мебошанд, инъикос мекунад»[51].
Акимов Саидҷон Муродмадович [40]	«...Рақобат ҳамчун категорияи иқтисодӣ, ки муносибатҳои истеҳсолкунандагонро вобаста ба амалигардонии манфиату ҳадафҳоишон дар шароити муборизаҳои шадиди бозорӣ агентҳои сершумори иқтисодӣ ва муҳиту қоидаҳои ягона барои ҳамаи онҳо ифода мекунад, баррасӣ шудааст»[40].
Ҷураев Меҳроҷ Бобоқулович [52]	«...Рақобатпазирӣ ин қобилияти маҷмӯавии мусоиди истеҳсолий, молиявӣ ва содиротии минтақа буда, дар сатҳи баланди фаъолинокии иқтисодӣ, ҷозибияти инвестиционӣ, неқӯаҳволии шонистаи аҳолий, самаранок истифодабарии захираҳои меҳнатӣ, табиӣ, сармоявӣ инъикос ёфта, ҷараёни истеҳсолот ба талаботи ҳам бозори дохилӣ ва ҳам бозори беруна ҷавобгӯ мебошад»[52].
Валиев Зафар Ҷураҳонович [42]	«...Рақобати иқтисодӣ ин системаи муносибатҳои махсуси иқтисодии байни субъектҳои хоҷагидорӣ оид ба ташаққул ва татбиқи афзалиятҳо дар истеҳсол ва фурӯши маҳсулот дар асоси кам кардани хароҷотҳои инфиродӣ ва баланд бардоштани арзиши муовизини маҳсулот ва дар натиҷаи ин ноил гаштан ба меъёрҳои самаранокӣ бозор мебошад»[42].

***Сарчашма:** Таҳияи муаллиф дар асоси назарияҳои омӯхташуда.*

Тадқиқи истилоҳоти илмӣ имконият медиҳад, ки таърифи илмӣ рақобат пешниҳод карда шавад. Зери мафҳуми рақобат ҳаракатдихандаи низоми иқтисодӣ бозорӣ фаҳмида шуда, он муносибати иштирокчиёни бозорро барои шароити манфиатовар дар соҳа муайян мекунад ва барои устувор гардидани мавқеъ дар бозор мусоидат менамояд.

Рақобат падидаест чун харобкунанда дар як ҳолат ва дар дигар созанда, қувваест парокандакунанда ва муттаҳидсозанда дар роҳи муваффақ шудан ба ҳадаф, ҳариф ва ё ҳамкор дар истифодаи самараноки захираҳо, инкоркунандаи қўҳна ва эътирофкунандаи навҷорисозӣ дар муносибат ба истеъмолкунанда, рақибӣ ва ё шарикӣ дар роҳи ҷавоб гуфтан ба муҳити тағйирёбандаи бозори рақобатӣ арзёбӣ мегардад.

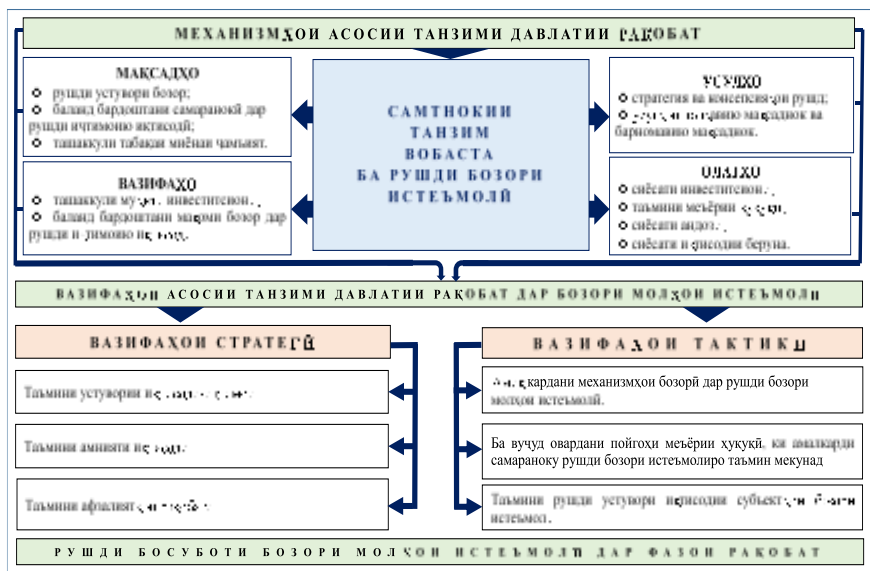
Таҳқиқот мушаххас мекунад, ки рақобат навҷорисозиро таъмин намуда, омили асосии пешбарандаи рушди иқтисоди миллӣ мегардад, ки ба гуногунӣ ва тақсимои самараноки захираҳо мусоидат мекунад. Бинобар ин, рақобат, ташаккул, рушд ва ҳимояи он барои давлат бояд афзалияти сиёсӣ дошта бошад.

Дар кори диссертатсионӣ асоснок карда шудааст, ки аҳаммият ва зарурияти танзими рақобат байни муҳаққиқон мавриди муҳокимаи ғаёол қарор гирифтааст. Баъзе аз олимон дар он ақидаанд, ки танзими давлатии рақобат дар иқтисодиёт хусусияти харобкунанда дорад, зеро он маҳдудиятҳои иловагиро ба вучуд меорад. Инчунин нуктаи назари муқобил низ мавҷуд аст, ки зарурияти танзими рақобатро дар баробар қардани шароит барои бурдани муҳорибаи рақобатӣ дар бозор мебинад.

Дар бобати муаммоҳои танзими давлатии рақобат муҳаққиқони зиёде аз қабилӣ Ҷ.М. Кейнс[14, с.137], А.Смит[25], Ҷ.Робинсон[24], Й.Шумпетер[65, с.159], М.Портер[20, с.15], А.Рауфӣ[21], А.М. Раҳимов[49, с.19], Тоҷидинова З.С. [64, с.137] ва дигарон таҳқиқот бурдаанд.

Муаллиф муайян кардааст, ки дар марҳилаҳои инкишофи муносибатҳои бозорӣ ва ташаккулёбии фазои рақобат нақши давлат бузург аст. «...Бе дастгирии давлат ба вучуд овардани бозори соҳавӣ самарабахш мушқил арзёбӣ мегардад»[66]. Гузашта аз ин, дар шароити дуализми ғаёолияти субъектҳо дар бозори молҳои истеъмолӣ, аз як тараф аҳаммияти қалони иҷтимоии онҳоро ба назар гирифта, аз тарафи дигар, бо назардошти сохтори алоҳидаи бозорӣ, ки мақсадаш гирифтани ғоида аст, онҳоро бо мулоҳиза ба ҳам пайваста ин амалро иҷро қардан, осон нест. Бо назардошти ин нукта пешниҳод мегардад, ки давлат омили муҳими бозори рақобатии соҳаҳои низоми бозори молҳои истеъмолӣ ба шумор меравад.

Нақши давлат дар ин сегменти иқтисодӣ миллӣ дар он зоҳир мегардад, ки давлат барои инкишофи рақобати самарабахш шароит фароҳам меорад (расми 1).



Расми 1. - Механизм ва вазифаҳои асосии танзими давлатии рақобат дар бозори молҳои истеъмолӣ.

Сарчашма: Коркарди муаллиф дар асоси назарияҳои омӯхташуда.

Таҳқиқот нишон медиҳад, ки дар шароити таҳаввулоту иқтисоди муосир давлат ҳамчун унсурҳои системасозии сиёсӣ ва ҳамзамон субъекти фаъоли иқтисодӣ баромад намуда, дар танзим ва рушди муҳити рақобат тавассути механизмҳои институтсионалии ҳамохангсозӣ, таъмини рақобати солим ва мувозинати манфиатҳои субъектҳои тақрористехсоли ҷамъиятиро амалӣ месозад. «...Танзими давлатии рақобат, омили зарурии муътадилсозӣ ва рушди

низоми иқтисодии бозорӣ гардида, дар натиҷаи иттифоқи «дасти ноаёни бозор» ва давлат ташаккул ёфтааст»[60]. Бо таъкиди ба гуфтаҳои боло, муаллиф таъкид мекунад, ки механизмҳои танзими давлатии рақобат хусусиятҳои худро доранд. Ин чунин маъно дорад, ки нигоҳ доштани устувории бозори соҳавӣ, аз ҷумла бозори молҳои истеъмолӣ ва таъмини самтияти иҷтимоии он мақсади асосии танзими давлатӣ мебошад.

Дар асоси таърифҳои баррасишудаи танзими давлатии рақобат ва баҳои он, ҳулоса баровардан мумкин аст, ки муҳаққиқон дар бобати ҳар ду нукта, ҳам дар сатҳи танзими бозорӣ рақобат ва ҳам дар сатҳи танзими давлатии рақобат фаҳмиши ягона надоранд. Дар айнаи замон, нуктаи назари як қатор муаллифони баррасӣ намуда, зикр кардан зарур аст, ки шакли асосии танзими бозорӣ, яъне рақобат (рақобати бозор) боқӣ мемонад, шакли танзими давлатии рақобат бошад, бояд нақши самтгирии стратегиро дар дурномаи инкишофи бозор иҷро намояд.

Аз нигоҳи муаллиф, дар шароити ҳукмфармоии муносибатҳои бозор дарёфти имкониятҳои нави рушд, таъмини афзалиятҳои рақобатӣ ва таҳкими мавқеи рақобатӣ барои субъектони хоҷагидорӣ аз ҷумлаи вазифаҳои стратегӣ ба шумор меравад. «...Соҳа рақобатпазир буда метавонад, агар сатҳи рақобат баланд бошад ва стратегияи корхонаҳо ба кам кардани шумораи рақибон, яъне паст кардани сатҳи рақобат нигаронида шудааст. Муҳим он аст, ки монеаҳо дар роҳи рақибони нав заминаи бозорӣ дошта бошанд»[49].

Аз натиҷаи таҳқиқот муайян шуд, ки стратегияи рақобат чун механизми ҳаракатдиҳандаи иқтисодиёт эътироф карда шуда, дурнамои фаъолиятро дар фазои рақобат муайян мекунад. Ба иштирокчиёни бозор имкон медиҳад, ки рақобатпазирро нигоҳ дорад ва ҳифз намояд, мавқеъро дар бозор мустаҳкам кунад ва бартариро аз болои рақибон таъмин намояд. Раванди ҷустуҷӯи мавқеъҳои навро дар бозор баррасӣ намуда, вуруди истеъмолгарони дар соҳа мавҷуда ё ҷалби истеъмолгарони қомилан навро таъмин мекунад. Он маънои интихоби роҳро дорад, ки аз роҳи дигарон фарқкунанда аст.

Барои истодагарӣ карда тавоништан дар бозори рақобат, махсусан дар бозори соҳавии иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон вариантҳои стратегияи рақобат тавсия карда шуд, ки ба фатҳи бозори молҳои истеъмолӣ имконият медиҳанд. Муаллиф муайян кардааст, ки сатҳи фишори қувваҳои бозорӣ (таъсири миқёси истеҳсолот, фарқкунии соҳа ва ғайраҳо) доимӣ нестанд. Дар вобастагӣ аз марҳилаи рушди соҳа қувваҳои рақобат ва қудрати онҳо низ тағйир меёбанд, аз ин рӯ стратегияҳои рақобатӣ низ фарқ мекунад. Бинобар ин, барои ба даст овардани бартариҳои рақобатӣ дар бозор бояд ҳама стратегияҳо бо маврид истифода шаванд. Зеро, хусусияти умумӣ барои онҳо бунёди арзиш ва ғойаданокии иловагии ҳар як мол ва хидмати пешниҳодшуда буда, ҳадаф таъмини самаранокии фаъолият аз устувории рақобатӣ дар бозор аст.

Дар боби дуҷуми диссертатсия - «**Арзёбии сатҳи рақобат дар сегменти бозори молҳои истеъмолӣ**» - вазъи умумии бозор, рушди рақобат, ҷанбаҳои миқдорӣ ва сифатии рақобат дар бозори молҳои истеъмолӣ таҳлил карда шудаанд.

Муаллиф муайян кардааст, ки рушди бозори молҳои истеъмолӣ, дар навбати аввал, аз фаъолнокии иқтисодии аҳоли вобаста аст, ки дар ҳаҷми умумии истеҳсолоти ватанӣ инъикос меёбад. Он дар сатҳи мамлакат бо маҷмуи маҳсулоти дохила ва дар сатҳи минтақаҳо чун маҷмуи маҳсулоти минтақавӣ ифода мешавад. Ба вазъи рақобат то ҷӣ андоза таъсир расонидани МММ ба ҳар сари аҳоли оварда шудааст, ки истифодаи самараноки захираҳои минтақавиро дар муқоиса бо дигар минтақаҳо инъикос намуда, сатҳи рақобатпазирии иқтисодии онҳоро ифода мекунад. Муайян шуд, ки ҳар қадаре, ки ҳаҷми МММ ба ҳар сари аҳоли зиёд бошад, ҳамон қадар самаранокии иқтисодиёти минтақа дар муқоиса бо дигар минтақаҳои ҷумҳурӣ баландтар буда, мавқеи рақобатии он устувор мегардад (ҷадвали 2).

**Ҷадвали 2.-Ҳиссаи минтақаҳо дар истехсоли маҷмуи маҳсулоти
минтақавӣ**

Минтақаҳо	Воҳиди ченак	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Ҷаркият дар соли 2024 нисбат ба соли 015 бо %
МММ	млн. сомони	43745,9	49921,1	56001,8	61368,4	68691,3	73870,5	91932	108831	123026,8	146111,7	334
Вилояти Сӯғд	млн. сомони	12036,9	14654,8	17510,7	18343,8	20537,1	21261,9	27465,4	31939,2	35177,4	42433,3	350
	бо %	27,5	29,4	31,3	29,9	29,9	28,8	29,8	29,3	28,6	29,0	+1,5
Вилояти Хатлон	млн. сомони	12855,2	14620,2	16003,7	17107,5	19664,0	22080,5	26967,8	33832,1	36064,7	42803,6	333
	бо %	29,4	29,3	28,6	27,9	28,6	29,9	29,3	31,1	29,3	29,3	-0,1
НТМ	млн. сомони	7590,6	8913,7	9719,9	1073,5	12287,6	13532,6	17314,1	19173,7	23641,8	27117,2	357
	бо %	17,4	17,9	17,4	1,7	17,9	18,3	18,8	17,6	19,2	18,6	+1,2
ВМКБ	млн. сомони	716,8	841,2	956,5	1035,6	1063,4	1065,0	1278,8	1365,3	1736,6	2501,9	349
	бо %	1,6	1,7	1,7	1,7	1,5	1,4	1,39	1,3	1,4	1,71	+0,11
ш. Душанбе	млн. сомони	10546,4	10891,2	11811,0	13808,0	15139,2	15570,5	18905,8	22520,7	26406,3	31255,7	296
	бо %	24,1	21,8	21,1	22,5	22,0	21,1	20,5	20,7	21,5	21,4	-2,7

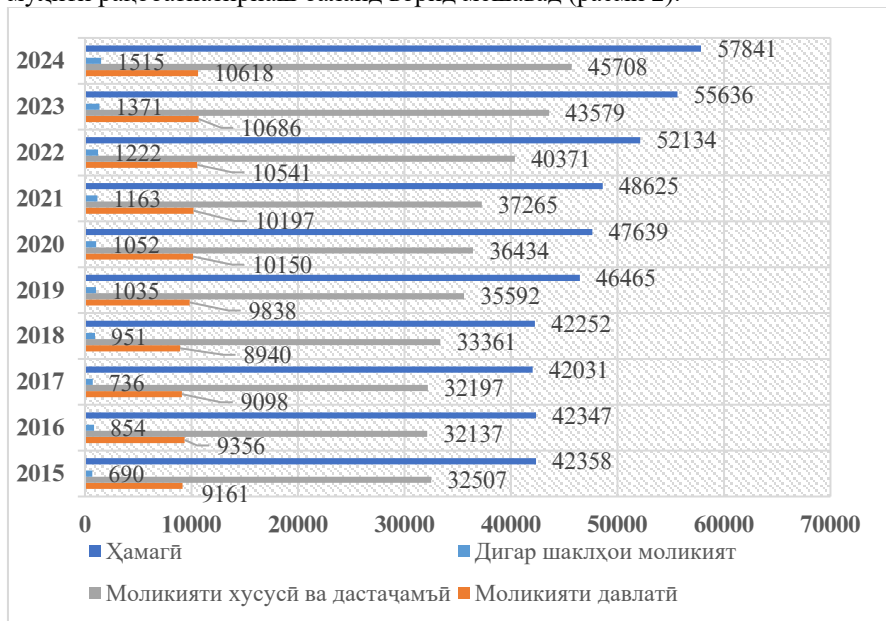
Сарчашма: Таҳияи муаллиф дар асоси маълумоти адабиёти [8, с.215; 9, с.214].

Маълумоти оморӣ расмӣ нишон медиҳад, ки дар давраи солҳои 2015-2024 МММ-и Ҷумҳурии Тоҷикистон тамоюли мусбати рушд дорад ва аз 43745,9 млн сомони ба 146111,7 млн сомони расидааст. Динамикаи мусбати махсуси МММ-ро дар вилоятҳои Сӯғд, Хатлон, ВМКБ, НТЧ ва шаҳри Душанбе мушоҳида кардан мумкин аст ва агар ба фазои рақобат дар минтақа назар кунем, сатҳи рақобат бо тартиби зайл: 3,5 баробар, 3,33 баробар, 3,49 баробар, 3,57 баробар, 2,96 баробар боло рафтааст. Аз ин ҷо бармеояд, ки иқтисодиёти рақобатпазир нисбати дигар минтақаҳо дар Ҷумҳурии Тоҷикистон НТЧ буда, ҷойи дувум ва сеюмро вилояти ВМКБ ва вилояти Сӯғд ишғол намуда, иқтисодиёти минтақаро чун яке аз рақобатпазиртаринҳо тавсиф мекунанд[8, с.215; 9, с.214].

Муаллиф дар кори диссертатсионӣ нишон медиҳад, ки зиёд шудани МММ ба ғанийгардидани бозор бо мол ва хизматҳо мусоидат намуда гуногунрангии рақобатро зиёд мекунад, зеро дар ин ҳолат ширкатҳо маҷбур мешаванд барои ҷалби харидор аз болои сифат ва нарх кор кунанд. Инчунин, баландшавии ҳаҷми истеҳсолот ба пайдо шудани бозингарони нав дар бозор ва зиёд шудани миқдори рақибон мусоидат мекунад, ки дар натиҷаи имкони интиҳоби истеъмолгарон беҳтар мегардад. Коҳиши ночизи МММ-ро (Хатлон -0,1%, ш.Душанбе -2,7%) мушоҳида кардан мумкин аст, ки ба ғаъолияти

иктисодӣ таъсири манфӣ расонида, ба кам шудани имкониятҳои бозор мусоидат мекунад ва ба вазъи рақобат бетаъсир намеронад.

Афзоиши шумораи корхонаҳо ба сатҳи рақобат дар бозори истеъмолӣ метавонад тавассути зиёдшавии шумораи рақибон ва баробар шудани иқтидору андозаи онҳо таъсир расонад. Бо афзоиши бизнес, ширкат метавонад рушд кунад ва дар сегменти нави бозор рақобат намояд, ё ин ки ҳуди бозор инкишоф ёбад ва дигар бозингаронро ҷалб кунад, ки бо ширкат рақобат кунанд. Дар ин ҳолат, ширкат аз муҳити рақобатпазириаш паст ба муҳити рақобатпазириаш баланд ворид мешавад (расми 2).



Расми 2. - Шумораи корхонаҳои амалкунанда дар бозори молҳои истеъмолӣ (аз рӯйи шакли моликият)

Сарчашма: Таҳияи муаллиф дар асоси маълумоти адабиёти [7, с.353; 8, с.227; 9, с.226].

Муқоисакунии маълумоти омили расмӣ имкон дод, ки миқдори ҳамаи корхонаҳои амалкунанда дар бозори ҷумҳурӣ соли 2024 57841 воҳид буда, ин нисбат ба нишондиҳандаи соли 2015 136,5% зиёд мебошад. Аз онҳо 10618 воҳид ё 18,4% ҳиссаи давлатӣ, 45708 воҳид ё 79% хусусию дастачамъӣ ва 1515 воҳид ё 2,6% шаклҳои дигари моликият аст. Шумораи корхонаҳои давлатӣ дар бозор солҳои 2015-2024 ба 115% афзуд. Вале, ҳиссаи умумиҷумҳуриявӣ он соли 2024 нисбат ба соли 2015 3,2% кам гардид, ки сабаби чунин таъҷил афзоиши шумораи корхонаҳои шаклҳои дигари моликият дар бозори истеъмолӣ мебошад. Дар ин ҷо қайд кардан лозим аст, ки шумораи асосии корхонаҳо дар бозори молҳои истеъмолӣ ба ҳиссаи

хоҷагиҳои хусусӣ ва дастачамӣ рост меояд. Агар шумораи корхонаҳои моликияти хусусӣ ва дастачамӣ соли 2015 32507 воҳидро ташкил карда бошад, соли 2024 он нисбат ба соли 2015 1,4 баробар афзуда, ҳиссаи он дар нишондиҳандаи умумичумхуриявӣ 79%-ро ифода мекунад[8, с.227; 9, с.226]. Шароити мусоид ба рушди бизнес дар соҳа имконият фароҳам овард, ки теъдоди ширкатҳо дар саросари ҷумҳурӣ, ҳамчунин минтақаҳои он бо суръати муътадил зиёд шаванд ва ба инкишофи муҳити рақобат мусоидат намоянд.

Ба андешаи муаллифи диссертатсия, афзоиши шумораи бозигарон ва объектҳои рақобат, коҳиш додани монеаҳо барои ворид шудан ба бозорҳои нав бо шарофати муттаҳидсозии инфрасохтори бозорӣ ва эҷоди қоидаҳои умумии бозӣ барои ҳама, ин маънои онро дорад, ки рақобат дар сатҳи бозори истеъмолӣ шиддат мегирад ва аз ин рӯ ба коҳиши фоида барои ҳамаи субъектҳои он оварда мерасонад. Аз сабаби мавҷудияти рақобати шадид дар бозори молҳои истеъмолӣ ва мавҷудияти як қатор монеаҳои бозорӣ (дастрасии нокифоя ба молия ва фоидаи баланди андош, ноустувории танзими давлатӣ ва ғайра) шумораи соҳибкорони савдои инфиродӣ дар иқтисодиёти миллий кам шуд (соли 2024 нисбат ба соли 2015 48% коҳиш ёфт)[8, с.229, 239].

Дар диссертатсия муайян карда шудааст, ки бо баробари дигар соҳаҳои хоҷагидорӣ соҳаи савдо дар муҳити рақобатии бозори истеъмолӣ мавқеи муҳимро ишғол мекунад, зеро рақобат ҳамчун ҷузъи ҷудонашавандаи муносибатҳои бозорӣ боқӣ мемонад. Рушди иқтисодиёт аз тараққиёбии субъектҳои хоҷагидор дар соҳа вобастагии калон дошта, имконияти ташаккулёбии бозорҳои соҳавӣ, аз ҷумла соҳаи савдори медиҳад. Маълумотҳои омории расмӣ собит месозанд, ки дар ҷумҳурӣ афзоиши ҳаҷми умумии савдо ба назар мерасад. Дар солҳои 2015-2024 ҳаҷми савдо 3,8 маротиба ё 40688,8 млн сомонӣ зиёд шудааст. Чунин тамоюл боиси афзоиши ҳиссаи савдо дар МММ гардид. Агар ҳиссаи ҳаҷми савдо дар МММ-и соли 2015 32,9%-ро ташкил карда бошад, дар соли охири давраи мавриди таҳлил он ба 37,7% расидааст[7, с.637; 8, с.215, 351; 9, с.214, 345].

Таҳлил нишон медиҳад, ки дар ҷумҳурӣ афзоиши ҳаҷми савдои чакана мушоҳида мешавад. Тибки манбаъҳои расмӣ, суръати миёнаи афзоиш дар давраи мавриди таҳлил 15,8%-ро ташкил мекунад, ки дар бораи суръати хуби афзоиш шаҳодат медиҳад. Гуфтан лозим аст, ки ҳаҷми савдои чакана дар иқтисодиёти миллий дар даҳ соли охир (2015-2024) 3,8 баробар зиёд шудааст (ҷадвали 3).

Ҷадвали 3. - Нишондиҳандаҳои мушаххасе, ки вазъи соҳаи савдои Ҷумҳурии Тоҷикистонро дар солҳои 2015-2024 тавсиф мекунад.

Нишондиҳандаҳо	Вохиди ченак	Солҳо									
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Гардиши савдои	млн сомонӣ	1437 7,7	1616 6,7	1843 5,2	2047 9,7	2494 8,3	2702 4,8	3325 9,5	3949 8,4	4851 8,5	5506 6,4

Идомаи ҷадвали 3.

чакана	суръати афзоиш нисбат ба соли гузашта										
	бо %	12,1	12,4	14,0	11,1	21,8	8,3	23,0 7	18,8	22,8	13,5
	ҳама гӣ, бо %	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Савдои чакана и молҳои озука	млн сому нӣ	7045 ,1	7921 ,7	9144 ,1	9891 ,7	1209 9,9	1305 3,0	1652 9,9	1970 9,7	2421 0,8	2747 8,2
	суръати афзоиш нисбат ба соли гузашта										
	бо %	14,2	12,4	15,4	8,2	22,3	7,9	26,6	19,2	22,8	13,5
	ҳисса дар ҳаҷми умумӣ										
	бо %	49,0	49,0	49,6	48,3	48,5	48,3	49,6	49,8	49,9	49,9
Савдои чакана и молҳои ғайри зука	млн сому нӣ	7332 ,6	8245 ,0	9291 ,1	1058 8,0	1284 8,4	1397 1,8	1672 9,6	1987 7,7	2430 7,8	2758 8,3
	суръати афзоиш нисбат ба соли гузашта										
	бо %	10,2	12,4	12,7	14,0	21,3	8,7	19,7	18,8	22,2	13,4
	ҳисса дар ҳаҷми умумӣ										
	бо %	51,0	51,0	50,4	51,7	51,5	51,7	50,4	50,2	50,1	50,1

Сарчашма: Таҳияи муаллиф дар асоси маълумоти адабиёти [7, с.613; 8, с.358; 9, с.214, 352].

Ҳаҷми савдои чаканаи молҳои озуқаворӣ дар соли 2024 27478,2 млн сомони ро ташкил кард, яъне нисбат ба сатҳи соли 2015 3,5 маротиба зиёдтар буд. Мутаносибан, сатҳи афзоиши ҳиссаи он аз ҳаҷми умумии савдои чакана дар соли 2024 нисбат ба соли 2015 0,9% афзуда, 49,9%-ро ташкил кард [7, с.613; 8, с.352, 358; 9, с.214, 352].

Дар ин ҷо қайд кардан зарур аст, ки зиёд шудани ҳиссаи савдои чаканаи молҳои озуқаворӣ аз ҳисоби кохиши ҳаҷми савдои чаканаи молҳои ғайриозука ба амал омада, ин раванд то андозае аз шиддат гирифтани рақобат дар бозори молҳои истеъмолий шаҳодат медиҳад, зеро субъектҳои бозор бештар ба бахшҳои равона мешаванд, ки дорои талаботи устувори истеъмолий буда, имконияти гардиши зудтари сармоя ва нигоҳ доштани мавқеи рақобатпазиро фароҳам оварад.

Масъалаи дигари муҳиме, ки муаллифи диссертатсия баррасӣ кардааст, муаммои таносуби бунёди корхонаҳои нав ва истодагарӣ карда тавонистани онҳо дар фазои рақобат мебошад, зеро аз миқдори умумии корхонаҳои таъсисдодашуда дар давраи таҳлил, як қисми онҳо аз фаъолият бозмондаанд (40,8%). Таҳқиқот мушаххас мекунад, ки як аломати фарқкунандаи ташаккули шахсони ҳукукиро дар бозори рақобат аз миқдори кормандони онҳо дар минтақаҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон қайд кардан лозим аст. Агар аз рӯи миқдори шахсони ҳукукии дорои то 30 корманд ҷойи якумро вилояти Суғд ишғол кунад, нишондиҳандаи аз ҳама баланд аз рӯи шахсони ҳукукии

дорои аз 31 то 200 корманд дар вилояти Хатлон мушоҳида мешавад. Аз рӯйи миқдори шахсони ҳуқуқии дорои бештар аз 200 корманд шаҳри Душанбе пешсаф аст. Аз ин ҷо, ба ҳулосае расидан мумкин аст, ки аксарияти шахсони ҳуқуқии шаҳри Душанбе бар хилофи шахсони ҳуқуқии дигар минтақаҳои ҷумҳурӣ афзалияти рақобатиро ба фаъолият дар шакли корхонаҳои азим медиҳанд (расми 3).



Расми 3. - Шумораи шахсони ҳуқуқии ба қайд гирифташуда аз рӯйи андоза ва ҳудуди ҷумҳурӣ дар соли 2024

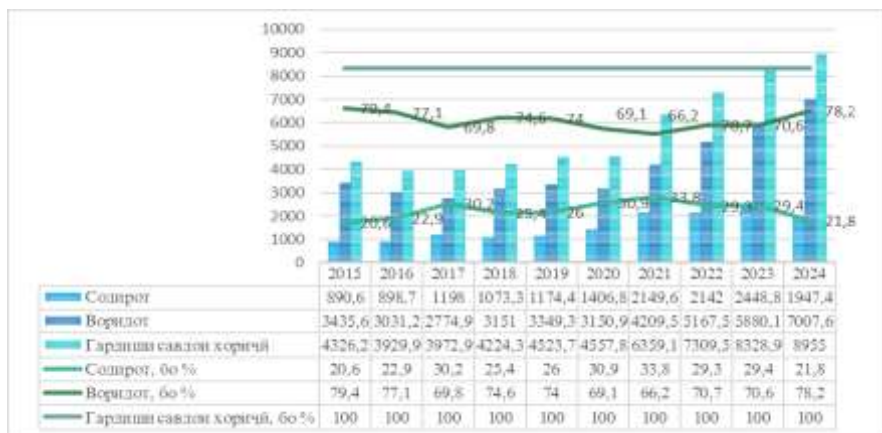
Сарчашма: Таҳияи муаллиф дар асоси маълумоти адабиёти [8, с.228].

Муаллиф қайд менамояд, ки шиддатёбии рақобат, тағйирёбии вазъи макроиктисодӣ дар мамлакат ва ба монанди ин дигар тағйиротҳо метавонанд боиси коҳиши талаботи истеъмолкунандагон ва пастшавии сатҳи даромаднокии бизнес дар бозори молҳои истеъмоли гарданд, ки дар натиҷа ба қатъ гардидани фаъолияти ширкатҳо дар бозор сабаб мешаванд. Дар баробари ин, дар раванди таҳлил муайян шуд, ки хатоҳои ҷиддӣ дар қоркарди стратегия, аз ҷумла стратегияи рақобат ва татбиқи стратегияи молиявӣ, баланд будани фоизи қарзӣ ва андоз, қобилияти пасти бурдани рақобат бо ширкатҳои калон ва қобилияти пасти харидории аҳоли барои аз фаъолият бозмондани корхонаҳои дар бозори молҳои истеъмоли фаъолияткунанда замина мегузоранд. Муаллифи диссертатсия таъкид мекунад, ки ин сабабҳо барои иштирокчиёни бозор, аз ҷумла барои рақобаткунандагон дар навбати аввал чун монеа ва дар навбати дуюм чун имконияти рақобатӣ баромад карда метавонанд.

Ба ақидаи муаллиф, «...омилҳои муайянкунандаи ташаккули муҳити рақобат шароитҳои мебошанд, ки хусусияти фаъолияти механизми рақобатро дар бозор таъмин мекунанд»[45]. Шароити мусоиди фаъолият барои иштирокчиёни бозор то ҷӣ андоза фароҳам оварда шуда бошад, дараҷаи шиддатнокии рақобат ҳамон қадар меафзояд ва ба рушди рақобат дар бозор мусоидат мекунад. Мавҷудияти норасоии мол, ки бояд бартараф карда мешуд, ширкатҳои хориҷиро ба Тоҷикистон ҷалб кард, ки ба рафъи ин норасоӣ

мусоидат карданд. Дар натиҷа, бозори истеҳсолкунандаи ватанӣ ба бозори истеъмолкунанда табдил ёфт.

Муаллиф қайд мекунад, ки «...сатҳи ҳаддии воридоти молҳои истеъмолий, ки вобастагии муҳими озуқаворӣи иқтисоди миллиро ташаққул медиҳанд, набояд аз 30-35% зиёд бошад, зеро зиёд гардидани ин ҳад метавонад ба коҳиш ёфтани сатҳи амнияти озуқаворӣ ва тақвияти вобастагии иқтисодӣ аз омилҳои хориҷӣ мусоидат менамояд»[63, с.72]. Бо вучуди андешидани тадбирҳои муҳим вобаста ба таъмини амнияти озуқаворӣ ва татбиқи чораҳо оид ба саноатикунонии мамлакат, ҷӣ тавре ки нишодиҳандаҳои оморӣ собит месозанд, ҳаҷми воридот нисбат ба ҳаҷми умумии содироти мамлакат назаррас зиёд аст. Масалан, соли охири мавриди баррасӣ ҳаҷми воридот 78,2%-и гардиши савдои хориҷиро ташкил кард, ки ин ҳеле зиёд аст (расми 4).



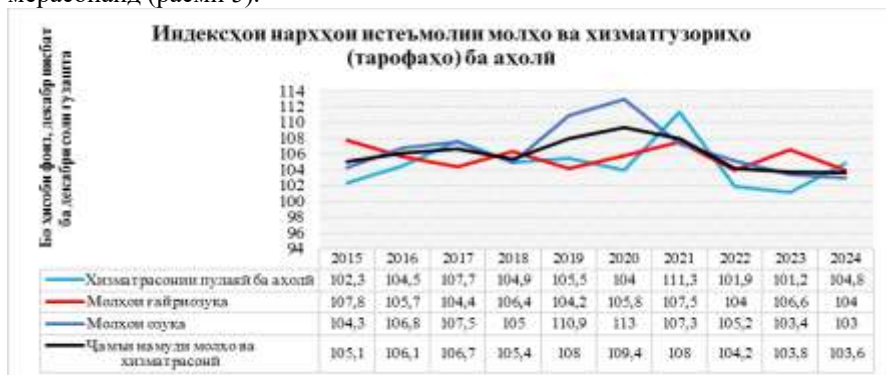
Расми 4. - Савдои хориҷии Ҷумҳурии Тоҷикистон (млн доллари ИМА)

Сарчашма: Таҳияи муаллиф дар асоси маълумоти адабиёти [7, с.511; 8, с.317].

Маълумоти мазкур онро ифода мекунад, ки дар бозори молҳои истеъмолий молҳои воридотӣ мавқеи ҳукмронро ишғол менамоянд ва масъалаҳои нархгузорӣ бо сабабҳои объективӣ маҳдуд мегарданд. Азбаски, нархгузориҳои молҳои воридотӣ берун аз ҳудуди мо сураат мегарданд, молистеҳсолкунандагони ватанӣ дар аксар маврид маҷбур мешаванд мавқеҳои рақобатии худро бо назардошти таъсири амалкарди нархгузориҳои беруна муайян кунанд.

Дар диссертатсия муайян карда шудааст, ки индекси нархҳои молу хизматҳои истеъмолий яке аз омилҳои асосии таъсири назаррас ба ташаққулёбии рақобати бозорӣ мебошад. Дар бозори молҳои истеъмолий солҳои охир афзоиши назарраси нархи ин молҳо ба мушоҳида мерасад. Ба ақидаи мо, ба чунин нархгузориҳои ноустувори молҳои истеъмолий омилҳои мухталиф, аз

ҷумла ноустувории сиёсати пулию қарзӣ, вобастагии бозори дохилӣ аз молҳои воридотӣ, ҳаҷми истеҳсоли молҳои истеъмолий ва ғайра таъсир мерасонанд (расми 5).



Расми 5. - Индексиҳои нархҳои истеъмолии молҳо ва хизматгузориҳо ба аҳоли (бо ҳисоби фоиз)

Сарчашма: Таҳияи муаллиф дар асоси маълумоти адабиёти [7, с.231; 8, с.150; 9, с.149].

Таҳлили нишондиҳандаҳои солҳои 2015-2024 нишон медиҳад, ки гарчанде нархҳои истеъмолий дар тамоми давра афзоиш ёфтаанд, аммо суръати ин афзоиш аз соли 2021 ба ин сӯ тамоюли коҳишбӣ дорад. Ин ҳолат аз як тараф ба муътадилшавии вазъи иқтисодӣ ва аз ҷониби дигар ба бехтар гардидани муҳити рақобатӣ дар бозор вобаста буда метавонад. Инчунин, барои нигоҳ доштани устувории нархҳо ва баланд бардоштани сатҳи неқӯахволии аҳоли тақвияти рақобати солим, пешгирии инҳисоргароӣ ва фароҳам овардани шароити баробар барои ҳамаи иштирокчиёни бозор аҳамияти муҳим доранд. Коҳиши таваррум дар солҳои 2022-2024 нишондиҳандаи баланд шудани самаранокии сиёсати зиддитаваррумӣ ва рушди институти рақобат дар иқтисод мебошад, ки ба мувозинати байни талабот ва пешниҳод дар бозори молҳои истеъмолий мусоидат намудааст.

Тибқи муносибатҳои дар зер овардашуда муаммоҳе, ки монеа ба рушди бозори молҳои истеъмолий дар фазои рақобат мегарданд, низомбандӣ қардан мумкин аст (расми 6).



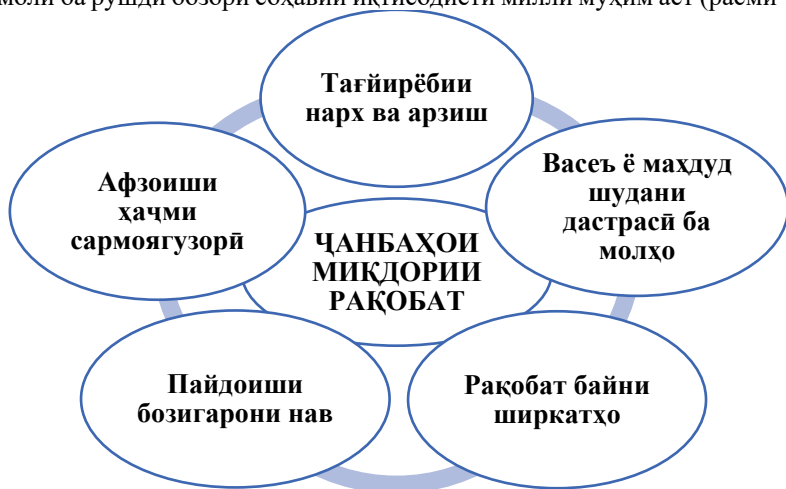
Расми 6. - Муаммоҳои рушди бозори истеъмолий дар фазои рақобат
Сарчашма: Таҳияи муаллиф дар асоси назарияҳои омӯхташуда.

Дар таҳқиқот асоснок карда шудааст, ки рӯйхати муаммоҳо ва омилҳои монеашаванда ба рушди муносибатҳои рақобатӣ дар бозори молҳои истеъмолий, ки дар диссертатсия оварда шудаанд, пурра нестанд. Онро бо самаранокӣ хеле пасти маблағгузори навҷорисозӣ, фоизи баланди андоз ба тичорат, рушди сусти инфрасохтори молиявӣ (меъёри баланди фоизи қарз), иҷтимоӣ, боркашонӣ, хоҷагии манзилию коммуналӣ ва дигарон пурра қардан мумкин аст. Омилҳои инфрасохтори номбаршуда ҳиссаи зиёди хароҷоти соҳибкорро ташкил намуда ба ташаккули оқилонаи нархҳо монеъ мешаванд. Ин ҳолат нархи молҳои ватаниро гарон мекунад, рақобатпазирии онҳоро коҳиш медиҳад ва садди роҳи рушди иқтисодии кишвар дар фазои рақобат мегардад.

Дар диссертатсия муайян карда шудааст, ки дар Ҷумҳурии Тоҷикистон бозори молҳои истеъмолий саҳми назаррас дар таъмини аҳоли бо молҳои зарурӣ ва шаклгирии нархҳо дорад. Бо назардошти аҳамияти ин бозор, таҳқиқи ҷанбаҳои миқдорӣ ва сифатии рақобат зарур мебошад, зеро дар

шароити иқтисоди бозорӣ рақобат яке аз муҳаррикони асосии самаранокӣ ва рушди устувори кишвар ба ҳисоб меравад.

Муаллиф муайян намудааст, ки ба ҷанбаҳои миқдории рақобат арзёбии мавқеи рақобатии ширкат дохил карда шуда, барои ин, як қатор омилҳо ба назар гирифта мешаванд, ки хароҷот аз ҷумлаи он аст. Назарияи муносири иқтисодӣ ба омӯзиш ва тафсири хароҷот ба таври хоса муносибат мекунад. Он ба омилҳои гуногун, аз ҷумла даромад, шугъл, фоиз, таваррум, эътимоди истеъмолкунандагон ва дар маҷмӯъ ба иқтисодиёт ҳам мусбат ва ҳам манфӣ таъсир расонида метавонад. Аз ин рӯ, дар раванди ташаккули иқтисодиёти бозорӣ ва фазои тағйирёбандаи рақобатӣ фаҳмидани таъсири хароҷоти истеъмолий ба рушди бозори соҳавии иқтисодиёти миллии муҳим аст (расми 7).



Расми 7. - Таснифоти ҷанбаҳои миқдории рақобат

Сарчашма: Таҳияи муаллиф дар асоси назарияҳои омӯхташуда.

Дар диссертатсия ошкор гардидааст, ки хароҷоти истеъмолий, яке аз унсурҳои муҳимтарини нишондиҳандаҳои микроиқтисодӣ буда, дар аксари мамлакатҳо он бештар аз 50% ММД-ро ташкил намуда, афзоиши онро таъмин мекунанд. Аз маълумоти оморӣ чунин натиҷагирӣ намудан мумкин аст, ки дар давраи мавриди таҳлил ҳиссаи хароҷоти истеъмолий нисбатан кам шудааст. Агар ҳиссаи ин нишондиҳанда дар сохтори хароҷоти аҳоли соли 2018 ба 52,4% баробар бошад, он соли 2024 50,5%-ро ташкил кардааст[5, с.25; 6, с.25].

Муайян карда шуд, ки «...ҳаҷми хароҷоти истеъмолий аз омилҳои интиҳобгардида вобастагии ҳаттӣ дорад ва дар натиҷаи зиёд гардидани бузургии омилҳо ҳаҷми хароҷоти истеъмолий низ зиёд мегардад»[39, с.89]. Барои пешгӯӣ намудани ҳаҷми хароҷоти истеъмолий дар бозори истеъмолий модели назариявии регрессионии зерин таҳия карда мешавад:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 \quad (1.)$$

Бо истифода аз барномаи компютери MS Excel ҳаҷми хароҷоти истеъмолиро пешгӯӣ менамоем.

$$y = 99,4 + 0,34x_1 + 0,006x_2 - 0,38x_3 + 0,01x_4 \quad (2.)$$

Ҳамин тавр, тавассути усули экстрополятсионӣ ҳаҷми тағйирёбии хароҷоти истеъмолиро то давраи соли 2028 пешгӯӣ менамоем (ҷадвали 4).

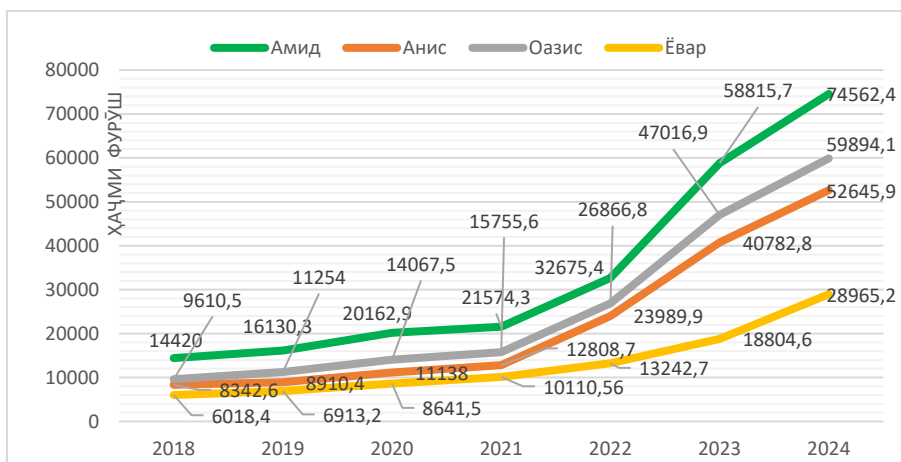
Ҷадвали 4. – Ҳудуди тағйирёбии хароҷоти истеъмоӣ

Солҳо	Хароҷоти истеъмоӣ		Эҳтимолияти ҳудуди тағйирёбии хароҷоти истеъмолии пешгӯишаванда	
			Эҳтимолияти минималӣ	Эҳтимолияти максималӣ
2018	318,05	-	-	-
2019	366,38	-	-	-
2020	631,04	-	-	-
2021	777,64	-	-	-
2022	851,85	-	-	-
2023	1104,60	-	-	-
2024	1110,42	1110,42	1110,42	1110,42
2025	-	2430,60	2187,54	2673,66
2026	-	2685,90	2417,31	2954,49
2027	-	2954,30	2658,87	3249,73
2028	-	3231,70	2908,53	3554,87

Сарчашма: таҳияи муаллиф дар асоси маълумоти адабиёти [8, с.120, 134, 261, 364].

Муаллиф қайд мекунад, ки афзоиши хароҷоти истеъмоӣ ба рушди муҳити рақобат бетаъсир намонда, боиси ворид шудани рақибони нав ба бозор мегардад ва ба баланд шудани сатҳи рақобат мусоидат мекунад. Дар навбати худ, афзудани рақобат ба беҳтар гардидани сифати маҳсулот, гуногунрангии пешниҳодот ва самаранокии иқтисодиёти миллии мусоидат мекунад. Бинобар ин, зиёдшавии ҳаҷми хароҷоти истеъмоӣ чун яке аз омилҳои тақвиятбахшандаи рақобат ва рушди бозор арзёбӣ мегардад.

Дар раванди таҳқиқот маълум гардид, ки шумораи корхонаҳо сол то сол меафзояд ва онҳо дар иқтисодиёти миллии вазни муайян доранд. Қайд кардан зарур аст, ки субъектҳои фаъолияти соҳибкорӣ бо сабаби доштани даромаднокии баланд, асосан дар соҳаи савдо фаъолият карданро афзалиятнок мешуморанд. Бинобар ин, соли 2024 дар соҳа 10777 воҳид субъекти савдои чакана фаъолият бурда, ҳаҷми гардиши моли чакана дар ҳамаи соҳаҳои савдо аз нишондихандаи соли 2015 2,3 баробар зиёд шуд ва ба 55066,4 млн. сомонӣ расида, ба ҳар сари аҳоли қариб 2 баробар афзуд [8, с.85, 86, 224, 356; 9, с.85, 86, 223; 10, с.123]. Дар минтақаҳои калону хурди аҳолинишин пайдо шудани шабакаҳои муосири савдо, ки бо фурӯши молҳои истеъмоӣ махсус гардониди шудаанд, ба афзоиши гардиши моли чакана такони нав бахшиданд (расми 8).



Расми 8. - Сатҳи рақобатпазирии ширкатҳо

Сарчашма: Таҳияи муаллиф дар асоси маълумоти адабиёти [11].

Ба андешаи муаллифи диссертатсия, алҳол афзалиятҳои асосии рақобатӣ ба ширкати «Амид» вобаста карда мешаванд, ки, пеш аз ҳама, ба интиҳоби васеи мол ва қобилияти дигаргун сохтани он бо назардошти хусусиятҳои талаботи истеъмолкунандагон нигаронида шудааст. Инчунин, хариди молҳо бевосита аз истеҳсолкунанда, бидуни ташкилотҳои миёнаравӣ ба роҳ монда шудааст, ки имкон медиҳад нархҳо аз нархҳои миёнаи бозор пасттар намуда, бо ҳамин роҳ афзалияти рақобатӣ ба даст оварад. Афзалияти рақобатии дигари ширкат он аст, соли 2021 5 ширкати тичоратии мустақил дар асоси модели муосири «рақобати муштарак» бо иттиҳоди тичоратии «Амид» муттаҳид шуданд. Ин ширкатҳо бо мақсади муқовимат ба таъсири рақобат дар атрофи дониш ва таҷрибаи кории худ сарчамъ мешаванд.

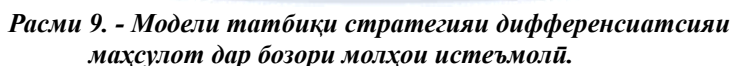
Муаллиф қайд мекунад, ки дар ин тарзи корбарӣ, амволи шарикон дар ихтиёрашон мемонад. Дар доираи ин иттифоқи тичоратӣ, марказҳои савдо як қатор баргариҳои рақобатӣ ба даст меоваранд, аз ҷумла:

- арзиши молҳои харидорикардашуда (бо афзоиши миқёси фармоиши яклухт) коҳиш меёбад;
- хароҷоти буҷаи реклама кам мешавад;
- нонвойхона, дӯкони ғушт, дорухона, сеҳи истеҳсоли хӯришҳо ва дигар молҳои озуқаворӣ дар доираи иттифоқи тичоратӣ таъсис дода шуданд.

Таҳқиқот мушаххас мекунад, ки дар баробари ҷанбаҳои микдорӣ, ҷанбаҳои сифатии рақобат (афзалиятҳо дар сифат ва ассортименти маҳсулот; дифференсиатсияи (тафовути) маҳсулот; сатҳ, суръат ва сифати қонё намудани талабот) ҷун афзалияти рақобатӣ баромад намуда, ба қонё намудани талаботи мушаххаси истеъмолкунанда нигаронида шудаанд.

Илова бар ин, таҷриба нишон медиҳад, ки истифодаи ҷанбаҳои микдорӣ рақобат бе маҳдуд нестанд, зеро дар фазои рақобат стратегияҳои

Бинобар ин, муаллиф таъкид менамояд, дар шароити имрӯзаи рақобат ба инобат гирифтани ҷанбаҳои сифатӣ бартарият дошта, «...ба тағйир додани мол нигаронида шудаанд ва ба он хусусиятҳоеро медиханд, ки онро аз молҳои рақибон бо ин хусусиятҳои таркибӣ фарқ мекунанд. Молҳои бо ҳам шабех барои қонё қардани ниёзҳои хусусияти яххеладошта нигаронида шудаанд»[35] ва бартарияти ҷанбаҳои сифатӣ дар тақмили хусусиятҳои сифатии мол раванди бемаҳдуд буда, имконияти истифодаи стратегияи дифференциатсияи (тафовути) маҳсулотро фароҳам меоварад. Дар шароити рақобати бозорӣ тафовути маҳсулот чун унсурҳои муҳими таъбиқи стратегияи дифференциатсия баромад намуна, ба бозингарон дар бозор имконият медиҳад, ки тавассути фарқкунӣ хусусиятҳои истеъмолии маҳсулот қолибияти он дар назди истеъмолкунанда афзоиш ёфта, беназирӣ он дар шароити рақобати бозорӣ таъмин гардад (расми 9).



28

Ҳамин тариқ, аз нигоҳи муаллифи диссертатсия, дар бозори молҳои истеъмолии ватанӣ имконияти васеъ барои истифодаи дифференсиатсияи маҳсулот мавҷуд буда, он барои дар назари истеъмолкунанда ҷолибтар гардидан, таъмини беназирии маҳсулот, муайян кардани талаботи қонеънашудаи истеъмолкунандагон ва тарафҳои заифи рақибон мусоидат мекунад.

Дар боби сеюми диссертатсия - **«Самтҳои асосии баланд бардоштани рақобатпазирии бозори молҳои истеъмолий»** - стратегияи рақобат чун модели умумии фаъолият дар муҳити тағйирёбандаи бозор ва самтҳои афзалиятноки баланд бардоштани рақобатпазирии бозори соҳавӣ баррасӣ ва таҳия гардидааст.

Дар ин бобат, Портер бар он ақида аст, ки «...рақобати стратегӣ маънои интиҳоби роҳро дорад, ки аз роҳи дигарон фарқкунанда аст. Бар ивази рақобат барои ҳуқуқи беҳтарин будан, ширкатҳо метавонанд ва бояд барои беҳамтоии худ дар бозор рақобат кунанд»[64, с.56].

Стратегияҳои рақобатӣ одатан ба сатҳи алоҳидаи сохтор дохил карда шуда рафтори рақобатии субъектҳои соҳибқори инъикос менамояд. Пеш аз он ки «...рафтори рақобатии сохторҳои соҳибқорӣ намуди тартиби амалиётӣ, аксуламалҳои вазъиятӣ ва амалҳои ғавриро гирад, он дар сатҳи стратегӣ моделсозӣ карда мешавад ва ҳамчун стратегия ё маҷмӯи стратегияҳои рафтори рақобатӣ баррасӣ карда мешавад»[36, с.60, 68]. Тавре, Ю.Б. Рубин қайд мекунад, «...стратегияи рақобат ё рақобати стратегӣ»[37, с.38, 67] мафҳумҳое мебошанд, ки аз ҷиҳати маъно бояд пеш аз ҳама сатҳи стратегияи фаъолияти рақобатӣ ва идоракунии онҳоро инъикос намоянд.

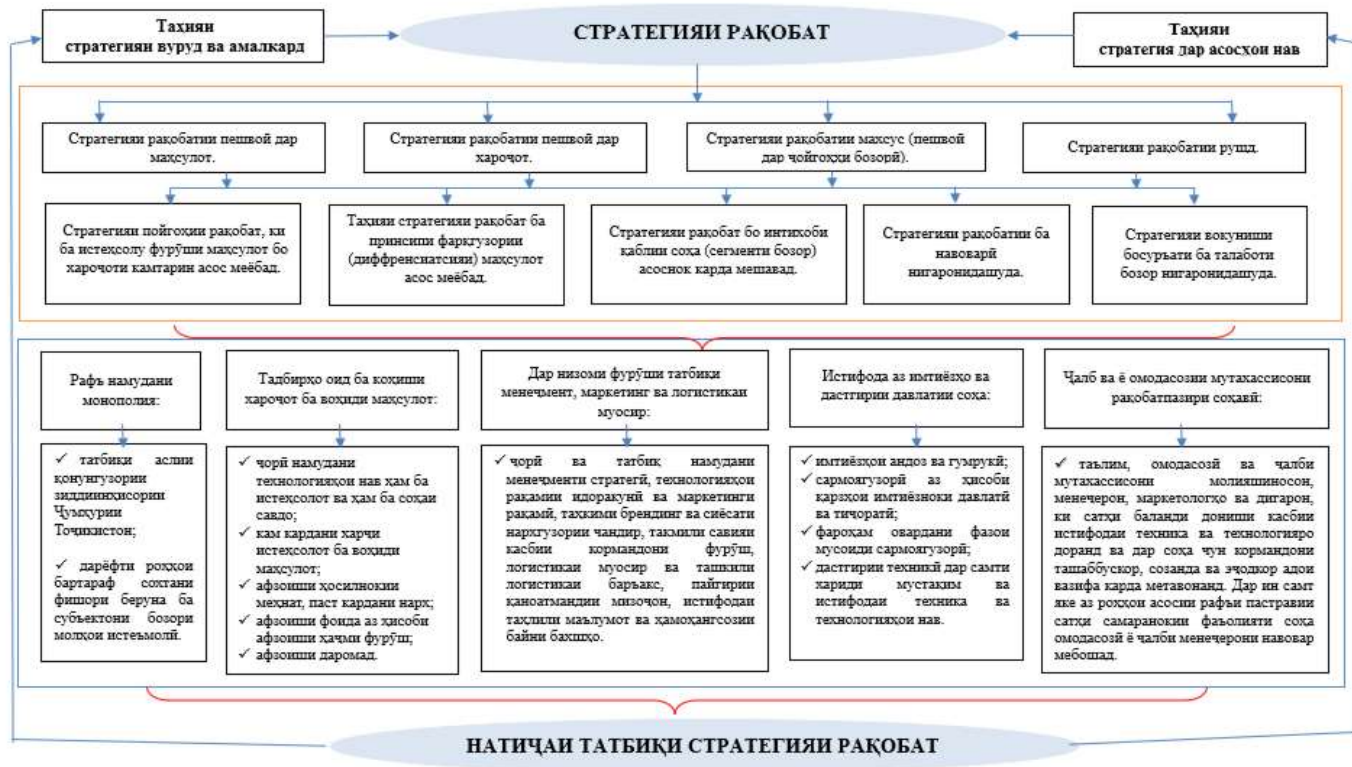
Дар диссертатсия муайян карда шудааст, ки татбиқи стратегияи рақобат дар бозор вобаста аз тағйирёбии ҳолати он тавассути параметрҳои афзоиш ва устувории (ё коҳиши) нишондиҳандаҳои асосӣ, аз қабili ҳиссаи бозор, даромаднокӣ, мавҷудияти муштариён, пардохтпазирӣ ва самаранокӣ амалӣ мешавад. Дар амал татбиқ шуда, аксар вақт ба бозори рақобат таъсир расонида наметавонад, зеро дар бисёр ҳолат стратегия бидуни назардошти унсурҳои муҳимми зерин сохта мешаванд, аз ҷумла: ҳамбастагии муҳити бозор, иқтисодии кадрӣ, захираҳои молиявӣ ва дигар унсурҳои сохтории иқтисодӣ.

Сатҳи рақобатро дар бозори молҳои истеъмолии ҷумҳурӣ арзёбӣ карда метавон гуфт, ки он хусусияти заифӣ дорад ва дар баъзе ҷойҳо набудани рақобат эҳсос мегардад. Ҳолати мавҷудаи бозори молҳои истеъмолий ташаккули модели стратегияи рақобатиро пешбинӣ мекунад, ки ба рафъи сатҳи пасти рақобат мусоидат менамояд. Бинобар ин, барои истодагарӣ карда тавоништан дар бозори рақобат, махсусан дар бозори соҳавии иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз ҷониби муаллиф ду варианти модели стратегияи рақобатӣ тавсия карда шуд, ки ба фатҳи бозори молҳои истеъмолий имконият медиҳанд. Дар асоси варианти аввал қоркард ва татбиқи стратегияи

«харочоти оптималӣ» ва дар варианти дуум бошад, стратегияи рақобатии тафриқабандии васеъ ва стратегияи рақобатии «укёнуси кабуд» пешниҳод карда шудааст, ки бояд рақобатпазирии маҳсулоти истеҳсоли миллиро аз рӯйи нарх ва сифат таъмин намояд. Мутобиқан бо таҳқиқи гузаронидашуда, муаллиф тарҳи модели стратегияи рақобатро таҳия мекунад. Ба андешаи муаллифи диссертатсия, ҷанбаи муҳимтарини стратегияи рақобатӣ тафриқабандӣ мебошад, яъне нигоҳ доштани устувории арзиши маҳсулот барои истеъмолкунанда. Ин намунаи стратегияи рақобат барои пешниҳоди маҳсулоти аз лиҳози экологӣ тоза дар бозори истеъмолӣ махсусан муҳим ва афзалиятнок аст, зеро он бо сифати хидматхое, ки дар ташаккули арзишҳо барои истеъмолкунанда амалӣ карда мешаванд, зич алоқаманд аст. Чунин манфиатҳо метавонанд тавассути ташаккули бренд ва муносибати мусбат ба он, таҳлили интизориҳои истеъмолкунандагон, мавҷудияти потенциали инноватсионӣ ва технологияҳои беназир ба вучуд оянд. Сатҳи фишори кувваҳои бозорӣ (таъсири миқёси истеҳсолот, фарқкунӣ соҳа ва ғайраҳо) доимӣ нестанд. Дар воқеагӣ аз марҳилаи рушди соҳа кувваҳои рақобат ва қудрати онҳо низ тағйир меёбанд, аз ин рӯ стратегияҳои рақобатӣ низ фарқ мекунанд.

Бинобар ин, барои ба даст овардани бартариҳои рақобатӣ дар бозор бояд ҳама стратегияҳо бомаврид истифода шаванд. Зеро хусусияти умумӣ барои ин стратегияҳо бунёди арзиш ва ғоиданокии иловагии ҳар як мол ва хидмати пешниҳодшуда буда, ҳадаф таъмини самаранокии фаъолият аз устувории рақобатӣ аст (расми 10).

Муаллифи диссертатсия қайд менамояд, ки дар шароити ҷаҳонишавии равандҳои иқтисодӣ ва болоравии рақобати глобалӣ, рушди муҳити солими рақобат яке аз омилҳои калидии таъмини рушди устувори иқтисодӣ, инноватсионӣ ва баланд бардоштани самаранокии фаъолияти субъектҳои хоҷагидорӣ маҳсуб меёбад. Аз ин рӯ, муаллиф нуқтаи назари як қатор муҳаққиқонро ҷонибдорӣ намуда, самтҳои баланд бардоштани рақобатпазирии



Расми 10. - Моделҳои стратегияи рақобат.

Сарчашма: Қарқарди мӯалиф дар асоси назарияҳои оқӯштаншуда.

субъектони бозори молҳои истеъмолиро пешниҳод менамояд, ки чунинанд: такмили сиёсати давлатӣ дар муносибат ба баланд бардоштани сатҳи рақобатнокӣ дар бозори молҳои истеъмолий; рушди муҳити рақобат; баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулот ва хизмат дар бозори молҳои истеъмолий.

Таҳқиқот нишон дод, ки муҳити рақобатии бозори соҳавӣ дар Тоҷикистон дар марҳилаи ташаккулёбии нокифоя қарор дорад. Сабабҳои асосии ин ҳолат аз шумораи маҳдуди субъектҳои бозорӣ, мавҷудияти унсурҳои монополӣ, дастрасии маҳдуд ба захираҳо ва технологияҳо, сатҳи пасти ҳавасмандсозии соҳибкорӣ ва нокифоя будани механизмҳои танзими давлатӣ мебошанд. Заминаҳои назариявии фаҳмиши муҳити рақобат ва унсурҳои ташаккулдиҳандаи он таҳлил карда шуда, муайян гардид, ки рушди муҳити рақобат на танҳо тавассути озодии иқтисодӣ, балки бо роҳандозии сиёсати давлатии ғайрӣ ва самаранок имконпазир аст. Ба ибораи дигар, тараққиёти минбаъдаи бомуваффақи бозори молҳои истеъмолиро метавон аз ҳисоби фароҳам овардани шароити мусоиди объективии рақобатӣ байни субъектҳо ва дар дурнамо ба манфиатҳои иқтисоди миллӣ муҳолифат накардани онҳо таъмин кардан мумкин мебошад.

ХУЛОСА ВА ПЕШНИҲОДҲО

Натиҷаҳои таҳқиқот собит менамояд, ки ташаккули асосҳои назариявӣ методологияи рақобат дар бозори молҳои истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар шароити иқтисоди бозоргонӣ ба такмили муносибатҳои бозорӣ, баланд гардидани самаранокӣ фаъолияти субъектҳои хоҷагидорӣ ва рушди иқтисодиёти миллӣ мусоидат менамояд. Таҳлили асосҳои назариявии таҳқиқоти рақобат дар бозори соҳавӣ иқтисодиёти миллӣ моро водор сохт, ки дар асоси натиҷаҳои бадастомада хулосаҳои зерини илман асоснок барорем:

Натиҷаҳои муҳим ва илман асосноки диссертатсия

1. Дар ҳар давраи таърихӣ инкишофи назарияи иқтисодӣ рақобат ҳамчун категорияи иқтисодӣ мазмун ва шакли нави илмӣ пайдо мекунад. Методологияи таҳқиқи рақобат дар илми иқтисодӣ аз принципҳои классикӣ ба равишҳои муосири таҳлили мураккаби институтсионалӣ ва низомии бозор табдил ёфтааст. Ин раванд имкон дод, ки рақобат на танҳо ҳамчун воситаи самаранокӣ иқтисодӣ, балки ҳамчун механизми ташаккули муҳити устувори иқтисодӣ ва инноватсионӣ арзёбӣ гардад. Рақобат дар бозори соҳавӣ на танҳо аз омилҳои иқтисодӣ, балки аз сиёсати давлатӣ, сохтори ҳуқуқӣ, низоми танзими институтсионалӣ ва фарҳанги иқтисодӣ вобаста буда, таҳқиқи он бо назардошти таъсири мутақобилаи ин омилҳо анҷом дода шудааст [3-М; 4-М; 6-М].

2. Рақобат ҳамчун категорияи иқтисодӣ дар тури инкишофи таърихӣ муносибатҳои иқтисодӣ марҳилаҳои муайяни эволютсиониро гузаштааст. Панҷ марҳилаи асосии ташаккули назарияи рақобат муайян карда шуд.

Таҳаввули назарияи рақобат на танҳо бо ташаккули шаклҳои «мусбат» ё «манфӣ»-и он маҳдуд намешавад, балки дар ҳар марҳилаи инкишоф шаклҳое ба вуҷуд меоянд, ки ба талаботи муҳити тағйирёбанда мутобиқ мебошанд. Ин шаклҳои мутобиқшаванда имкон медиҳанд, ки рақобат дар бозори молҳои истеъмолий ҳамчун механизми ташаккули самаранокӣ иқтисодӣ амал намояд. Таҳаввули назарияи рақобат инъикоси мустақими тағйироти сохторӣ ва методологӣ низомӣ иқтисодӣ мебошад. Рушди минбаъдаи рақобат ба таҳияи моделҳои муносири рақобат вобастагӣ дошта, дар маҷмӯъ тағйирёбии муҳити бозор аз таъсири омилҳои институтсионалӣ, технологӣ ва иҷтимоӣ бармеояд [5-М].

3. Афкори олимони иқтисодшинос оид ба моҳият ва самтҳои танзими рақобат нишон медиҳад, ки дар илми иқтисодӣ то имрӯз фаҳмиши ягона нисбат ба муносибати байни танзими бозорӣ рақобат ва танзими давлатӣ рақобат ташаккул наёфтааст. Муқоисаи андешаҳои олимони гувоҳи медиҳад, ки гурӯҳи аввал танзими бозорро ҳамчун механизми худтанзимкунандаи иқтисодиёт арзёбӣ намуда, даҳолати давлатро танҳо дар ҳолатҳои зарурӣ қобили қабул мешуморанд; гурӯҳи дуюм бошад, зарурати иштироки фаъоли давлатро дар ташаккули муҳити рақобатпазир ва таъмини адолати иқтисодӣ таъкид менамоянд. Шакли асосии танзими бозорӣ, яъне рақобати бозорӣ, ҳамчун омилҳои худтанзимкунандаи бозор боқӣ мемонад, ки тавассути механизмҳои нарх, талабот ва пешниҳод фаъолияти иқтисодиро ба тавозун мебарад. Бо вуҷуди ин, танзими давлатӣ рақобат наметавонад аз ин раванд ҷудо бошад, зеро он вазифаи самтгирӣ стратегӣ ва ташаккули муҳити мусоиди рушдро ба уҳда дорад [3-М; 4-М].

4. Таҳлил анҷом дода нишон медиҳад, ки дар марҳилаи муносири рушди иқтисоди Ҷумҳурии Тоҷикистон, ки дар он раванди гузариш аз модели аграрӣ-саноатӣ ба модели саноатӣ-аграрӣ шакл гирифтааст, масъалаи ташаккул ва тақмили механизми танзими рақобат тадриҷан аҳамияти афзояндаи илмӣ амалиро касб мекунад. Ин механизм бояд ҳам қувваҳои бозорӣ (механизмҳои худтанзимкунандаи рақобат) ва ҳам мақомоти давлатӣ (омилҳои сиёсати стратегӣ ва институтсионалӣ)-ро дар бар гирад. Танҳо дар сурати ҳамоҳангии ин ду ҷиҳат имконпазир аст, ки иқтисоди миллӣ ба тавозуни устувор ва рушди инноватсионӣ ноил гардад [2-М; 4-М].

5. Барои таъмин намудани устувории фаъолияти субъектҳои бозорӣ дар шароити рақобати шадид, махсусан дар бозори соҳавӣ иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон, интихоби модели дурусти стратегияи рақобат нақши ҳалкунанда дорад. Стратегияи рақобат дар иқтисоди бозорӣ ҳамчун яке аз муҳимтарин механизмҳои ҳаракатдиҳандаи рушди иқтисодӣ шинохта шудааст. Самти асосии фаъолияти субъектҳои бозорро дар фазои рақобат муайян намуда, барои ҳифзи рақобатпазирӣ, мустаҳкамсозии мавқеи бозорӣ ва ба даст овардани бартарӣ нисбат ба рақибон шароит фароҳам меоварад. Он на танҳо як маҷмӯи чорабиниҳои тактикӣ, балки воситаи муайянкунандаи

самти дарозмуддати рушди иштирокчиёни бозор ва умуман иқтисодиёт ба ҳисоб меравад.

Дар ин замина, таҳлил ва арзёбии вазъи воқеии бозори молҳои истеъмолӣ имкон дод, ки ду варианти асосии модели стратегияи рақобат, ки татбиқи онҳо метавонад рақобатпазириро дар асоси нарх, сифат ва инноватсия таъмин намуд, пешниҳод карда шаванд.

Варианти аввал ба стратегияи хароҷоти оптималӣ асос меёбад, ки тибқи он ширкатҳо тавассути коҳиш додани хароҷоти истеҳсолӣ, истифодаи самараноки захираҳо, такмили технологияи истеҳсолот ва афзоиши ҳаҷми маҳсулот метавонанд арзиши ниҳони маҳсулотро паст намуда, мавқеи рақобатии худро дар бозор мустаҳкам созанд.

Варианти дуюм бошад, бар пояи стратегияи рақобатии тафриқабандии васеъ (дифференциатсия) ва стратегияи «уқёнуси кабуд» асос ёфтааст [3-М; 7-М; 10-М].

6. Сатҳи фишори қувваҳои бозорӣ, аз ҷумла таъсири миқёси истеҳсолот, дараҷаи фарққунии соҳа, навоварӣ ва сатҳи технология, омили доимӣ ва статикӣ набуда, вобаста ба марҳилаи рушди соҳа ва хусусиятҳои сохтории бозор тағйир меёбад. Дар ҳар як марҳилаи инкишофи бозор – аз марҳилаи ташаккули ибтидоӣ то марҳилаи рақобати мукамал ё монополистӣ – қувваҳои рақобат ва тавоноии онҳо шаклу миқёси гуногунро соҳиб мегарданд. Дар натиҷа, стратегияҳои самарабахши рақобат низ бояд мутобиқи ин тағйирот таҳия ва татбиқ карда шаванд [5-М; 9-М].

7. Вазъи бозори молҳои истеъмолӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ниёз ба чораҳо барои мутобиқсозии сохтор ва механизмҳои фаъолияти он ба фазои рақобат дорад. Рушди босуръати муносибатҳои бозорӣ ва воридшавии фаъолони молҳои хориҷӣ ба бозори дохилӣ масъалаи таъмини дастрасии истеъмолгарон ба молу хизматҳои босифат ва хифзи манфиатҳои истеҳсолкунандагони ватаниро мубрам мегардонад. Рақобат дар бозори молҳои истеъмолии кишвар ҳанӯз пурра ташаккул наёфта, бозор дорои нишонаҳои монополия ва вобастагӣ аз воридот мебошад. Дар чунин шароит, таҳияи стратегияи рушди устувори бозори истеъмолӣ, ки ба рушди рақобати солим ва афзоиши истеҳсоли маҳсулоти ватанӣ нигаронида шудааст, аҳамияти калидӣ дорад [2-М; 3-М; 9-М; 10-М].

8. Модели мавҷудаи бозор бештар хусусияти олигополия дорад, ки дар он нарх ва ҳаҷми таҳвил зери таъсири таҳвилгарони калони монополист ташаккул меёбад. Муаммои таносуби таъсиси корхонаҳои нав ва қобилияти устувории онҳо дар фазои рақобат яке аз масъалаҳои калидии рушди иқтисоди бозорӣ боқӣ мемонад. Аз шумораи умумии корхонаҳои таъсисёфта, дар давраи таҳлил 40,2 фоиз аз фаъолият бозмондаанд, ки сабаби асосии он тағйирёбии муҳити макроиқтисодӣ, шиддатёбии рақобат ва пастшавии талаботи бозорӣ мебошад.

Сатҳи баланди хароҷоти ибтидоии вуруд ба бозор, фоидаи паст ва ҳавсмандии нокифояи сармоягузорӣ боис мегардад, ки воридшавии

бозингарони нав ба соҳа маҳдуд шавад. Дар чунин муҳит, рақобат шадид буда, ширкатҳои хурду миёна маҷбуранд барои нигоҳ доштани мавқеи худ ба шаклҳои ҳамкории стратегӣ рӯй оваранд. Дар ин замина, дар диссертатсия муаллиф исбот намудааст, ки майл ба сӯи «рақобати ҳамкорона» ё «шарикии рақобатӣ» метавонад роҳи самараноки баланд бардоштани рақобатпазирӣ дар шароити бозор гардад [2-М; 7-М; 9-М].

9. Ҳаҷми воридоти маҳсулот ба бозори молҳои истеъмоли мунтазам афзоиш ёфта, дар баробари ин, истеъмоли дохилии кишвар аз ҳисоби маҳсулоти ватанӣ таъмин намешавад. Дар натиҷа, вобастагии иқтисоди миллӣ аз воридоти хориҷӣ, хусусан дар баҳши маҳсулоти озуқаворӣ меафзояд. Ин вазъ на танҳо ба тавозуни савдои хориҷӣ, балки ба амнияти иқтисодӣ ва рақобатпазирии миллии кишвар таъсири манфӣ мерасонад. Муайян карда шуд, ки омилҳои ташаққулдиҳандаи муҳити рақобат шароитҳо ва механизмҳои мебошанд, ки фаъолияти бозорро танзим ва самаранокии рақобатро таъмин мекунад. [4-М; 10-М].

10. Ҷойгиршавии нуктаҳои савдо дар низоми бозори молҳои истеъмоли ҳамчун омилҳои муҳими ташаққули рақобати солим ва таҳкими мавқеи бозорӣ ба ҳисоб меравад. Муайян карда шуд, ки омилҳои фазоӣ ва логистикӣ дар рушди рақобат нақши калидӣ дошта, ташкили низоми фурӯш бо дарназардошти қишрҳои дорои қобилияти харидории баланд барои рушди бозори рақобат аҳамияти хоса дорад [6-М; 8-М].

11. Фарқи назаррас байни бозорҳои шахрӣ ва деҳотӣ мавҷуд аст. Дар ҳоле ки дар шахрҳо ширкатҳои савдо тавонистаанд тавассути такмил додани сифати мол, дизайн, реклама, хизматрасонии босуръат ва гуногунии номгӯ рақобати фаъоли бозориро таъмин намоянд, дар минтақаҳои деҳот ва маҳалҳои дурдаст камбудани рақобат, маҳдуд будани номгӯ ва сифати пасти хизматрасонӣ мушоҳида мегардад. Дар чунин ҳолат, қувваи харидории аҳолии деҳот ҳамчун омилҳои таъсиргузор ба рақобат амал намекунад, зеро имкониятҳои интиҳоб ва дастрасии онҳо ба молҳои гуногун маҳдуд аст. Ин вазъ ба нокифоягии инфрасохтори савдо, таъмири пасти роҳҳои нақлиёт, масофаи дур аз марказҳои фурӯш ва сатҳи пасти технологияҳои маркетингӣ вобаста мебошад [8-М; 10-М].

12. Ҷанбаҳои сифатии рақобат яке аз унсурҳои асосии ташаққули афзалиятҳои рақобатии корхонаҳо дар бозори молҳои истеъмоли ба шумор мераванд. Ҳарчанд маҳсулоти рақибон метавонанд хусусияти яхселаи ниёзҳои истеъмолиро қонеъ созанд, бартарияти ҷанбаҳои сифатӣ дар ин раванд аз имкони такмилдиҳии бемаҳдуди хусусиятҳои мол сарчашма мегирад. Аз ин рӯ, ҷанбаҳои сифатӣ бояд ҳамчун самти асосии ташаққули рақобати солим ва устувори бозорӣ арзёбӣ шаванд. Модели стратегии дифференсиатсияи маҳсулот барои бозори молҳои истеъмолии Тоҷикистон таҳия ва пешниҳод гардид, ки он воситаи муассири рақобати ғайринархӣ ба ҳисоб меравад.

13. Қувваҳои бозорӣ (аз қабилӣ таъсири миқёси истеҳсолот, фарққунии соҳа, рақобати воридотӣ ва ғайра) доимӣ нестанд ва вобаста ба марҳилаи рушди соҳа тағйир меёбанд. Аз ин рӯ, стратегияҳои рақобатӣ бояд мутобиқшаванда ва ҷандир бошанд, то дар ҳар марҳилаи давраи иқтисодӣ самаранок татбиқ шаванд.

Самтҳои асосии рушди муҳити рақобат дар Ҷумҳурии Тоҷикистон бояд ба тақмили механизмҳои ҳуқуқии танзими рақобат, коҳиш додани қудрати бозории субъектҳои монополӣ, таъмини дастрасии баробар ба инфрасохтор ва захираҳои иқтисодӣ чун омили калидии кам кардани нобаробарии бозорӣ ва рушди рақобати солим, дастгирии давлатии соҳибкории хурду миёна чун воситаи муҳими танзими иқтисодӣ барои таҳкими рақобат ва афзоиши самранокии фаъолияти бозор равона гардад[4-М; 6-М].

Тавсияҳо оид ба истифодаи амалии натиҷаҳои таҳқиқот

1. Бо мақсади таҳкими низомии рақобат дар иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон тавсия дода мешавад, ки таҳқиқи назарияи рақобат бо дарназардошти омилҳои рақамисозӣ ва навоариҳои технологӣ тақмил дода шуда, модели миллии рақобат бо хусусияти мутобиқшавии босуръат ба иқтисоди бозории муосир таҳия ва самтҳои сиёсати давлатӣ оид ба дастгирӣ ва рушди рақобат ҷиҳати фароҳамсозии муҳити мусоиди бозор таҳким бахшида шаванд.

2. Дар раванди ташаккули муҳити рақобат ва таҳкими рақобатпазирии иқтисоди миллӣ сиёсати давлатии танзими рақобат ҳамчун омили калидӣ баррасӣ гардида, дар асоси мутаносибии танзими бозор ва танзими давлатӣ, ки дар он бозор нақши худтанзимкунанда ва давлат нақши фароҳамсозандаи шароити мусоидро иҷро менамояд, амалӣ мегардад. Ин танзим хусусияти стратегӣ дошта, ба ҷойи иваз намудани механизми бозор, ба ҳифзи рақобати солим, пешгирии монополизм ва дастгирии соҳибкории инноватсионӣ равона шуда, ҳамзамон ба афзоиши рақобатпазирии миллии ва рушди бозорҳои нав мусоидат менамояд.

3. Стратегияи рақобат дар асоси татбиқи модели мутобиқшудаи стратегияҳои «хароҷоти оптималӣ» ва «укёнуи кабуд» бо дарназардошти хусусиятҳои соҳавӣ ва иқтидори истеҳсолӣ таҳия ва амалӣ гардида, ҳамзамон истифодаи комплекси стратегияҳои рақобат дар шакли равиши ҷандқабата бо таъмини мутаносибии арзиш, сифат ва нарх ба роҳ монда шуда, бо мақсади таъмини рушди устувори иқтисоди миллӣ ва баланд бардоштани самаранокии қарорҳои стратегӣ, таҳлили мунтазами муҳити бозор, арзёбии омилҳои рақобатӣ ва мониторинги доимии талабот ва пешниҳод дар сатҳи субъектҳои бозор таъмин карда шаванд.

4. Механизми афзоиши иштирокчиёни бозор ва таъмини баробарии имкониятҳои иқтисодӣ тавассути таҳкими дастгирии институтсионалӣ ва молиявии соҳибкории хурду миёна, коҳиши монеаҳои вуруд ба бозор, баланд бардоштани шаффофияти равандҳои бозорӣ, татбиқи барномаҳои рушди рақобат, ҳавасмандгардонии инноватсия ва диверсификатсияи истеҳсолот

амалӣ гардида, ба коҳиши монополизатсия ва таҳкими худтанзимкунии бозор мусоидат менамояд.

5. Дар самти таъмини устувории бозор ва баланд бардоштани рақобатпазирии иқтисодии миллий механизми ҳамгироии рақобат ва ҳамкорӣ ҳамчун қузъи муҳими сиёсати иқтисодии давлатӣ татбиқ гардида, тақмили модели бозори рақобати монополистӣ дар асоси мукаммалсозии заминаҳои институтсионалӣ, тақвияти шаклҳои ғайринархӣ рақобат (сифат, инноватсия ва бренд), коҳиши хароҷоти транзаксионӣ ва монеаҳои вуруд ба бозор, ташаккули ҳамкориҳои стратегӣ ва кластериҳои субъектҳои хоҷагидорӣ, инчунин таҳкими механизмҳои сиёсати зиддиинҳисорӣ ва мониторинги мунтазами муҳити рақобати амалӣ карда шавад.

6. Қиҳати рушди низоми муосири савдо, таъмини ҳамоҳангии манфиатҳои истехсолгарон ва истеъмолгарон, таҳкими муҳити рақобати солим ва устувории бозори молҳои истеъмолӣ, тақмили инфрасохтори савдо ва логистика дар асоси ҷорӣ намудани моделҳои муосири идоракунии занҷири таъминот ва рақамикунонии гардиши мол, рушди савдои электронӣ тавассути платформаҳои рақамии фурӯш, ислоҳи сохтори савдои ҷалхӯт тавассути ташаккули низоми бисёрзинаи ҳаракати мол, баланд бардоштани рақобат дар бозорҳои деҳот дар асоси дастгирии молиявӣ ва рушди иқтисодии соҳибкорӣ маҳаллӣ, инчунин тақмили сифати хизматрасонӣ бо истифодаи усулҳои муосири маркетинг ва рушди хизматрасонии пас аз фурӯш арзёбӣ мегардад.

ИНТИШОРОТ АЗ РҶҲИ МАВЗҶИ ДИССЕРТАТСИЯ

1. Мақолаҳо дар маҷаллаҳои тақризшаванда (бо забони аслӣ):

- [1-М].** Джамолиддинов С.Р. Конкурентоспособность потребительской кооперации и направления его дальнейшего укрепления [Текст] / А. Абдугафоров, С.Р. Джамолиддинов // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал) - Душанбе, 2012. - №2/6 (95),- С. 106 - 109 (0,15 п.л.) ISSN 2074 - 1847.
- [2-М].** Джамолиддинов С.Р. Элементы модели конкурентной стратегии развития потребительской кооперации [Текст] / Д.Н. Дадамов, С.Р. Джамолиддинов // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики (научно-теоретический журнал) - Худжанд, 2013. №1(53),- С. 83-88 (0,25 п.л.) ISSN 2218-256X.
- [3-М].** Джамолиддинов С.Р. Процесс формирования конкурентных основ отраслевого рынка национальной экономики [Текст] / С.Р. Джамолиддинов // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал) - Душанбе, 2015. - №2/7(178),- С.168-171 (0,19 п.л.) ISSN 2413-5151.
- [4-М].** Джамолиддинов С.Р. Научные основы рыночного и государственного регулирования конкуренции на рынке потребительских товаров [Текст] / С.А. Газибеков, С.Р.

Джамолиддинов // Вестник Таджикского государственного университета коммерции (научный журнал) - Душанбе, 2022. - №4/1 (43), С. 25-31 (0,37 п.л.) ISSN 2308-054X.

- [5-М]. Чамолиддинов С.Р. Эҳёи фазои рақобат дар бозори соҳавии кооператсияи матлубот [Матн] / С.Р. Чамолиддинов // Номаи донишгоҳ, Силсилаи илмҳои табиатшиносӣ ва иқтисодӣ - Хучанд: нашриёти «Нури маърифат»-и МДТ «ДДХ ба номи академик Бобочон Ғафуров», 2018. - №2(45), С. 198-202 (0,25 п.л.) ISSN 2077-4974.
- [6-М]. Чамолиддинов С.Р. Баъзе ақидаҳо оиди рушди рақобат дар бозори соҳавӣ [Матн] / С.Р. Чамолиддинов // Паёми Донишгоҳи омӯзгорӣ (илмҳои табиӣ) - Душанбе, 2021. - №1(10-11), С. 48-55 (0,44 ч.ч.) ISSN 2707-9996.
- [7-М]. Чамолиддинов С.Р. Харочоти истеъмоли чун индикатори муайянкунандаи вазъи рақобат дар бозори соҳавӣ (натиҷаи таҳқиқи бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон) [Матн] / С.А. Газибеков, С.Р. Чамолиддинов // Аҳбори Донишгоҳи давлатии ҳуқуқ, бизнес ва сиёсати Тоҷикистон (мачаллаи илмӣ-назариявӣ) - Хучанд, 2024. - №4(101), С. 83-91 (0,5 ч.ч.) ISSN 3005-8023.

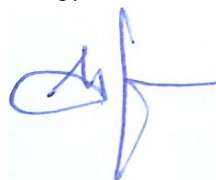
2. Мақолаҳо дар дигар мачаллаҳои илмӣ (бо забони аслий):

- [8-М]. Джамолиддинов С.Р. Дислокация звеньев торговли и их роль в конкурентной борьбе [Текст] / С.Р. Джамолиддинов // Сетевой бизнес и внутренняя торговля Украины и стран СНГ. Материалы V-й Международной научно-практической интернет-конференции, (г. Полтава, 15-16 апреля 2015 года), Полтава: ПУЭТ, 2015. – С. 95 -97 (0,125 ч.ч.).
- [9-М]. Джамолиддинов С.Р. Права собственности и конкуренция в отраслевом рынке потребительских товаров – простая олигополия [Текст] / С.Р. Джамолиддинов // Повышение надежности и использование сельскохозяйственных техники в комплексной агропромышленной области. Сборник научных статей. Материалы республиканской научно-практической конференции (Таджикский аграрный университет имени Шириншоҳ Шотемур, 17 сентября 2022 года), Душанбе, 2022. – С. 33-39 (0,375 ч.ч.).
- [10-М]. Джамолиддинов С.Р. Приоритетные направления повышения конкурентоспособности субъектов на рынке потребительских товаров [Текст] / С.Р. Джамолиддинов // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Актуальные проблемы применения зеленой энергии и энергосберегающих машин в отрасли механизации сельского хозяйства в условиях Республики Таджикистан» (Таджикский аграрный университет имени Шириншоҳ Шотемур, 04 ноября 2023 год), Душанбе, 2023. – С. 188-198 (0,625 ч.ч.).

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ
ТАДЖИКСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА КОММЕРЦИИ**

**УДК: 330 (575.3)
ББК: 65.9 (5Тадж)
Дж – 30**

На правах рукописи



ДЖАМОЛИДДИНОВ СУХРОБ РУСТАМДЖОНОВИЧ

**КОНКУРЕНТНЫЕ ОСНОВЫ ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА
НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ
(на примере рынка потребительских товаров
Республики Таджикистан)**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени кандидата
экономических наук по специальности
5.2.1. – Экономическая теория

ХУДЖАНД-2026

Диссертация выполнена на кафедре «Экономической теории» ГУУ Института экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции

Научный руководитель:	Газибеков Арслонбекович , доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга ГУУ Института экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции	Садриддин
Официальные оппоненты:	Рауфи Абдугаффор , доктор экономических наук, профессор кафедры отраслевого и международного маркетинга Технологического университета Таджикистана	
	Точидинова Зебохон Сангиновна , кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета Таджикского государственного финансово-экономического университета	
Ведущая организация:	ГУ «Худжанский международный институт», ГУ «Международный университет туризма и предпринимательства Таджикистана»	

Защита диссертации состоится «12» сентября 2026 года в 9⁰⁰ часов на заседании диссертационного совета 6D.KOA-004 при Таджикском национальном университете по адресу: 734025, г. Душанбе, ул. Бинихисорак, студенческий городок, учебный корпус №8, ауд. 101. E-mail: Shuro004@mail.ru, телефон учёного секретаря: (+992) 90-242-66-55

С диссертации можно ознакомиться на сайте <https://www.tnu.tj> и в научной библиотеке Таджикского национального университета.

Автореферат разослан «___» _____ 2026 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета, 6D.KOA-004,
кандидат экономических наук, доцент



Гулов Ш.М.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В условиях глобализации экономики и перехода к постиндустриальной модели производства устойчивое развитие национальной экономики невозможно без существования адекватной конкурентной среды и динамичного потребительского рынка. Современный этап социально-экономического развития Республики Таджикистан целесообразно рассматривать как стадию формирования потребительского рынка, функционирующего в условиях усиливающейся конкуренции. Дальнейшее развитие рыночных механизмов сопровождается ростом интенсивности конкурентных взаимодействий между экономическими субъектами, что обуславливает ужесточение требований к качественным параметрам товаров и услуг и способствует трансформации социально-экономической структуры общества. «...Несмотря на неблагоприятную тенденцию структурного развития ...расширение конкуренции является важным условием экономического роста республики»[4]. В этих условиях вопрос усиления конкуренции и повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на рынке потребительских товаров стал одним из важнейших направлений экономической политики государства. Конкуренция является не только основным фактором повышения эффективности производства и снижения себестоимости товаров, но и важным средством стимулирования инновационного развития, рационального использования ресурсов и повышения уровня жизни населения.

В этой связи в Послании Президента Республики Таджикистан Эмомали Рахмона к Маджлиси Оли было особо отмечено, что «...В дальнейшем уделить первостепенное внимание качественным аспектам развития национальной экономики, укреплению человеческого потенциала, расширению производства конечной продукции с использованием современных технологий и внедрению инноваций, повышению экономической активности населения, совершенствованию системы поддержки предпринимательства и инвестиций, расширению цифровой экономики. Усиление торговой конкуренции между странами обязывает нас принимать необходимые меры по прогнозированию рисков и снижению их воздействия на национальную экономику, а также повышению конкурентоспособности продукции отечественного производства»[3].

В свою очередь в «Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года» особо подчеркивается, что «...На современном этапе развития национальной экономики особую актуальность приобретают вопросы, связанные с созданием благоприятных условий для предпринимательства путем развития конкуренции на товарных рынках»[2, С.12].

Однако, анализ текущей ситуации на рынке потребительских товаров Таджикистана показывает, что механизмы конкуренции еще не полностью сформированы. Барьеры входа на рынок, наличие монополистических элементов, отсутствие современной рыночной инфраструктуры и низкий уровень инноваций препятствуют эффективному развитию конкуренции.

Соответственно, теоретическое исследование и практика научных основ конкуренции на отраслевом рынке национальной экономики с учетом особенностей рынка потребительских товаров Республики Таджикистан имеет огромное научное и практическое значение. Результаты таких исследований могут служить для совершенствования государственной политики в области регулирования конкуренции, развития производственных секторов и укрепления национального экономического потенциала. Поэтому исследование теории и практики развития конкуренции, разработка методических подходов к оценке состояния рынка потребительских товаров в системе рыночной экономики определяют актуальность рассматриваемого вопроса в диссертационной работе.

Степень исследования научного предмета. Существенный вклад в формирование основ общей теорией конкуренции внесли ученые-экономисты, такие как: А.Смит[25], Д.Рикардо[23], К.Маркс[16], Й.А. Шумпетер[65], Э.Чемберлин[31], Дж.Робинсон[24], А.Маршалл[61], М.Портер[20] и другие. В частности, Адам Смит – предложил концепцию «невидимой руки», в соответствии с которой «...конкуренция вступает как регулирующая сила рыночного механизма»[25]; Д.Рикардо – сформировал «...теорию сравнительных преимуществ»[23], обосновав конкуренцию в процессе распределения труда; «...механизм внутриотраслевой и межотраслевой конкуренции»[16] был исследован К.Марксом; Й.Шумпетер доказывал, что монополия и конкуренция могут сосуществовать, он называл монополию, обеспечивающую исключительную прибыль за счет новизны, «...эффективной монополией»[65]; Э.Чемберлин является автором «...теории монополистической конкуренции»[31] и исследует спрос под влиянием предложения; Дж.Робинсон разработала «...теорию несовершенной конкуренции»[24], в рамках которой обосновывается, что ни один из участников рынка не обладает полной возможностью самостоятельно устанавливать цену товара. По её мнению, монополия приводит к эксплуатации и неэффективному распределению ресурсов, что предопределяет необходимость государственного регулирования; А.Маршалл – рассматривал свободную конкуренцию в качестве одного из ключевых условий «...установления рыночного равновесия»[61]; в современной экономике М.Портер разработал теорию «пяти сил конкуренции», которая служит методологической основой анализа конкурентной среды в различных отраслях экономики. Им также внесён значительный вклад в развитие «...теории и практики отраслевых,

внутриотраслевых и конкурентных преимуществ, а также национальной и международной конкуренции»[20].

Теоретические и практические аспекты формирования и развития отдельных товарно-отраслевых рынков Таджикистана были рассмотрены в трудах отечественных учёных, в частности: Х.Н. Факерова[27] – потребительский рынок в контексте формирования торгово-экономических комплексов, С.А. Газибекова[13] – практические вопросы реконструкции рынка и конкурентоспособности торговой сферы, М.М. Шарифзоды[32] – модели конкурентоспособности отечественного рынка потребительских товаров, С.Зубайдов[46] – организационно-экономические аспекты совершенствования потребительского рынка в условиях инновационной экономики.

Среди научных трудов отечественных и зарубежных исследователей, посвящённых в целом или непосредственно изучению специфических теоретических и методологических вопросов конкуренции, обеспечению устойчивости конкуренции и конкурентоспособности отраслей, особое место занимают работы А.Рауфи «...Конкурентная эконмика»[21], А.М. Рахимова «...Проблемы повышения конкурентоспособности экономики Республики Таджикистан»[22], К.Х. Хушвахтзоды «...Конкурентоспособность дехканских (фермерских) хозяйств на агропродовольственном рынке региона»[29], А.Хакимова «...Национальная экономика: основы безопасности и конкуренто-способности»[30], Тодждинова З.С. «Демонополизация экономики – государственная политика, направленная на развитие конкуренции...»[64], Ф.М. Улмасова «Повышение конкурентоспособности национальной экономики»[51], Р.А. Каримова «...Особенности формирования конкурентных отношений в условиях перехода к устойчивому развитию сельского хозяйства»[47], М.Б. Джураева «...Формирование конкурентоспособности экономической системы региона»[52], З.Дж. Валиева «...Пути повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции»[42], В.С. Осипова «...Теория и методология конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов»[48], Г.Ю. Гуляева «...Особенности развития конкуренции в современной экономике России»[43], М.В. Дмитриевой «...Роль конкуренции в микроэкономических процессах переходного периода»[44] занимают особое место, поскольку непосредственно анализируют и оценивают рассматриваемые вопросы.

Однако, несмотря на проведённые научные исследования и разработки, ряд актуальных теоретических и практических вопросов, связанных с изучением этапов развития теории конкуренции, конкурентных отношений, совершенствованием государственного регулирования конкуренции, оценкой уровня конкуренции и основными направлениями повышения конкурентоспособности на рынке потребительских товаров, до настоящего времени не был детально и глубоко исследован и проанализирован.

Необходимость решения вышеуказанных вопросов на современном этапе требует развития рынка потребительских товаров Республики Таджикистан, в том числе в рамках уточнения роли конкуренции в развитии рынка, регулирования конкурентных отношений, оценки уровня конкуренции, определения стратегий и основных направлений повышения конкурентоспособности, практических предложений по улучшению конкурентной среды. Таким образом, теоретическая и практическая значимость вышеупомянутых вопросов, а также необходимость поиска путей их совершенствования привели к выбору темы диссертации, её целям и задачам.

Связь исследования с научными программами и темами. Тема диссертационного исследования разработана в контексте положений программы «Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года» и соответствует приоритетам, изложенным в «...Главе 1, пункте 1.1. В направлении повышения конкурентоспособности национальной экономики; пункте 1.4. Повышение эффективности, разнообразия и конкурентоспособности реального сектора экономики»[2], утвержденный Постановлением Правительства Республики Таджикистан от 1 декабря 2016 года №636; соответствует Закону Республики Таджикистан «...О защите конкуренции»[1] (от 19 июля 2022 года №1912, от 15 марта 2023 года №1857). Диссертационная работа выполнена в рамках реализации плана научно-исследовательских работ кафедры экономической теории Института экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции на 2021-2024 годы.

ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования. Целью диссертационного исследования является обоснование концептуальных подходов к формированию и совершенствованию основ конкуренции на отраслевом рынке национальной экономики. В соответствии с поставленной целью осуществляется исследование закономерностей и тенденций развития конкурентных процессов на уровне рынка потребительских товаров, выявляются их причины и факторы воздействия, а также разрабатываются и обосновываются направления совершенствования теоретических и методологических основ регулирования конкуренции. При этом исследования направлены на разработку теоретических моделей и стратегических предложений по развитию конкуренции, реализация которых может способствовать повышению эффективности национальной экономики и ее устойчивому развитию.

Задачи исследования. В диссертации для достижения цели поставлены следующие задачи:

- исследование теоретических аспектов конкуренции, уточнение содержательной специфики отраслевого конкурентного рынка, определение

научных основ государственного регулирования конкуренции на рынке потребительских товаров;

- анализ современных тенденций и оценка общего состояния развития рынка потребительских товаров в условиях расширения конкурентных отношений;

- исследование ключевых проблем и выявление основных факторов, оказывающих влияние на формирование и развитие конкурентных отношений в современных условиях;

- исследование конкурентных преимуществ, а также определение приоритетных направлений повышения конкурентоспособности субъектов рынка.

Объектом исследования является процесс формирования конкуренции и конкурентоспособности рынка потребительских товаров как части национальной экономики.

Предметом исследования является совокупность конкурентных отношений, возникающих в процессе развития рынка потребительских товаров национальной экономики Таджикистана.

Гипотеза исследования заключается в том, что существует тесная взаимосвязь между процессом формирования отраслевых рынков и конкурентной средой, выявление и учёт которой позволяет повысить эффективность и конкурентоспособность субъектов, осуществляющих поставку товаров на рынок потребительских товаров в качестве самостоятельных агентов в условиях рыночной экономики.

Теоретической основой исследования является то, что выводы и предложения автора, полученные на основе изучения работ и научных исследований отечественных и зарубежных учёных, а также с использованием материалов интернет-ресурсов и периодических изданий, научно обоснованы и направлены на решение выявленных проблем с целью обеспечения конкурентоспособности отраслевого рынка национальной экономики.

Методологической основой исследования является применение экономико-статистических, сравнительных, аналитических, синтетических, графических, эконометрических (корреляционно-регрессионных), экстраполяционных и других методов исследования с использованием компьютерных программ для достижения целей и выполнения задач, поставленных в диссертационной работе.

Информационная база. В качестве основных источников информации использованы цитаты из Послания Основателя мира и национального единства - Лидера нации, Президента Республики Таджикистан уважаемого Эмомали Рахмона Маджлиси Оли Республики Таджикистан, материалы, опубликованные Агентством по статистике при Президенте Республики Таджикистан, а также информация государственных органов исполнительной власти на местах. В ходе выполнения поставленных задач в

научном исследовании широко использовались нормативно-правовые акты Республики Таджикистан, материалы Министерства экономического развития и торговли, аналитические данные и результаты отечественных и зарубежных исследований.

База исследований. Диссертационная работа выполнена на кафедре «Экономическая теория» Института экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции в период 2021-2024 гг.

Научная новизна диссертационного исследования. Научные новшества диссертационного исследования находят отражение в улучшении и расширении теории конкуренции на рынке потребительских товаров, совершенствовании эффективной государственной политики в сфере конкуренции, разработке научно-практических рекомендаций по повышению эффективности деятельности субъектов рынка, конкурентоспособности продукции и укреплению позиций отечественных товаров на внутреннем рынке. Значимые результаты диссертационного исследования, включающие элементы научной новизны, заключаются в следующем:

1. Теоретическая концепция конкурентных отношений систематизирована и обоснована, на основании которой, показано, что на современном этапе развития неценовая конкуренция постепенно становится ключевым элементом функционирования на рынке потребительских товаров, ориентируясь на улучшение качества товаров и послепродажного обслуживания. Выявлены и обоснованы теоретические основы государственного регулирования конкуренции, доказана необходимость и целесообразность государственного регулирования потребительского рынка в сегменте продовольственных товаров национальной экономики, что аргументировано актуальными насущными вопросами. К ним относятся рост неформального сектора, низкая эффективность института защиты прав потребителей, неудовлетворительное взаимодействие представителей бизнеса потребительского сектора с общественными организациями и государственными органами, а также высокая доля населения с низкой платежеспособностью.

2. Определены современные тенденции и особенности развития рынка потребительских товаров в условиях углубления конкурентных отношений. Проблемы развития отечественного рынка потребительских товаров систематизированы на основе трех нормативных подходов. В частности, в рамках индустриального подхода выделены: несовершенство нормативно-правовых актов, регулирующих теневой сектор рынка, а также отсутствие стратегии развития торговли; в рамках отраслевого подхода: низкие темпы роста оптовой торговли, недостаточный уровень взаимодействия между частным и государственным структурами, отсутствие дифференциации потребительского рынка; в рамках инфраструктурного подхода: несоответствие принципов организации торговли мировым стандартам,

недостаточность и низкий уровень инфраструктуры хранения товаров, а также технологическая отсталость торговой деятельности.

3. Обосновано, что интенсивность конкуренции на многоотраслевом рынке потребительских товаров определяется рядом сдерживающих и способствующих факторов. К сдерживающим факторам относятся: тесная взаимосвязь рынка потребительских товаров страны с сельским хозяйством, который характеризуется мелкотоварным характером производства, высокими издержками и низким уровнем рентабельности; товары производятся преимущественно в стандартной форме; децентрализованный характер большинства субъектов хозяйствования, что свидетельствует об отсутствии экономии за счёт масштаба (эффект масштаба); имидж торговой марки низок; отсутствие маркетинговой стратегии; наличие инвестиционного, административного, налогового и внешнеэкономического воздействия государства на деятельность субъектов, что в целом снижает интенсивность конкуренции в отрасли. К стимулирующим факторам относятся: рост спроса на продовольственные товары, повышение среднего уровня заработной платы, рост расходов населения, а также увеличение объёма платных услуг.

4. Приоритетные направления развития рынка потребительских товаров разработаны и предложены с ориентацией на повышение конкурентных преимуществ, включая: формирование благоприятной конкурентной среды для осуществления хозяйственной деятельности бизнес-структур; стимулирование местных производителей, предлагающих на рынок высококачественную продукцию; создание соответствующей инфраструктуры; внедрение на рынке потребительских товаров технологических инноваций, инновационных процессов и новых видов продукции.

Положения, выносимые на защиту:

- исследованы теоретические основы развития конкуренции с учётом исторической эволюции этапов формирования теории конкуренции, и на основе проведенного анализа предложено авторское определение конкуренции, как механизма согласования интересов производителей, потребителей, государства и рынка. Обоснованы необходимость и научные основы государственного регулирования конкурентных отношений, направленных на обеспечение устойчивого развития рынка потребительских товаров;

- проанализированы особенности развития рынка потребительских товаров в условиях конкуренции, систематизированы нормативные отношения, а также раскрыто их содержание в контексте развития отечественного рынка;

- обоснована интенсивность конкурентной борьбы на многоотраслевом рынке потребительских товаров, а также раскрыты содержание и сущность факторов, сдерживающих и стимулирующих развитие конкуренции;

- обоснованы теоретические основы стратегии конкуренции как общей модели экономической деятельности в условиях динамичной рыночной среды, разработана теоретическая модель формирования конкурентной стратегии, а также предложены приоритетные направления повышения конкурентоспособности рынка потребительских товаров на основе совершенствования институциональных механизмов и использования инновационного потенциала.

Теоретическая и практическая значимость исследования выражается в том, что его основные концептуальные положения, представленные в виде научных обоснований формирования и регулирования конкурентных основ рынка потребительских товаров в сфере торговли, могут внести определённый вклад в развитие теории отраслевых рынков и теории конкуренции.

Теоретические положения и методическая база, разработанные в процессе диссертационного исследования, а также сформулированные выводы и практические рекомендации по регулированию рынка потребительских товаров могут быть использованы Министерством экономического развития и торговли Республики Таджикистан и другими органами исполнительной государственной власти регионов республики при разработке региональных программ социально-экономического развития Республики Таджикистан.

Основные результаты проведённого исследования использованы Управлением экономического развития, торговли и мониторинга Согдийской области (справочник №20/1-7 от 23.02.2024).

Теоретические и практические разработки исследования широко используются в процессе преподавания учебных дисциплин «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Экономика торговли и общественного питания», «Стратегический менеджмент», «Управление конкурентоспособностью предприятий».

Отдельные положения диссертационной работы внедрены в учебный процесс Института экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции (основание: справка № 893 от 31.12.2022).

Достоверность результатов диссертационной работы подтверждается проведёнными экспериментами, наблюдениями, точностью полученных данных, достаточностью объёма исследовательского материала, статистической обработкой результатов исследования, а также публикациями на научно-практических конференциях различного уровня. Выводы и рекомендации по практическому применению исследования сформулированы на основе научного анализа результатов теоретических и экспериментальных исследований.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Диссертационное исследование соответствует Паспорту справочника специальностей ВАК при Президенте Республики Таджикистан по

специальности: 5.2.1. - Экономическая теория, пунктов 1.1. Политическая экономия: структура и закономерность развития экономических отношений; экономические интересы; формирование и функционирование экономических структур и институтов; теория частного сектора в экономике. 1.2. Микроэкономическая теория: теория потребительского спроса; теория организации рынков; теория конкуренции и антимонопольного регулирования. 1.4. Институциональная и эволюционная экономическая теория: эволюционная теория экономической динамики.

Личный вклад соискателя учёной степени в исследование. Все этапы выполнения плана научной работы, включая выбор темы диссертационной работы, составление плана исследования, подготовка кратких описаний источников, написание статей, сбор и обработка статистических данных, а также выполнение самой работы соискатель выполнял самостоятельно с учётом достижений отечественной и зарубежной науки по исследуемой теме. Основные идеи, теоретические положения, выводы и практические рекомендации, отражающие научную новизну и практическую значимость работы, разработаны и представлены лично автором.

Апробация и реализация результатов диссертации. Основные и значимые результаты диссертационной работы представлены соискателем на международных и республиканских научно-практических конференциях, круглых столах и научно-методических семинарах, проведённых в Институте экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции и за его пределами. Большинство статей автора диссертации опубликованы в 2012-2024 годах в Таджикском национальном университете, Худжандском государственном университете имени академика Бободжона Гафурова, Таджикском государственном университете права, бизнеса и политики, а также в Институте экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции. В частности, результаты исследования были представлены на международных научно-практических конференциях (Эффективные механизмы инновационно - технологического развития современного общества (4-5 декабря 2012 г., Украина, Житомир: Житомирский государственный технологический университет); Человеческое развитие как фактор устойчивости региональной экономики (11-12 марта 2013 г., Таджикистан, Худжанд: Институт экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции); Сетевой бизнес и внутренний бизнес Украины и стран СНГ (15-16 апреля 2015 года, Украина, Полтава: ПУЭТ). Также обсуждались результаты исследования на республиканских конференциях: (Повышение надёжности и использование сельскохозяйственной техники в агропромышленном комплексе) (2022г., Таджикистан, Душанбе: Таджикский аграрный университет имени Шириншоха Шохтемура); Актуальные вопросы использования зелёной энергии и энергосберегающих машин в условиях механизации сельского хозяйства Республики

Таджикистан (04 ноября 2023г., Таджикистан, Душанбе: Таджикский аграрный университет имени Шириншоха Шохтемура). Основные результаты научного исследования автором были предложены, обсуждены на заседании кафедры «Экономическая теория» Института экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции. Представленные в диссертации теоретические и практические рекомендации могут быть использованы в процессе преподавания дисциплин «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Экономика торговли и общественного питания», «Стратегический менеджмент», «Управление конкурентоспособностью предприятий».

Публикации по теме диссертации. По теме диссертации автором опубликованы 10 научных статей, в том числе, 7 статей в рецензируемых научных журналах, признанных ВАК при Президенте Республики Таджикистан. Общий объем научных публикаций по теме диссертации составляет 3,27 печатных листов.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трёх глав, выводов и предложений по практическому использованию результатов исследования, списка использованной литературы, включающего 160 наименований, публикаций по теме исследования, а также 6 приложений. Работа представлена на 193 страницах компьютерного текста, включает 13 таблиц и 21 рисунок.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении определена актуальность темы диссертационного исследования, раскрыта степень её разработанности в научной литературе, определён уровень изученности проблемы, определены объект и предмет исследования, сформулированы цель и задачи диссертационной работы, представлены положения, выносимые на защиту, раскрыта научная новизна исследования, а также показана теоретическая и практическая значимость полученных результатов, отражены степень достоверности результатов исследования и соответствие диссертации паспорту научной специальности. Кроме того, определён личный вклад соискателя учёной степени в проведение исследования, изложены сведения об апробации и внедрении результатов исследования, приведены публикации по теме диссертации, а также раскрыты структура и объём диссертационной работы.

В первой главе диссертации «**Теоретические основы исследования конкурентных отношений**» рассмотрены теоретические основы развития конкуренции в экономической науке, изучены концептуальные аспекты государственного регулирования конкуренции, а также проведена стратегическая оценка формирования конкурентных отношений на рынке потребительских товаров.

В современных условиях понятие «конкуренция» прочно вошло в нашу жизнь и оказывает существенное влияние на её содержание и характер

развития. «...Конкуренция проявляется практически во всех сферах экономической деятельности и представляет собой непрерывный процесс соперничества хозяйствующих субъектов»[35], с которым общество сталкиваются в повседневной практике. В связи с этим, Основатель мира и национального единства - Лидер нации, Президент Республики Таджикистан многоуважаемый Эмомали Рахмон подчеркнул, что «...основой формирования экономически развитого и устойчиво развивающегося государства является становление современной и конкурентоспособной рыночной экономики»[4].

В диссертации отмечается, что конкуренция как социально-экономическое явление имеет неразрывную связь с социальной природой человека, и использование данного понятия позволяет оценить современный уровень развития рынка как в масштабе страны, так и в отдельных ее секторах. Конкуренция прочно вошла в систему рыночных отношений современного общества, и по мере возрастания её роли повышается уровень развития соответствующих отраслей экономики.

С целью выявления сущностных характеристик конкуренции автором были определены основные положения и направления экономической мысли, оказавшие значительное влияние на формирование и развитие теории конкуренции.

В контексте глобализационных процессов в исследованиях конкуренции произошла трансформация научных подходов и приоритетов, в рамках которой на первый план выходят задачи анализа конкурентных преимуществ, достижения лидирующих позиций на рынке, формирования стратегий опережающего развития и освоения новых рынков.

Автором также выделены пять этапов формирования теории конкуренции:

✓ **первый этап - этап докапиталистической конкуренции.** «...Конкуренция между производителями товаров осуществляется за более благоприятные условия производства»[35] и реализации продукции с целью получения более высокого дохода. Взаимоотношения между участниками рынка характеризуются усилением соперничества, обусловленного элементами внезапности, неопределённости и неустойчивости конкурентных процессов, а также высокой зависимостью от воздействия рыночных факторов;

✓ **второй этап - свободная конкуренция.** Именно на этом этапе впервые был сформирован усовершенствованный механизм конкуренции, которой подробно рассматривался классиками политической экономии, такие как А.Смит[25], Д.Рикардо[23], Дж. Милль[18], К.Маркс[16], А.Курно[63] и другими. Основной идеей данного этапа было понимание конкуренции как естественного явления, охватывающего все отрасли экономики и опирающегося преимущественно на субъективные факторы;

✓ **третий этап** - монополистическая конкуренция (конец XIX века). Представители этого направления, такие как Д.Б. Кларк[58], А.Маршалл[17], В.Парето[19], Д.В. Робинсон[24], Э.Чемберлин[31] и другие, внесли существенный вклад в исследование воздействия конкуренции на механизмы ценообразования, при этом основное внимание уделялось процессам формирования монополистических структур и развитию монополий. На этом этапе формируется принципиально новый взгляд на структуру рынка;

✓ **четвертый этап развития конкуренции** - этап современной конкуренции, который примерно начался после Второй мировой войны и продолжается до настоящего времени. Представители этого направления: Дж.М. Кларк[57], С.Хайек[38], М.Портер[19], Р.А. Фатхутдинов[28], Г.Л. Азоев[12] и другие. Данный этап характеризуется тем, что конкуренция, с одной стороны, сдерживала процессы монополизации, а с другой - выступала в качестве важного фактора, обеспечивающего активизацию и ускорение экономического развития.

✓ **пятый этап развития конкуренции** - этап современной инновационно - ориентированной конкуренции. Представители этого направления Б.Адам и Б.Нейлбафф[54], М.Брун[34, С.104], А.Адлер[53], Д.Тапскотт и Г.У.Чесбро[26], К.Клейтон[15], Д.Ф. Мур[55], А.Ю. Юданов[33]). На этом этапе конкурентная борьба сосредоточена на применении новых моделей, способствующих переходу конкуренции с одного уровня на другой, поскольку в условиях обострённой глобальной конкуренции, либо многомерной конкурентной среды самостоятельное создание инноваций и ведение конкурентной борьбы отдельными субъектами становятся практически невозможными. Такая ситуация способствует формированию у ранее конкурировавших экономических субъектов стремления к кооперации на взаимовыгодной основе, при сохранении элементов соперничества, что в научной литературе обозначается термином «совместная конкуренция».

В этой связи автор также определил вклад отечественной школы в развитие теории конкуренции (таблица 1).

Таблица 1.- Развитие теории конкуренции в период национальной независимости (современный этап конкуренции и этап «новейшей» конкуренции)

Авторы	Характеристика конкуренции
Этап «новейшей» конкуренции – переход конкуренции на другой уровень. Развитие теории конкуренции в период национальной независимости	

Продолжение таблицы 1.

Рауфи Абдугаффор [21; 50; 63]	«Конкуренция - это борьба за получение прибыли, занятие определённого места, выполнение работы, результат производства товара или услуги, которая посредством предложения предпочтительного результата по сравнению с другими конкурентами может привести к победе. В этом случае конкуренция и конкурентная борьба между предпринимателями касаются оценки результатов деятельности отрасли по производству товаров и оказанию услуг, ... потребительских свойств товаров и услуг, обслуживания при продаже и после продажи, цены реализации и других подобных аспектов»[21; 50; 63]
Рахимов Абдулатиф Маджидович [22; 49]	«...Кокуренция - это способность создавать и использовать конкурентные преимущества для сохранения или улучшения своего положения на рынке»[22; 49].
Хушвахтзода Кобилджон Хушвахт [41]	Рассматривает конкуренцию как экономические отношения, которые являются условием эффективного функционирования рынка и создают благоприятную основу для его развития. «...Экономическая сущность конкуренции заключается в экономической свободе, равенстве хозяйствующих субъектов в конкуренции на рынке товаров, услуг, результатов продаж и прибыли»[41, с.8].
Шарифзода Мумин Машокир [32]	«...Конкуренция - это движущая сила экономических отношений, посредством которой субъекты рынка могут выдерживать интенсивную борьбу на различных рынках»[32].
Улмасов Фарходджон Махмуджонович [51]	«...Конкурентоспособность ... отражает совокупные показатели эффективности управления на предприятии и возможность своевременно предложить на рынок необходимое количество товаров, соответствующих предпочтениям потребителей по сравнению с товарами конкурентов»[51].
Акимов Саиджон Муродмадович [40]	«...Конкуренция как экономическая категория отражает отношения производителей в зависимости от реализации их интересов и целей в условиях интенсивной борьбы на рынке многочисленных экономических агентов и единой системы правил, применимых ко всем»[40].
Джурсаев Мехродж Бобокулович [52]	«...Конкурентоспособность - это совокупная способность региона в производственной, финансовой и экспортной сферах, отражающая высокий уровень экономической активности, инвестиционную привлекательность, достойное благосостояние населения, эффективное использование трудовых, природных и капиталовложений, а также соответствие производственного процесса требованиям как внутреннего, так и внешнего рынка»[52].
Валиев Зафар Джурахонович [42]	«...Экономическая конкуренция - это система особых экономических отношений между хозяйствующими субъектами, направленных на формирование и реализацию преимуществ в производстве и продаже продукции на основе снижения индивидуальных затрат и повышения обменной стоимости продукции, что в результате приводит к достижению рыночных стандартов эффективности»[42].

Источник: Составлено автором на основе изученных теорий.

Исследование научной терминологии позволяет предложить научное определение конкуренции. Под понятием конкуренции понимается

движущая сила рыночной экономической системы, которая определяет отношения участников рынка в поиске выгодных условий в отрасли и способствует укреплению их позиции на рынке.

Конкуренция - это явление, оцениваемое как деструктивное в одном случае и конструктивное в другом, как сила, рассеивающая и объединяющая участников рынка на пути к достижению цели, соперником или партнёром в эффективном использовании ресурсов, отвергающей устаревшее и признающей инновации в отношении потребителя, соперничеством или партнерством в реагировании на меняющуюся конкурентную рыночную среду.

Исследование показывает, что конкуренция обеспечивает инновационное обновление и становится основным движущим фактором развития национальной экономики, способствуя разнообразию и эффективному распределению ресурсов. В связи с этим формирование, развитие и защита конкуренции должны быть политическим приоритетом государства.

В диссертационной работе обосновано, что значение и необходимость регулирования конкуренции активно обсуждаются среди исследователей. Некоторые учёные полагают, что государственное регулирование конкуренции в экономике имеет разрушительный характер, поскольку создаёт дополнительные ограничения. Существуют также противоположные точки зрения, рассматривающие необходимость регулирования конкуренции как средство выравнивания условий для ведения конкурентной борьбы на рынке.

В вопросах государственного регулирования конкуренции исследования проводили такие учёные, как Дж.М. Кейнс[14, с.137], А.Смит[25], Дж.Робинсон[24], Й.Шумпетер[65, с.159], М.Портер[20, с. 15], А.Рауфи[21], А.М. Рахимов[49, с. 19], З.С. Тодждинова [64, с. 137] и другие.

Автор отмечает, что на этапах развития рыночных отношений и формирования конкурентной среды роль государства велика. «...Создание эффективного отраслевого рынка без государственной поддержки представляется затруднительным» [66]. Более того, в условиях двойственности деятельности субъектов на рынке потребительских товаров, с одной стороны, учитывается их высокая социальная значимость, а с другой - с учётом специфической рыночной структуры, ориентированной на получение прибыли, координация их действий для эффективного функционирования рынка является непростой задачей. Учитывая данное утверждение, делается вывод, что государство является важнейшим фактором формирования конкурентного рынка отраслей системы рынка потребительских товаров. Роль государства в данном сегменте национальной экономики проявляется в создании условий для развития эффективной конкуренции.

С учётом изложенного, автор подчёркивает, что механизмы государственного регулирования конкуренции имеют свои особенности, которые представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. - Основные механизмы и функции государственного регулирования конкуренции на рынке потребительских товаров.

Источник: Составлено автором на основе изученных теорий

Исследования в данном направлении показали, что в условиях трансформации современной экономики государства выступает в двух аспектах: как системообразующий элемент политической структуры и как активный участник экономических отношений, обеспечивающий институциональную координацию, регулирование и баланс интересов различных субъектов общественного воспроизводства. «...Государственное регулирование конкуренции, в свою очередь, стало необходимым фактором стабилизации и развития рыночной экономической системы, в результате чего сформировалось взаимодействие «невидимой руки рынка» и государства» [60].

Это означает, что поддержание стабильности отраслевого рынка, в том числе рынка потребительских товаров, и обеспечение его социальной направленности является основной целью государственного регулирования.

На основе рассмотренных определений государственного регулирования конкуренции и оценки её роли, можно сделать вывод, что исследователи не имеют единого понимания обеих точек зрения – как на уровне рыночного регулирования конкуренции, так и уровне государственного регулирования. В тоже время, рассматривая позиции ряда авторов, необходимо отметить, что основной формой рыночного регулирования остается конкуренция (рыночная конкуренция), тогда как государственное регулирование должно выполнять функцию стратегической ориентации в перспективе развития рынка.

Автор подчеркивает, что в условиях господства рыночных отношений поиск новых возможностей развития, обеспечение конкурентных преимуществ и укрепление конкурентных позиций для хозяйствующих субъектов относятся к числу стратегически значимых задач. «...При этом конкурентоспособность отрасли обеспечивается высоким уровнем внутренней конкуренции, тогда как стратегическая ориентация отдельных предприятий нередко направлена на ограничение числа конкурентов, что объективно способствует снижению интенсивности конкурентной среды»[49].

Результаты проведенного исследования показали, что конкурентная стратегия определяется как системообразующий элемент механизма функционирования и развития хозяйственных систем, и характеризует перспективы деятельности в конкурентной среде. Она предоставляет участникам рынка возможность поддерживать и сохранять конкурентоспособность, укреплять свои позиции на рынке и обеспечивать превосходство над конкурентами. Рассматривая процесс поиска новых позиций на рынке, конкурентная стратегия способствует как привлечению уже существующих в отрасли потребителей, так и вовлечению совершенно новых групп потребителей. В данном контексте она предполагает выбор такого пути развития, который отличается от стратегий, реализуемых другими участниками рынка.

Для обеспечения устойчивости на конкурентном рынке, особенно на отраслевом рынке экономики Республики Таджикистан, предложены варианты конкурентной стратегии, способствующие завоеванию рынка потребительских товаров. Автором установлено, что уровень давления рыночных сил (включая влияние масштаба производства, степень отраслевой дифференциации и другие факторы) не является постоянным. В зависимости от стадии развития отрасли изменяются как сами конкурентные силы, так и степень их воздействия, вследствие чего трансформируются и применяемые конкурентные стратегии. В этой связи для достижения конкурентных преимуществ на рынке целесообразно использовать различные стратегические подходы в зависимости от конкретной ситуации. Общей характеристикой данных стратегий выступает формирование дополнительной ценности и полезности каждого предлагаемого товара и услуги, тогда как их основной целью является обеспечение эффективности хозяйственной деятельности на основе устойчивой конкурентной позиции на рынке.

Во второй главе диссертации – **«Оценка уровня конкуренции в сегменте рынка потребительских товаров»** - проанализировано общее состояние рынка, особенности развития конкурентной среды, а также количественные и качественные аспекты конкуренции на рынке потребительских товаров.

Автором установлено, что развитие рынка потребительских товаров, прежде всего, зависит от экономической активности населения, которая находит отражение в общем объеме национального производства. На уровне страны данный показатель выражается через валовой внутренний продукт, а на уровне регионов – через валовой региональный продукт. Показано также влияние валового внутреннего продукта на душу населения на состояние конкурентной среды, поскольку данный показатель отражает эффективность использования региональных ресурсов по сравнению с другими регионами и характеризует уровень их экономической конкурентоспособности. Установлено, что чем выше объем валового внутреннего продукта на душу населения, тем выше эффективность экономики региона по сравнению с другими регионами республики и тем более устойчивыми становятся его конкурентные позиции (таблица 2).

Таблица 2. - Доля регионов в общем объеме производства региональной продукции

Регионы	Ед-ица измерения	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Разница 2023 году по сравнению с 2015 годом, %
ВРП	млн. сомони	43745,9	49921,1	56001,8	61368,4	68691,3	73870,5	91932	108831	23026,8	146111,7	334
Согдийская область	млн. сомони	12036,9	14654,8	17510,7	18343,8	20537,1	21261,9	27465,4	31939,2	35177,4	42433,3	350
	в %	27,5	29,4	31,3	29,9	29,9	28,8	29,8	29,3	28,6	29,0	+1,5
Хатлонская область	млн. сомони	12855,2	14620,2	16003,7	17107,5	19664,0	22080,5	26967,8	33832,1	36064,7	42803,6	333
	в %	29,4	29,3	28,6	27,9	28,6	29,9	29,3	31,1	29,3	29,3	-0,1
РРП	млн. сомони	7590,6	8913,7	9719,9	1073,5	12287,6	13532,6	17314,1	19173,7	23641,8	27117,2	357
	в %	17,4	17,9	17,4	1,7	17,9	18,3	18,8	17,6	19,2	18,6	+1,2
ГБАО	млн. сомони	716,8	841,2	956,5	1035,6	1063,4	1065,0	1278,8	1365,3	1736,6	2501,9	349
	в %	1,6	1,7	1,7	1,7	1,5	1,4	1,39	1,3	1,4	1,71	+0,11
г. Душанбе	млн. сомони	10546,4	10891,2	11811,0	13808,0	15139,2	15570,5	18905,8	22520,7	26406,3	31255,7	296
	в %	24,1	21,8	21,1	22,5	22,0	21,1	20,5	20,7	21,5	21,4	-2,7

Источник: Составлено автором на основе [8, с.215; 9, с.214].

Согласно официальным статистическим данным, в период 2015-2024 годов ВРП Республики Таджикистан демонстрирует устойчивую положительную динамику развития и увеличился с 43745,9 млн. сомони до 146111,7 млн. сомони. Положительная динамика ВРП наблюдается также в Согдийской, Хатлонской, ГБАО, РРП и городе Душанбе. При анализе конкурентной среды регионов установлено, что уровень конкуренции увеличился соответственно в 3,5 раза, 3,33 раза, 3,49 раза, 3,57 раза и 2,96 раза. Из этого следует, что наиболее конкурентоспособной по сравнению с другими регионами республики является экономика РРП, второе место занимает Согдийская область, что позволяет характеризовать их экономику,

как одного из наиболее конкурентоспособных в Республики Таджикистан [8, с.215; 9, с.214].

Автор в диссертационном исследовании показывает, что увеличение ВРП способствует насыщению рынка товарами и услугами, а также расширению многообразия форм конкуренции, поскольку в таких условиях компании вынуждены уделять больше внимания качеству и ценовой политике с целью привлечения покупателей. Кроме того, рост объемов производства способствует появлению новых игроков на рынке и увеличению количества конкурентов, что в конечном итоге расширяет возможности выбора для потребителей. Вместе с тем наблюдается незначительное снижение ВРП (Хатлонская область -0,1%, г.Душанбе - 2,7%), что оказывает определенное негативное влияние на экономическую активность, способствует снижению рыночных возможностей и, соответственно, отражается на состоянии конкурентной среды.

Рост числа предприятий может оказывать влияние на уровень конкуренции на потребительском рынке за счет увеличения количества конкурентов и выравнивания их экономического потенциала и масштабов деятельности. С расширением бизнеса компания может развиваться и выходить на новые сегменты рынка, либо сам рынок может расширяться, привлекая новых участников, которые начинают конкурировать с действующими компаниями. В таких условиях предприятие переходит из среды с относительно низким уровнем конкуренции в более конкурентную рыночную среду (рисунок 2).



Рисунок 2.- Численность действующих предприятий на рынке потребительских товаров (по формам собственности)

Источник: Составлено автором на основе [7, с.353; 8, с.227; 9, с.226].

Благоприятные условия для развития бизнеса в отрасли позволили стабильными темпами увеличивать количество компаний по всей республике, а также в ее регионах, способствуя развитию конкурентной среды.

Сопоставление анализа официальной статистики показало, что количество действующих предприятий на рынке республики в 2024 году составило 57841 единиц, что на 136,5% больше показателя 2015 года. Из них 10618 единиц, или 18,4% приходятся на государственную собственность, 45708 единиц, или 79% являются частными и коллективными, и 1515 единиц, или 2,6% являются другими формами собственности. Количество государственных предприятий на рынке за период 2015-2024 годах увеличилось на 115%. Вместе с тем доля в общем республиканском показателе в 2024 году по сравнению с 2015 годом снизилась на 3,2%, что объясняется ростом числа предприятий других форм собственности на потребительском рынке. Следует отметить, что основная часть предприятий на рынке потребительских товаров приходится на долю частной и коллективной собственности. Если количество предприятий частной и коллективной собственности в 2015 году составило 32507 единиц, то в 2024 году оно по сравнению с 2015 годом увеличилось на 1,4%, его доля в общереспубликанском показателе составила 79% [8, с.227; 9, с.226].

По мнению автора диссертации, увеличение числа участников и объектов конкуренции, снижение барьеров для выхода на новые рынки благодаря унификации рыночной инфраструктуры и созданию общих правил игры, для всех означает усиление конкуренции на рынке потребительских товаров, что приводит к снижению прибыли всех его субъектов. В то же время, из-за высокой степени конкуренции на рынке потребительских товаров и наличием ряда рыночных барьеров (недостаточный доступ к финансовым ресурсам, высокий уровень налогообложения, нестабильность государственного регулирования и др.) численность индивидуальных торговых предпринимателей в национальной экономике сократилось (в 2024 году по сравнению с 2015 годом наблюдалось уменьшение на 48%) [8, с.229, 239].

В диссертационной работе установлено, что наряду с другими отраслями хозяйства торговля занимает важное место в конкурентной среде потребительского рынка, поскольку конкуренция остаётся неотъемлемой частью рыночных отношений. Развитие экономики во многом зависит от развития хозяйствующих субъектов в данной отрасли и создаёт возможности для формирования отраслевых рынков, включая сектор торговли. Официальные статистические данные подтверждают, что в республике наблюдается рост общего объема торговли. За период 2015-2024 годов объём торговли увеличился в 3,8 раза и составил 40688,8 млн. Сомони. Эта тенденция способствовала росту доли торговли в ВРП. Если в 2015 году доля

объёма торговли в ВРП составила 32,9%, то в конце исследуемого периода она достигла 37,7%[7, с.637; 8, с.215, 351; 9, с.214, 345].

Автор отмечает, что в республике наблюдается рост объема розничной торговли. Средний темп роста за анализируемый период составил 15,8%, что свидетельствует о достаточно высоких темпах её развития. Следует отметить, что объем розничной торговли в национальной экономике за последние десять лет увеличился на 3,8 раза. Объем розничной торговли продовольственными товарами в 2024 году составил 27478,2 млн. Сомони, что в 3,5 раза превышает показатель 2015 года. Соответственно, уровень прироста ее доли в общем объёме розничной торговли в 2023 году по сравнению с 2015 годом увеличился на 0,9% и составил 49,9%% (таблица 3).

**Таблица 3.- Основные показатели, характеризующие состояние
торговой отрасли Республики Таджикистан за 2015-2023 гг.**

Показатели	Единиц а измере- ния	Годы									
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Оборот розничной торговли	млн. Сомони	14377, 7	16166, 7	18435, 2	20479, 7	24948, 3	27024, 8	33259, 5	39498, 4	48518, 5	55066, 4
	темп роста по сравнению с предыдущим годом										
	в %	12,1	12,4	14,0	11,1	21,8	8,3	23,07	18,8	22,8	13,5
	итого, в %	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Розничная торговля продовольственным и товарами	млн. сомонй	7045,1	7921,7	9144,1	9891,7	12099, 9	13053, 0	16529, 9	19709, 7	24210, 8	27478, 2
	темп роста по сравнению с предыдущим годом										
	в %	14,2	12,4	15,4	8,2	22,3	7,9	26,6	19,2	22,8	13,5
	доля в общем объеме										
	в %	49,0	49,0	49,6	48,3	48,5	48,3	49,6	49,8	49,9	49,9
Розничная торговля непродовольственны ми товарами	млн. сомонй	7332,6	8245,0	9291,1	10588, 0	12848, 4	13971, 8	16729, 6	19877, 7	24307, 8	27588, 3
	темп роста по сравнению с предыдущим годом										
	в %	10,2	12,4	12,7	14,0	21,3	8,7	19,7	18,8	22,2	13,4
	доля в общем объеме										
	в %	51,0	51,0	50,4	51,7	51,5	51,7	50,4	50,2	50,1	50,1

Источник: Составлено автором на основе [7, с.613; 9, с.214, 352].

Следует отметить, что рост доли розничной торговли продовольственными товарами происходит за счёт уменьшения объёма розничной торговли непродовольственными товарами. Этот процесс в определённой мере свидетельствует об усилении конкуренции на рынке потребительских товаров, поскольку хозяйствующие субъекты ориентируются преимущественно на сегменты с устойчивым потребительским спросом, что обеспечивает более быстрый оборот капитала и поддержание конкурентоспособных позиций.

Еще одной актуальной проблемой, рассмотренной автором диссертации, является соотношение между созданием новых предприятий и их устойчивостью на конкурентном рынке, поскольку из общего числа предприятий, основанных в анализируемый период, часть из них прекратила

свою деятельность (40,8%). Исследование показывает, что одной из характерных черт формирования юридических лиц на конкурентном рынке является численность их работников в регионах Республики Таджикистан. Так, по числу юридических лиц с численностью до 30 работников первое место занимает Согдийская область, наибольший показатель среди юридических лиц с численностью от 31 до 200 работников наблюдается в Хатлонской области, а по числу юридических лиц с более чем 200 сотрудников лидирует город Душанбе. Из этого можно сделать вывод, что большинство юридических лиц в городе Душанбе, в отличие от юридических лиц других регионов республики, предпочитают вести деятельность в форме крупных предприятий, обеспечивая себе конкурентные преимущества (рисунок 3).

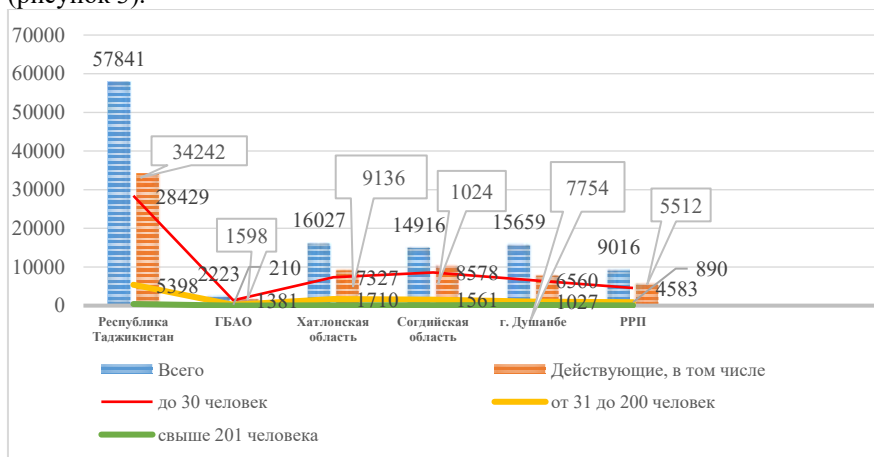


Рисунок 3.- Численность зарегистрированных юридических лиц по размеру и территории республики в 2024 году

Источник: Составлено автором на основе [8, с.228].

Автор отмечает, что интенсивность конкуренции, изменения макроэкономической ситуации в стране и другие подобные факторы могут приводить к снижению потребительского спроса и снижению рентабельности бизнеса на рынке потребительских товаров, что в свою очередь, становится причиной прекращения деятельности отдельных предприятий.

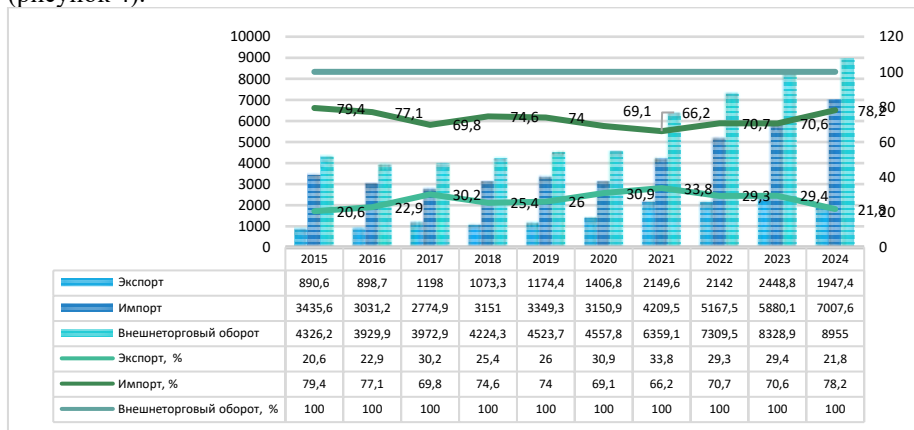
При этом в процессе анализа было установлено, что серьёзные ошибки в разработке стратегий, включая конкурентную стратегию и реализацию финансовой стратегии, высокие кредитные и налоговые ставки, низкую способность конкурировать с крупными компаниями и ограниченную покупательную способность населения создают предпосылки для прекращения деятельности предприятий на рынке потребительских товаров. Автор диссертации подчеркивает, что указанные факторы для участников

рынка, в частности для конкурентов, могут выступать прежде всего как препятствия, а во вторую очередь - как возможности для конкурентного преимущества.

По мнению автора, «...определяющими факторами формирования конкурентной среды выступают условия, обеспечивающие функционирование механизма конкуренции на рынке»[45]. Чем в большей степени создаются благоприятные условия деятельности для участников рынка, тем выше становится уровень интенсивности конкуренции, что в свою очередь способствует развитию конкурентных отношений на рынке. Наличие дефицита товаров, требовавшего его устранения, способствовало привлечению на рынок Республики Таджикистан иностранных компаний, которые содействовали преодолению данного дефицита. В результате рынок производителя трансформировался в рынок потребителя.

Автор подчеркивает, что «...предельный уровень импорта потребительских товаров, формирующих критическую продовольственную зависимость национальной экономики, не должен превышать максимум 30-35%, поскольку превышение данного порога может обусловить снижение уровня продовольственной безопасности, усиление внешнеэкономической зависимости...»[63, с.72].

Несмотря на принятие важных мер, направленных на обеспечение продовольственной безопасности и реализацию мероприятий по индустриализации страны, как свидетельствуют статистические показатели, объём импорта значительно превышает общий объём экспорта страны. Так, в последнем рассматриваемом году объём импорта составил 78,2% внешнеторгового оборота, что является весьма значительным показателем (рисунок 4).



**Рисунок 4.- Внешняя торговля Республики Таджикистан
(млн. доллар США)**

Источник: Составлено автором на основе [7, с.511; 8, с.317].

Приведённые данные свидетельствуют о том, что на рынке потребительских товаров импортная продукция занимает доминирующее положение, а вопросы ценообразования по объективным причинам оказываются ограниченными. Поскольку формирование цен на импортируемые товары осуществляется за пределами страны, отечественные товаропроизводители во многих случаях вынуждены определять свои конкурентные позиции с учётом воздействия внешних факторов ценообразованию.

В диссертационном исследовании установлено, что индекс цен на потребительские товары и услуги является одним из основных факторов, оказывающих влияние на формирование рыночной конкуренции. Анализ показателей за 2015-2024 годы свидетельствует о том, что, несмотря на рост потребительских цен на протяжении всего рассматриваемого периода, начиная с 2021 года наблюдается тенденция снижения темпов их роста. Данная ситуация может быть обусловлена, с одной стороны, стабилизацией экономической обстановки, а с другой – улучшением конкурентной среды на рынке.

Вместе с тем для обеспечения стабильности цен и повышения уровня благосостояния населения, важное значение имеют усиление добросовестной конкуренции, предупреждение монополизации рынка и создание равных условий для всех его участников (рисунок 5).

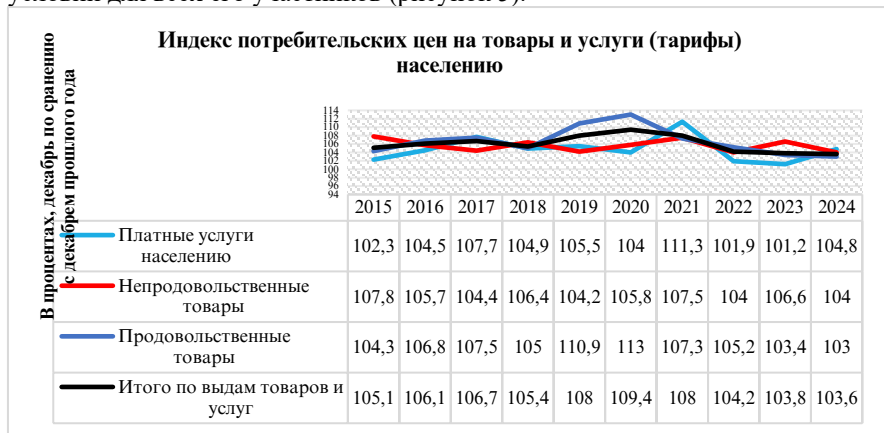


Рисунок 5.- Индексы потребительских цен на товары и услуги населению (в процентах)

Источник: Составлено автором на основе [7, с.231; 8, с.150; 9, с.149].

Снижение уровня инфляции в 2022-2024 годах является свидетельством повышения эффективности антиинфляционной политики и развития института конкуренции в экономике, что способствовало достижению более сбалансированного соотношения спроса и предложения на рынке потребительских товаров.

В соответствии с представленными ниже подходами, проблемы, препятствующие развитию рынка в условиях конкурентной среды, могут быть систематизированы (рисунок 6).



Рисунок 6.- Проблемы развития рынка потребительских товаров в условиях конкурентной среды

Источник: Составлено автором на основе изученных теорий.

В исследовании обосновано, что перечень проблем и факторов, препятствующих развитию конкурентных отношений, приведённых в диссертации, не является исчерпывающим. Он может быть дополнен такими ограничивающими факторами, как крайне низкая эффективность финансирования модернизации, высокий уровень налоговой ставки для бизнеса, замедленное развитие финансовой (высокая процентная ставка по кредиту), социальной, транспортной инфраструктуры, жилищно-коммунального хозяйства и другие. Приведенные инфраструктурные факторы формируют значительную долю расходов предпринимателя и препятствуют рациональному формированию цен. Данная ситуация приводит к удорожанию отечественных товаров, снижению их конкурентоспособности и выступает сдерживающим фактором экономического развития страны в условиях конкурентного рынка.

В диссертации установлено, что на территории Республики Таджикистан рынок потребительских товаров играет значительную роль в обеспечении населения необходимыми товарами и формировании цен. С учётом важности данного рынка представляется необходимым исследование как количественных, так и качественных аспектов конкурентной среды,

поскольку в условиях рыночной экономики конкуренция является одним из основных факторов эффективности и устойчивого развития страны.

Автором выявлено, что в количественные аспекты конкуренции включена оценка конкурентной позиции предприятий, для чего принимается во внимание ряд факторов (рисунок 7).

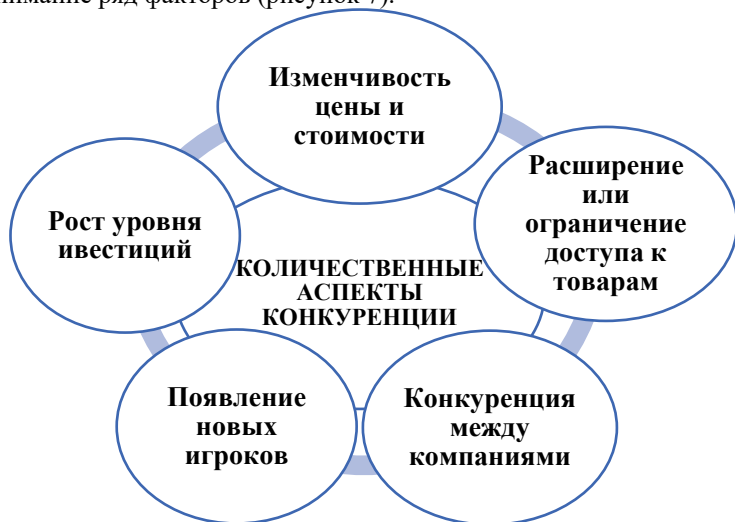


Рисунок 7.- Классификация количественных аспектов конкуренции

Источник: Составлено автором на основе изученных теорий.

Автор отмечает, что современная экономическая теория придает особое значение исследованию и интерпретации расходов. Расходы способны оказывать как стимулирующие, так и сдерживающие воздействия на ключевые экономические показатели, включая доходы, занятость, процентные ставки, инфляцию, уровень потребительского доверия и тем самым функционирование экономики в целом. В этой связи, в условиях становления рыночной экономики и трансформации конкурентной среды, особую научно-теоретическую и практическую значимость приобретает исследование влияния потребительских расходов на развитие отраслевых рынков национальной экономики.

В диссертационном исследовании установлено, что потребительские расходы, являясь одним из важнейших элементов системы микроэкономических показателей, в большинстве стран составляют более 50% ВВП и выступают значимым фактором обеспечения его роста. Анализ статистических данных позволяет сделать вывод о том, что в исследуемом периоде доля потребительских расходов имеет тенденцию к снижению. Так, если в 2018 году удельный вес данного показателя в структуре расходов населения составлял 52,4%, то в 2024 году он снизился до 50,5% [6, с.25].

Результаты исследования показали, что «...объем потребительских расходов имеет линейную зависимость от отобранных факторов, при этом увеличение значений данных факторов обуславливает соответствующий рост объема потребительских расходов»[39, с.89]. В целях прогнозирования объема потребительских расходов на потребительском рынке разрабатывается следующая теоретическая регрессионная модель:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 \quad (1.)$$

Прогнозируем объем потребительских расходов с использованием программного обеспечения Ms Excel.

$$y = 99,4 + 0,34x_1 + 0,006x_2 - 0,38x_3 + 0,01x_4 \quad (2.)$$

Таким образом, на основе метода экстраполяции осуществляется прогнозирование динамики изменения потребительских расходов на период до 2026 года (таблица 4).

Таблица 4.- Пределы изменения потребительских расходов

Годы	Потребительские расходы		Вероятностные пределы изменения прогнозируемых потребительских расходов	
			Минимальная вероятность	Максимальная вероятность
2018	318,05	-	-	-
2019	366,38	-	-	-
2020	631,04	-	-	-
2021	777,64	-	-	-
2022	851,85	-	-	-
2023	1104,60	-	-	-
2024	1110,42	1110,42	1110,42	1110,42
2025	-	2430,60	2187,54	2673,66
2026	-	2685,90	2417,31	2954,49
2027	-	2954,30	2658,87	3249,73
2028	-	3231,70	2908,53	3554,87

Источник: Разработано автором на основе [8, с.120, 126, 134, 261, 364].

Автор отмечает, что рост потребительских расходов оказывает существенное влияние на развитие конкурентной среды, способствуя выходу на рынок новых хозяйствующих субъектов и усилению уровня конкуренции. В свою очередь, усиление конкуренции обуславливает повышение качества продукции, разнообразия предложений и рост эффективности национальной экономики. В связи с этим увеличение объема потребительских расходов рассматривается как один из ключевых факторов, стимулирующих развитие конкуренции и функционирование рынка.

В процессе исследования было установлено, что число предприятий из года в год увеличивается и соответственно они занимают значимое место в национальной экономике. Следует отметить, что субъекты предпринимательской деятельности, в следствии высокой рентабельности, в основном отдадут предпочтение осуществлению деятельности в сфере

торговли. Так, в 2024 году в отрасли функционировало 10777 единица субъектов розничной торговли, при этом объем розничного товарооборота во всех секторах торговли по сравнению с показателем 2015 года увеличился в 2,3 раза и достиг 55066,4 млн. сомони, а в расчете на душу населения возрос почти в 2 раза [8, с.85, 86, 224, 356; 9, с.85, 86, 223; 10, с.123]. Появление в крупных и малых населённых пунктах современных торговых сетей, специализирующихся на продаже потребительских товаров, придало дополнительный импульс росту розничного товарооборота (рисунок 8).

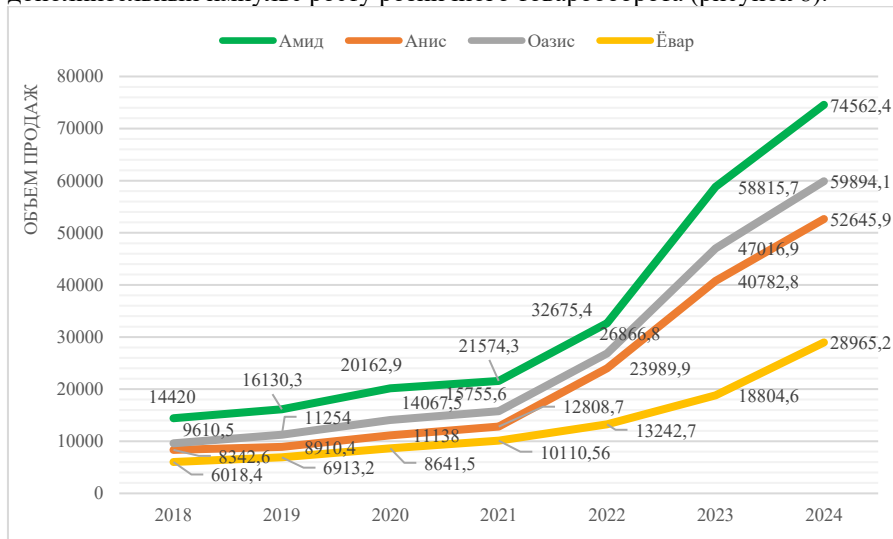


Рисунок 8.- Уровень конкурентоспособности компаний

Источник: Разработка автора на основе данных [11].

По мнению автора диссертации, в настоящее время ключевые конкурентные преимущества компании «Амид» обусловлены, прежде всего широким ассортиментом товаров и способностью гибко адаптировать его с учётом особенностей потребительского спроса. Кроме того, закупка товаров осуществляется непосредственно у производителей, без участия посреднических организаций, что позволяет устанавливать цены ниже среднерыночного уровня и тем самым формировать дополнительное конкурентное преимущество. Еще одним конкурентным преимуществом компании является то, что в 2021 году пять самостоятельных торговых компаний были объединены с торговым объединением «Амид» на основе современной модели «кооперативной конкуренции». Данные компании консолидируются с целью противодействия конкурентному давлению, объединяя свои знания и практический опыт деятельности. Автор отмечает, что при данной форме организации деятельности имущество партнёров

сохраняется в их собственности. В рамках данного торгового союза торговые центры получают ряд конкурентных преимуществ, в том числе:

- снижается стоимость закупаемых товаров (за счёт увеличения масштабов оптовых заказов);
- сокращаются расходы на рекламу;
- в структуре торгового объединения созданы пекарни, мясные лавки, аптеки, а также цеха по производству салатов и другой продовольственной продукции.

В исследовании уточняется, что наряду с количественными характеристиками, качественные аспекты конкуренции (преимущества в качестве и ассортименте продукции; дифференциация продукции; уровень, скорость и качество удовлетворения потребностей) выступают в качестве конкурентных преимуществ направленных на удовлетворение конкретных потребностей потребителей.

Кроме того, практика показывает, что использование количественных аспектов конкуренции не является безграничным, поскольку в конкурентной среде становятся доступными новые стратегии организации производства и методы снижения издержек (даже наиболее современные из них). Отсюда следует, что к качественным аспектам конкуренции относятся не только высокое качество продукции и уровень её технической обработки, но и эффективная деятельность компаний в конкурентной среде, а также учёт требований рынка и специфики отдельных групп потребителей.

Таким образом, автор подчёркивает, что в современных условиях конкуренции приоритетное значение приобретает учёт качественных аспектов, «...направленных на модификацию товара и придание ему таких характеристик, которые отличают его от товаров конкурентов по совокупности свойств. Аналогичные товары сфокусированы на удовлетворение потребностей стандартного характера...»[35], при этом развитие качественных характеристик продукции представляет собой практически неограниченным процессом, создающий возможности для применения стратегии дифференциации продукции.

В условиях рыночной конкуренции дифференциация продукции выступает в качестве важного элемента реализации стратегии дифференциации, предоставляя игрокам рынка возможность за счёт дифференциации потребительских свойств продукции повышать её привлекательность для потребителей и обеспечивать её уникальность в условиях рыночной конкуренции.

Таким образом, по мнению автора диссертации, на отечественном рынке потребительских товаров существует широкая возможность применения дифференциации продукции, которая способствует повышению её привлекательности для потребителей, обеспечению уникальности товаров, выявлению неудовлетворенных потребностей потребителей и выявлению слабых сторон конкурентов (рисунок 9).

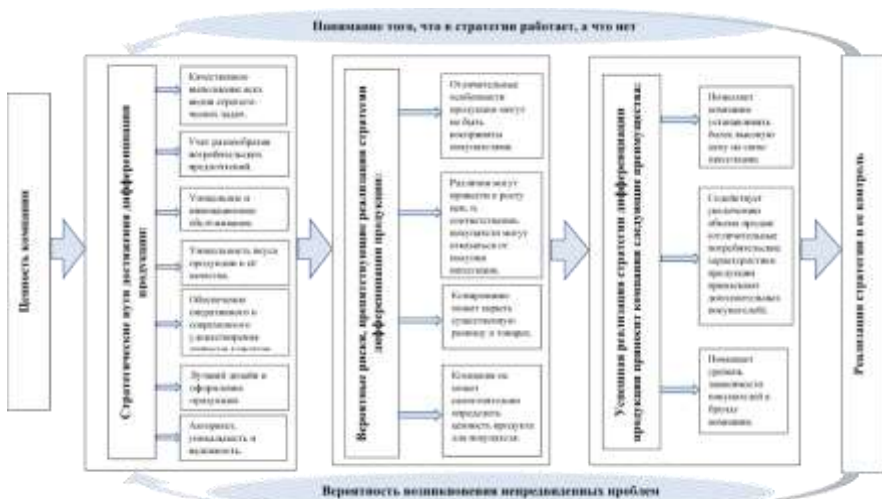


Рисунок 9. – Модель реализации стратегии дифференциации продукции на рынке потребительских товаров.

Источник: Разработано автором на основе изученных теоретических подходов.

В третьей главе диссертации - «**Основные направления повышения конкурентоспособности рынка потребительских товаров**» - стратегия конкуренции рассматривается как общая модель деятельности в условиях изменяющейся рыночной среде, а также разрабатываются приоритетные направления повышения конкурентоспособности отраслевого рынка.

В данном контексте Портер констатирует, «...стратегическая конкуренция выражается в способности компании выбирать и реализовывать направление развития, отличающееся от стратегий конкурентов. При этом приоритетным становится не стремление быть лучшими, а формирование устойчивой уникальности и особой рыночной позиции»[64, с.56].

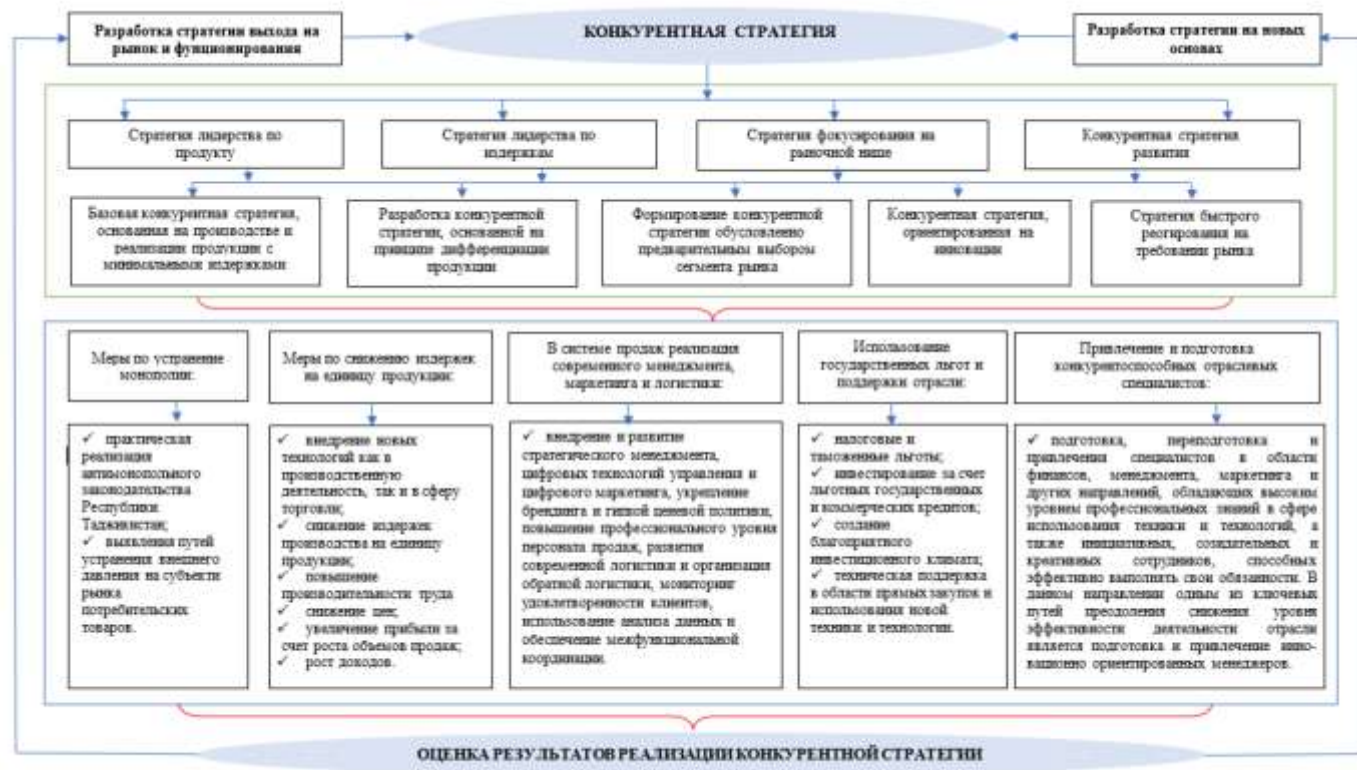
Стратегии конкурентного поведения, как правило, формируются на определенном организационной уровне и отражают особенности конкурентного поведения субъектов предпринимательской деятельности. При этом до того, «...как конкурентное поведение хозяйствующих субъектов приобретает форму операционных действий, ситуационных реакций и оперативных мероприятий, оно предварительно формируется и моделируется на стратегическом уровне и рассматривается как стратегия либо совокупность стратегий конкурентного поведения»[36, с.60, 68]. Как следует из работ Ю.Б. Рубина, термины «...конкурентная стратегия и стратегическая конкуренция»[37, с.38, 67] трактуются как отражение стратегического уровня конкурентной деятельности и её управленческого обеспечения.

В диссертации установлено, что реализация стратегии конкуренции на рынке, в зависимости от изменения его состояния, осуществляется через показатели роста и устойчивости (или снижения) ключевых индикаторов, таких как доля рынка, рентабельность, наличие клиентов, платежеспособность и эффективность. На практике внедрение стратегии часто не оказывает значимого воздействия на конкурентный рынок, поскольку во многих случаях стратегия разрабатывается без учёта следующих важных факторов, а именно: взаимосвязи рыночной среды, кадрового потенциала, финансовых ресурсов и других структурных компонентов экономического потенциала.

Оценивая уровень конкуренции на рынках потребительских товаров республики, можно отметить, что она носит слабый характер и в некоторых местах ощущается отсутствие конкуренции. Сложившееся состояние рынка потребительских товаров предполагает формирование модели стратегии конкуренции, направленной на повышение низкого уровня конкурентной среды. В связи с этим, для обеспечения устойчивости на конкурентном рынке, особенно в отраслевых сегментах экономики Республики Таджикистан, автором предложены два варианта модели стратегии конкуренции, позволяющие завоёвывать рынок потребительских товаров. На основе первого варианта разрабатывается и внедряется стратегия оптимизации затрат, а во втором варианте предлагаются стратегия широкой дифференциации конкуренции и стратегия «голубого океана», которые должны обеспечить конкурентоспособность продукции отечественного производства по цене и качеству.

По мнению автора диссертации, одним из ключевых аспектов стратегии конкуренции является дифференциация, то есть поддержание стабильной ценности продукции для потребителя. Данный вид стратегии конкуренции особенно важен и приоритетен для предложения экологически чистой продукции на потребительском рынке, так как он тесно связан с качеством услуг, реализуемых в процессе формирования ценности для потребителя. Такие преимущества могут формироваться за счёт создания бренда и положительного отношения к нему, анализа ожиданий потребителей, наличия инновационного потенциала и уникальных технологий. Уровень давления рыночных сил (влияние масштабов производства, отраслевой дифференциации и других факторов) не является постоянным. В зависимости от стадии развития отрасли конкуренция и её интенсивность изменяются, вследствие чего различаются и стратегии конкуренции.

Соответственно результатам проведённого исследования, автор разрабатывает проект модели стратегии конкуренции (рисунок 10).



Источники: Разработано автором на основе изученных теоретических подходов.

Таким образом, для достижения конкурентных преимуществ на рынке все стратегии должны применяться комплексно. Их общая особенность заключается в формировании ценности и дополнительной полезности каждого предлагаемого товара и услуги, при этом цель состоит в обеспечении эффективности деятельности за счёт устойчивости конкурентной позиции.

Автор диссертации отмечает, что в условиях глобализации экономических процессов и роста глобальной конкуренции развитие здоровой конкурентной среды является одним из ключевых факторов обеспечения устойчивого экономического роста, стимулирования инновационной активности и повышения эффективности деятельности хозяйствующих субъектов. Поэтому поддерживая точку зрения ряда исследователей, автор предлагает следующие направления повышения конкурентоспособности субъектов рынка потребительских товаров: совершенствование государственной политики в отношении повышения уровня конкурентоспособности на рынке потребительских товаров; развитие конкурентной среды; повышение конкурентоспособности продукции и предоставляемых услуг на рынке потребительских товаров.

Исследование показало, что конкурентная среда отраслевого рынка в Таджикистане находится на стадии недостаточного формирования. Основными причинами такой ситуации являются ограниченное число рыночных субъектов, наличие элементов монополии, ограниченный доступ к ресурсам и технологиям, низкий уровень предпринимательской мотивации и несовершенство государственных механизмов регулирования. Теоретические основы понимания конкурентной среды и факторов её формирования были проанализированы, и в результате установлено, что развитие конкурентной среды возможно не только через экономическую свободу, но и посредством активной и эффективной государственной политики. Другими словами, дальнейшее успешное развитие отраслевого рынка может быть обеспечено за счет создания объективно благоприятных условий для конкуренции между субъектами и при этом недопущения их противоречия интересам национальной экономики в перспективе.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Результаты проведённого исследования свидетельствуют о том, что формирование теоретико-методических основ конкуренции на рынке потребительских товаров Республики Таджикистан в условиях рыночной экономики способствует совершенствованию рыночных отношений, повышению эффективности деятельности хозяйствующих субъектов и развитию национальной экономики. Анализ теоретических основ исследования конкуренции на отраслевых рынках национальной экономики позволил на основе полученных результатов сформулировать следующие обоснованные выводы с научной точки зрения:

Важные и научно - обоснованные результаты диссертации:

1. На каждом историческом этапе развития экономической теории конкуренция как экономическая категория приобретает новое научное содержание и формы проявления. Методология исследования конкуренции в экономической науке эволюционировала от классических принципов к современным подходам комплексного институционального и системного анализа рынка. Данный процесс позволил рассматривать конкуренцию не только как инструмент повышения экономической эффективности, но и как механизм формирования устойчивой и инновационно ориентированной экономической среды. Конкуренция на отраслевом рынке определяется не только экономическими факторами, но и государственной политикой, правовой структурой, системой институционального регулирования и уровнем экономической культуры, и ее исследование осуществлено с учётом взаимного воздействия указанных факторов [3-М; 4-М; 6-М].

2. Конкуренция как экономическая категория в процессе исторического развития экономических отношений прошла определённые этапы эволюции. Определены пять основных этапов формирования теории конкуренции. Эволюция теории конкуренции не ограничивается лишь формированием ее «положительных» или «отрицательных» форм, а характеризуется возникновением на каждом этапе развития таких форм, которые адаптируются к требованиям изменяющейся среды. Данные адаптивные формы обеспечивают функционирование конкуренции на рынке потребительских товаров в качестве механизма формирования экономической эффективности. Эволюция теории конкуренции представляет собой непосредственное отражение структурных и методологических изменений экономической системы. Дальнейшее развитие теории конкуренции связано с разработкой современных моделей конкуренции и в целом обусловлено трансформацией рыночной среды под воздействием институциональных, технологических и социальных факторов [5-М].

3. Мнение ученых-экономистов о сущности и направлениях регулирования конкуренции показывает, что на сегодняшний день в экономической науке не сформировалось единого понимания взаимосвязи между рыночным и государственным регулированием конкуренции. Сравнение научных позиций ученых свидетельствует о наличии двух основных подходов: представители первого рассматривают рыночное регулирование как саморегулирующий механизм экономики и допускают государственное вмешательство лишь в необходимых случаях; представители второго, напротив, обосновывают необходимость активного участия государства в формировании конкурентной среды и обеспечении экономической справедливости. Основной формой рыночного регулирования, то есть рыночная конкуренция, остается саморегулирующимся рыночным фактором, который посредством механизмов цены, спроса и предложения приводит экономическую

деятельность в равновесие. Вместе с тем государственное регулирование конкуренции не может быть изолировано от данного процесса, поскольку оно отвечает за стратегическую ориентацию и формирование благоприятной среды развития [3-М; 4-М].

4. Проведённое исследование свидетельствует о том, что на современном этапе развития экономики Республики Таджикистан, характеризующемся формированием перехода от аграрно-индустриальной к индустриально-аграрной модели хозяйствования, проблема формирования и совершенствования механизма регулирования конкуренции приобретает всё более значимую научно-теоретическую и практическую актуальность. Данный механизм должен включать как рыночные силы (механизмы саморегулирования конкурентной среды), так и государственные институты (инструменты стратегической и институциональной политики). Эффективное взаимодействие данных элементов выступает необходимым условием обеспечения устойчивого экономического равновесия, повышения конкурентоспособности национальной экономики и активизации инновационных процессов [2-М; 4-М].

5. Для обеспечения устойчивости деятельности рыночных субъектов в условиях жесткой конкуренции, особенно на отраслевых рынках экономики Республики Таджикистан, решающее значение имеет выбор правильной модели конкурентной стратегии. Конкурентная стратегия в рыночной экономике признана одним из важнейших движущих механизмов экономического роста. Она определяет основные направления деятельности хозяйствующих субъектов в конкурентной среде, создаёт условия для сохранения конкурентоспособности, укрепления рыночных позиций и достижения преимуществ по сравнению с конкурентами. При этом конкурентная стратегия считается не только комплексом тактических мероприятий, но и инструментом, определяющим долгосрочное направление развития участников рынка и экономики в целом.

В этом контексте, анализ и оценка реального состояния рынка потребительских товаров позволили предложить два основных варианта модели конкурентной стратегии, реализация которых может обеспечить конкурентоспособность на основе цены, качества и инноваций.

Первый вариант основан на стратегии оптимизации затрат, при которой компании могут снижать конечную стоимость продукции и укреплять свои конкурентные позиции на рынке за счет сокращения производственных расходов, эффективного использования ресурсов, совершенствования технологий производства и увеличения объемов выпускаемой продукции.

Второй вариант базируется на стратегии конкуренции широкой дифференциации и стратегии «голубого океана» [3-М; 7-М; 10-М].

6. Уровень давления рыночных сил, включая влияние масштаба производства, степень дифференциации отрасли, уровня инноваций и технологий, не является постоянным и статичным фактором, а изменяется в

зависимости от стадии развития отрасли и структурных особенностей рынка. На каждом этапе рыночного развития - от начальной стадии формирования до стадии совершенной или монополистической конкуренции - конкурентные силы и их потенциал приобретают различные формы и масштабы. В результате эффективные конкурентные стратегии также должны быть разработаны и реализованы в соответствии с этими изменениями [5-М; 9-М].

7. Состояние рынка потребительских товаров в Республике Таджикистан требует принятия мер по адаптации структуры и механизмов его функционирования к конкурентной среде. Стремительное развитие рыночных отношений и интенсивное поступление иностранных товаров на внутренний рынок делают актуальной проблему обеспечения доступа потребителей к качественным товарам и услугам, а также защиты интересов отечественных производителей. Конкуренция на рынке потребительских товаров страны пока не сформирована полностью, рынок имеет признаки монополии и зависимости от импорта. В таких условиях ключевым моментом является разработка стратегии устойчивого развития потребительского рынка, направленной на развитие здоровой конкуренции и увеличение производства отечественной продукции [2-М; 3-М; 9-М; 10-М].

8. Существующие модели рынка в большей степени характеризуются олигополистическими чертами, при которых формирование цен и объемов поставок определяется крупными монополистическими поставщиками. Проблема соотношения создания новых предприятий и их устойчивости в конкурентной среде остается одним из ключевых вопросов развития рыночной экономики. Из общего числа созданных предприятий за период анализа 40,2% прекратили деятельность, основной причиной чего стали изменения макроэкономической среды, усиление конкуренции и снижение рыночного спроса.

Высокий уровень первоначальных издержек выхода на рынок, низкая прибыльность и недостаточная инвестиционная мотивация приводят к ограничению входа новых игроков в отрасль. В такой среде конкуренция становится острой, что приводит к тому, что и малые и средние компании вынуждены прибегать к формам стратегического сотрудничества для сохранения своих позиций. В этом контексте автор диссертации доказывает, что стремление к «кооперативной конкуренции» или «конкурентному партнерству» может стать эффективным инструментом повышения конкурентоспособности в рыночных условиях [2-М; 7-М; 9-М].

9. Объем импорта продукции на рынок потребительских товаров постоянно растет, при этом внутреннее потребление страны обеспечивается за счет отечественной продукции лишь частично. В результате зависимость национальной экономики от иностранного импорта, особенно в сфере продуктов питания и товаров широкого потребления, увеличивается. Такая ситуация отрицательно влияет не только на баланс внешней торговли, но и

на экономическую безопасность и национальную конкурентоспособность страны. Выявлено, что факторы формирования конкурентной среды представляют собой условия и механизмы, которые регулируют деятельность рынка и обеспечивают эффективность конкуренции [4-М; 10-М].

10. Расположение торговых точек в системе рынка потребительских товаров рассматривается как важный фактор формирования здоровой конкуренции и укрепления рыночных позиций. Выявлено, что ключевую роль в развитии конкуренции играют пространственно-логистические факторы и создание системы продаж с учетом сегментов с высокой покупательной способностью имеет особое значение для развития конкурентного рынка [6-М; 8-М].

11. Существует значительное различие между городскими и сельскими рынками. В то время как в городах торговые компании способны обеспечивать активную рыночную конкуренцию за счет улучшения качества товаров, дизайна, рекламы, быстрого обслуживания и разнообразия ассортимента, в сельских районах и отдалённых населённых пунктах наблюдаются отсутствие конкуренции, ограниченность ассортимента и низкое качество обслуживания. В таких условиях покупательная способность сельского населения не оказывает значительного влияния на конкуренцию, поскольку возможности выбора и доступ к разнообразным товарам ограничены. Данная ситуация обусловлена недостаточной торговой инфраструктурой, плохим состоянием транспортных путей, удалённостью от торговых центров и низким уровнем маркетинговых технологий [8-М; 10-М].

12. Качественные аспекты конкуренции являются одним из ключевых элементов формирования конкурентных преимуществ предприятий на рынке потребительских товаров. Несмотря на то, что продукция конкурентов может удовлетворять одинаковые потребности потребителей, преимущество качественных аспектов возникает из возможности неограниченного совершенствования характеристик товаров. Поэтому качественные аспекты следует рассматривать как основное направление формирования здоровой и устойчивой рыночной конкуренции. Для рынка потребительских товаров Таджикистана разработана и предложена модель стратегии дифференциации продукции, которая выступает эффективным инструментом неценовой конкуренции.

13. Рыночные силы (такие как влияние масштабов производства, отраслевой дифференциации, конкуренция за импорт и другие) не являются постоянными и изменяются в зависимости от стадии развития отрасли. Следовательно, стратегии конкуренции должны быть адаптируемыми и гибкими, чтобы эффективно реализовываться на каждом этапе экономического цикла.

Основными направлениями развития конкурентной среды в Республике Таджикистан должны быть ориентированы на совершенствование правовых

механизмов регулирования конкуренции, снижение рыночной власти монополистических субъектов, обеспечение равного доступа к инфраструктуре и экономическим ресурсам как ключевого фактора сокращения рыночного неравенства и формирования добросовестной конкуренции, государственная поддержка малого и среднего предпринимательства как инструмента экономического регулирования, направленного на усиление конкурентных процессов и повышение эффективности функционирования рынка [4-М; 6-М].

Предложения по практическому использованию результатов исследования

1. Для формирования устойчивой конкурентной среды в экономике Республики Таджикистан рекомендуется совершенствование исследований теорий конкуренции с учетом факторов цифровизации и технологических инноваций, разработать национальную модель конкуренции, ориентированную на быструю адаптацию к условиям современной рыночной экономики, а также усилить направления государственной политики по поддержке и развитию конкуренции для формирования благоприятной рыночной среды.

2. В процессе формирования конкурентной среды и укрепления конкурентоспособности национальной экономики государственная политика регулирования конкуренции рассматривается как ключевой фактор, реализация которого позволит сбалансированное сочетание рыночного и государственного регулирования, где рынок будет выполнять функцию саморегулирования, а государство обеспечивать создание благоприятных условий для его эффективного функционирования. Данное регулирование носит стратегический характер и, не подменяя рыночный механизм, будет направленно на защиту добросовестной конкуренции, предотвращение монополизации экономики и поддержку инновационного предпринимательства, одновременно содействуя повышению национальной конкурентоспособности и развитию новых рынков.

3. Стратегия конкуренции разрабатывается и реализуется на основе применения адаптированной модели стратегий «оптимальных издержек» и «голубого океана» с учетом отраслевых особенностей и производственного потенциала, при этом обеспечивается комплексное использование конкурентных стратегий в форме многоуровневого подхода с соблюдением баланса между ценностью, качеством и ценой. В целях обеспечения устойчивого развития национальной экономики и повышения эффективности стратегических решений необходимо проводить систематический анализ рыночной среды, оценку конкурентных факторов, а также осуществлять постоянный мониторинг спроса и предложения на уровне рыночных субъектов.

4. Механизм расширения числа участников рынка и обеспечения равных экономических возможностей реализуется посредством усиления

институциональной и финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства, снижения барьеров входа на рынок, повышения прозрачности рыночных процессов, внедрения программ развития конкуренции, стимулирования инноваций и диверсификации производства. Данные меры способствуют снижению уровня монополизации и укреплению механизмов саморегулирования рынка.

5. В целях обеспечения устойчивости рынка и повышения конкурентоспособности национальной экономики, механизм интеграции конкуренции и сотрудничества реализуется как важный элемент государственной экономической политики. В связи с этим, важно совершенствовать модель рынка монополистической конкуренции, путём укрепления институциональных основ, развития неценовых форм конкуренции (качество, инновации и бренд), снижения транзакционных издержек и барьеров входа на рынок, формирования стратегического и кластерного взаимодействия хозяйствующих субъектов, а также усиления антимонопольной политики и системы регулярного мониторинга конкурентной среды.

6. В рамках задач по развитию современной системы торговли, обеспечения согласованности интересов производителей и потребителей, укрепления добросовестной конкурентной среды и устойчивости рынка потребительских товаров, предусматривается совершенствование торговой и логистической инфраструктуры на основе внедрения современных моделей управления цепями поставок и цифровизации товарооборота. Особое внимание уделять развитию электронной торговли, посредством цифровых торговых платформ, реформированию структуры оптовой торговли путем формирования многоуровневой системы товародвижения, повышению конкурентоспособности на сельских рынках на основе финансовой поддержки и развития предпринимательского потенциала на местах, а также улучшению качества услуг с использованием современных маркетинговых методов и развития послепродажного обслуживания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Законодательные акты:

- [1]. Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи ҳимояи рақобат» (Қонуни ҚТ аз 19.07.2022 № 1912, аз 15.03.2023 № 1857). С. 3.

2. Государственные стратегии и программы:

- [2]. Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030. Бо қарори маҷлиси намоёндагони Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 1 декабри соли 2016 № 636 тасдиқ шудааст. - Душанбе, 2016. - 99с.- [манбаи электронӣ]. - ҳолати дастрасӣ: <https://investcom.tj>

3. Выступления Президента Республики Таджикистан:

- [3]. Паёми Асосгузори сулҳу ваҳдати миллий-Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ба Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе - 26 декабри соли 2019.
- [4]. Суханронӣ дар маросими расмии савгандёдкунии Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, 18 ноябри соли 2006. шаҳри Душанбе.- [манбаи электронӣ]. - ҳолати дастрасӣ: <https://president.tj>

4. Статистические сборники и материалы исследований:

- [5]. Бехатарии озуқаворӣ ва камбизоатӣ №4-2021. Маҷмуаи оморӣ. Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. - Душанбе, 2024. - 51с.
- [6]. Бехатарии озуқаворӣ ва камбизоатӣ №4-2023. Маҷмуаи оморӣ. Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. - Душанбе, 2025. - 56с.
- [7]. Омори солонаи Ҷумҳурии Тоҷикистон. Маҷмуаи оморӣ. Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. - Душанбе, 2021. - 702 с.
- [8]. Омори солонаи Ҷумҳурии Тоҷикистон. Маҷмуаи оморӣ. Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. - Душанбе, 2025. - 442 с.
- [9]. Омори солонаи Ҷумҳурии Тоҷикистон. Маҷмуаи оморӣ. Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. - Душанбе, 2024. - 429 с.
- [10]. Тоҷикистон дар рақамҳо. Маҷмуаи оморӣ. Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. - Душанбе, 2025. - 167 с.
- [11]. Ҳисоботи фаъолияти хоҷагидорӣ ширкатҳои тичоратии Анис, Амид, Оазис, Ёвар барои солҳои 2018-2023.

5. Монографии, учебники и учебные пособия:

- [12]. Азоев Г.Л. Конкурентное преимущество фирмы: учебное пособие [Текст] / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. - М.: Издательство «Новости», 2000. - 256с.
- [13]. Газибеков С.А. Потребительская кооперация Республики Таджикистан: состояние, концепция развития. Монография [Текст] / С.А. Газибеков. - Душанбе: Деваштич, 2008. - 256с.
- [14]. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег [Текст] / Дж.М. Кейнс // Антология экономической классики: в 2 т. [сост. И. А. Столяров]. - М.: Эконов, 1992. - Т. 2. - С. 137.
- [15]. Кристенсен К. М. Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании. [Текст] / К.М.Кристенсен. -М.: Издательство «Альпина Паблишер», 2017. - 240 с.
- [16]. Маркс К. Капитал. [Текст] / К.Маркс. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. - 1200 с.
- [17]. Маршалл А. Принципы экономической науки. [Текст] / А.Маршалл. - М.: Издательство «Прогресс», 1993. С. 172
- [18]. Милль Дж. С. Основы политической экономии. [Текст] / Дж.С. Милль. - М.: Издательство «Прогресс», 1981. - 448 с.
- [19]. Портер М. Конкуренция/Пер. с англ. [Текст] / М. Портер. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. - 495 с.
- [20]. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/Пер. с англ. [Текст] / М. Портер. - М.: Издательство Альпина Бизнес Букс, 2007. - 453 с.
- [21]. Рауфи А. Конкурентная экономика. /Под общ. ред. доктора экономических наук, профессора /О.Б. Бобоева //. - Душанбе: “Дониш”, 2014.- 430 .
- [22]. Рахимов А.М. Проблемы повышения конкурентоспособности экономики республики Таджикистан. Монография [Текст] / А.М. Рахимов. - Худжанд: Издательство Р. Джалил, 2004. - 234 с.
- [23]. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. [Текст] / Д. Рикардо. - М.: Эксмо, 2016. - 1040 с.
- [24]. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. [Текст] / Дж. Робинсон. - М.: Прогресс, 1986. - 471 с.
- [25]. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Смит; пер. с англ. В.С. Афанасьева. - М.: Эксмо, 2009. - 960 с.
- [26]. Тапскотт Д. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все [Текст] / Д. Тапскотт, Э. Уильям. - М.: Best Business Books, 2009. - 392 с.
- [27]. Факеров Х.Н. Потребительский рынок: состояние и перспективы. Монография [Текст] / Х.Н. Факеров. - Душанбе: Ирфон, 2019. - 290 с.

- [28]. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник [Текст] / Р.А. Фатхутдинов; 2-е изд., М.: Издательство «Эксмо», 2005. - 544 с.
- [29]. Хушвахтзода Қ.Х. Рақобатпазирии хоҷагиҳои деҳқонӣ (фермерӣ) дар бозори агроозуқавории минтақа. Монография [Матн] / Қ.Х. Хушвахтзода, Д.Т. Расулов. - Душанбе: ЧДММ «Бебок», 2020. - 244 с.
- [30]. Ҳакимов А. Иқтисоди миллӣ: асосҳои беҳатарӣ ва рақобатпазирӣ. [Матн] / А. Ҳакимов. - Душанбе: Ирфон, 2007. - 437 с.
- [31]. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции: реориентация теории стоимости. [Текст] / Э. Чемберлин; пер. с англ. Э.Г. Лейкина, Л.Я. Розовского. Под ред. О.Я. Ольсевича. - М.: Экономика, 1996. - 349 с.
- [32]. Шарипов М.М. Концептуальная модель формирования конкурентоспособной организации потребительской кооперации. Монография [Текст] / М.М. Шарипов. - Душанбе: Издательство «Шамсиддин», 2011. - 272 с.
- [33]. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебное пособие [Текст] / А.Ю. Юданов. М.: Изд-во «Акалис», 1996. - 272 с.

6. Научные статьи и доклады:

- [34]. Брун М. Гиперконкуренция: характерные особенности, движущие силы и управление [Текст] / М. Брун // Проблемы теории и практики управления. - 1998. - №3. - С. 104-109.
- [35]. Гуляев Г. Ю. Конкуренция: вчера, сегодня, завтра [Текст] / Г.Ю. Гуляев // Современное общество, наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации. - Пенза: Наука и просвещение. - 2023. - С. 37-87. - EDN VXZZNE.
- [36]. Кравцевич С.В. Развитие теории конкуренции: вклад отечественной и западной научных школ [Текст] / С.В. Кравцевич // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. – 2018. – Т. 17, № 4. – С. 578.
- [37]. Рубин Ю.Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции [Текст] / Ю.Б. Рубин // Современная конкуренция. 2010. № 3 (21). С. 38.
- [38]. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия / Ф. Хайек // Мировая экономика и международные отношения. 1989. №12. - С. 5-17.
- [39]. Чамолитдинов С.Р. Харочоти истеъмоли чун индикатори муайянкунандаи вазъи рақобат дар бозори соҳавӣ (натиҷаи таҳқиқи бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон) [Матн] / С.А. Газибеков, С.Р. Чамолитдинов // Аҳбори Донишгоҳи давлатии ҳуқуқ, бизнес ва сиёсати Тоҷикистон (мачаллаи илмӣ-назариявӣ) - Хучанд, 2024. - №4(101), С. 83-91 (0,5 ҷ.ҷ.) ISSN 3005-8023.

7. Диссертации и авторефераты:

- [40]. Акимов С.М. Мукамалгардонии механизми ташкилию иқтисодии баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои комплекси агросаноатӣ / С.М. Акимов // Автореферати диссертатсия барои дарёфти дараҷаи илмӣ доктори фалсафа (PhD). - Кулоб, 2024. - 60 с.
- [41]. Барфиев К.Х. Конкурентоспособность дехканских (фермерских) хозяйств в условиях многоукладной экономики: на материалах Республики Таджикистан / К.Х. Барфиев // Автореферат диссертации ... кандидата экономических наук. - Душанбе, 2010. - 20 с.
- [42]. Валиев З.Қ. Роҳҳои баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзӣ / З.Қ. Валиев // Диссертатсия барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзоди илмҳои иқтисодӣ.- Душанбе, 2022. - 191 с.
- [43]. Гуляев Г.Ю. Особенности развития конкуренции в современной экономике России: Автореферат диссертации ... канд. экон. наук: 08.00.01 / Г. Ю. Гуляев. - Пенза: Изд-во ПензГУ, 2014. - С. 25.
- [44]. Дмитриева М. В. Роль конкуренции в микроэкономических процессах переходного периода: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 / М. В. Дмитриева. - Волгоград: Изд-во ВолГУ, 1998. - 168 с.
- [45]. Заикин Н.Н. Особенности развития конкурентной среды России в условиях глобальной нестабильности: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 / Н.Н.Заикин - Томск, 2015. - 171 с.
- [46]. Зубайдов С. Организационно-экономические аспекты совершенствования потребительского рынка в условиях инновационной экономики: теория, физико-экономическое моделирование, практика: дис. ... доктора экономических наук: 08.00.05 / С.Зубайдов. – Душанбе, 2022. - 257 с.
- [47]. Каримов Р.А. Особенности формирования конкурентных отношений в условиях перехода к устойчивому развитию сельского хозяйства: на материалах Республики Таджикистан / Р.А. Каримов // Автореферат диссертации ... кандидата экономических наук. - Худжанд, 2012. - 23 с.
- [48]. Осипов В.С. Теория и методология конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов. [Текст]: дисс. ... доктора экономических наук: 08.00.01 / В.С. Осипов. - Москва, 2003. - 276 с.
- [49]. Рахимов А.М. Конкурентоспособность национальной экономики и основные направления ее повышения: на примере Республики Таджикистан / А.М. Рахимов // Автореферат диссертации ... доктора экономических наук. - Душанбе, 2005. - 50 с.
- [50]. Рауфи А. Региональные проблемы развития транспорта в системе рыночной экономики Таджикистана / А. Рауфи // Автореферат диссертации ... доктора экономических наук. - Москва, 2008. - 44 с.
- [51]. Улмасов Ф.М. Повышение конкурентоспособности национальной экономики: на примере отраслей АПК Республики Таджикистан

- [Текст]: дис. ... канд. экономических наук: 08.00.05 / Ф.М. Улмасов. - Москва, 2009. - 175 с.
- [52]. Чураев М.Б. Ташаккули рақобатнокии низоми иқтисодии минтақа (дар мисоли вилояти Суғди Ҷумҳурии Тоҷикистон) / М.Б. Чураев // Диссертатсия барои дарёфти дараҷаи илми доктори фалсафа (PhD) - Хучанд, 2022. - 175 с.
- 8. Зарубежная литература и электронные источники:**
- [53]. Adler L. Symbiotic Marketing/L.Adler/Harard Business Review, 1966. P.59-71. [Electronic resource]. - URL: https://www.researchgate.net/publication/344200103_Symbiotic_Marketing_Concept_Approximation_from_a_Theoretical_Review_P.111. (date of access: 18.11.2022).
- [54]. Brandenburger A., Nalebuff B. Co-competition. N.Y.: Doubleday, 1996. 290 p. [Electronic resource]. - URL: <https://docsbay.net/doc/419075/adam-m-brandenburger-and-barry-j-nalebuff-co-opetition-new-york-currency-doubleday>. (date of access: 08.01.2022).
- [55]. Moore J.F. The Death of Competition. N.Y.: Harper Business, 1996. P. 112. [Electronic resource]. - URL: https://www.researchgate.net/publication/31744644_The_Death_of_Competition_Leadership_and_Strategy_in_the_Age_of_Business_Ecosystems_J_F_Moore. (date of access: 26.12.2021).
- [56]. Игнатюк А.И. Зарождение и развитие теории отраслевых рынков [Электронный ресурс] / А.И. Игнатюк // Вестник Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. 2013.- С. 34-38. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarozhdenie-i-razvitie-teorii-otraslevykh-rynkov> (дата обращения: 28.12.2021).
- [57]. Калужский М.Л. Институционализм и экзогенная интерпретация экономических процессов [Электронный ресурс] / М.Л. Калужский // Омский научный вестник № 1, (115) 2013.- С. 53. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalizm-i-ekzogennaya-interpretatsiya-ekonomicheskikh-protssesov> (дата обращения: 15.01.2022).
- [58]. Кларк Дж. Б. Распределение богатства. Пер. Д. Страшунского и А. Бесчинского. [Электронный ресурс]. / Дж.Б. Кларк // Ленинград: 2-я типография «Печатный двор», 1934. 298 с. Режим доступа: <https://libr.msu.by/handle/123456789/19906> (дата обращения: 18.03.2022).
- [59]. Костенко О.В. Эволюция теорий конкуренции: модели и инструменты конкурентной борьбы. [Электронный ресурс] / О.В. Костенко // Вестник Алтайской академии экономики и права. № 11 (часть 1). - 2022. - С. 111-116. Режим доступа: <https://vael.ru/ru/article/view?id=2538> (дата обращения: 21.08.2022).

- [60]. Мамедова А.Э. Теория и методология конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов [Электронный ресурс] / А.Э. Мамедова //: дисс. ... канд. экон. наук: 5.2.1 / А.Э. Мамедова – Санкт-Петербург, 2023. - 208 с. Режим доступа: <https://unecon.ru/wp-content/uploads/2023/09/dissmamedovaac.pdf> (дата обращения: 13.02.2024).
- [61]. Маршалл А. Принципы политической экономии. [Электронный ресурс] / А. Маршалл // М.: Директ-Медиа, 2012. 2126 с. Режим доступа: <https://fileskachat.com> (дата обращения: 21.02.2022).
- [62]. Рауфӣ А. Рақобат ва рақобатпазирӣ дар ҷаҳолияти соҳибкорӣ [Манбаи электронӣ] / А. Рауфӣ // Иқтисодиёти Тоҷикистон. №3. - 2021. - С. 49-53. - URL: https://ekt.tj/storage/magazine/magazine_2026_04_09_082526.pdf (дата обращения: 25.09.2024).
- [63]. Рязанов А. А. Эволюция теорий конкуренции. [Электронный ресурс] / А.А. Рязанов // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление - 2017, №2 (21). - С. 23. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-teorii-konkurentsii-1> (дата обращения: 16.07.2023).
- [64]. Тоджидинова З.С. Конкуренция как фактор регулирования экономики в рыночных условиях [Электронный ресурс] / З.С. Тоджидинова // ТГФЭУ. 2022. №4.2 (34). С. 137-148. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentsia-kak-faktor-regulirovaniya-ekonomiki-v-rynochnyh-usloviyah> (дата обращения: 16.09.2024).
- [65]. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. [Электронный ресурс] / Й.А. Шумпетер // Пер. с нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко. Пер. с англ. В.С. Автономова, Ю.В. Автономова, Л.А. Громовой, К.Б. Козловой, Е.И. Николаенко, И.М. Осадчей, И.С. Семененко, Э.Г. Соловьева. - М.: Эксмо, 2008 - 864с. Режим доступа: https://psv4.userapi.com/s/v1/d/N1B3bCq41UnvwQoe_bWN3mIrmIcyCuGCabEFvDTrWjES4jkCA4t4XKEfDugNBPAPTiirQuhg6gM98agIWUmv0ktBDBeLTgBkalk5rdIHS-y6TQyq/2008_Jozef_Shumpeter_Teorija_ekonomicheskogo_razvitiia_Kapitalizm_sotsializm_i_demokratia.pdf (дата обращения: 22.06.2022).
- [66]. Хабибова С.С. Внутренняя торговля потребительскими товарами: оценка современного состояния и стратегические направления развития в условиях рыночной экономики (на материалах Республики Таджикистан) [Электронный ресурс] Автореферат диссертации ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / С.С. Хабибов. - Душанбе, 2017. - 24 с. Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/vnutrennyaya-torgovlya->

Список опубликованных работ автора по теме диссертации:

1. Статьи в рецензируемых журналах:

- [1-М]. Джамолиддинов С.Р. Конкурентоспособность потребительской кооперации и направления его дальнейшего укрепления [Текст] / А. Абдугафоров, С.Р. Джамолиддинов // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал) - Душанбе, 2012. - №2/6 (95),- С. 106 - 109 (0,15 п.л.) ISSN 2074 - 1847.
- [2-М]. Джамолиддинов С.Р. Элементы модели конкурентной стратегии развития потребительской кооперации [Текст] / Д.Н. Дадоматов, С.Р. Джамолиддинов // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики (научно-теоретический журнал) - Худжанд, 2013. №1(53),- С. 83-88 (0,25 п.л.) ISSN 2218-256X.
- [3-М]. Джамолиддинов С.Р. Процесс формирования конкурентных основ отраслевого рынка национальной экономики [Текст] / С.Р. Джамолиддинов // Вестник Таджикского национального университета (научный журнал) - Душанбе, 2015. - №2/7(178),- С.168-171 (0,19 п.л.) ISSN 2413-5151.
- [4-М]. Джамолиддинов С.Р. Научные основы рыночного и государственного регулирования конкуренции на рынке потребительских товаров [Текст] / С.А. Газибеков, С.Р. Джамолиддинов // Вестник Таджикского государственного университета коммерции (научный журнал) - Душанбе, 2022. - №4/1 (43), С. 25-31 (0,37 п.л.) ISSN 2308-054X.
- [5-М]. Чамолиддинов С.Р. Эҳёи фазои рақобат дар бозори соҳавии кооператсияи матлубот [Матн] / С.Р. Чамолиддинов // Номаи донишгоҳ, Силсилаи илмҳои табиатшиносӣ ва иқтисодӣ - Хучанд: нашриёти «Нури маърифат»-и МДТ «ДЛХ ба номи академик Бобоҷон Ғафуров», 2018. - №2(45), С. 198-202 (0,25 п.л.) ISSN 2077-4974.
- [6-М]. Чамолиддинов С.Р. Баъзе ақидаҳо оиди рушди рақобат дар бозори соҳавӣ [Матн] / С.Р. Чамолиддинов // Паёми Донишгоҳи омӯзгорӣ (илмҳои табиӣ) - Душанбе, 2021. - №1(10-11), С. 48-55 (0,44 ч.ч.) ISSN 2707-9996.
- [7-М]. Чамолиддинов С.Р. Харочоти истеъмоли чун индикатори муайянкунандаи вазъи рақобат дар бозори соҳавӣ (натичаи таҳқиқи бозори истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон) [Матн] / С.А. Газибеков, С.Р. Чамолиддинов // Ахбори Донишгоҳи давлатии

хуқук, бизнес ва сиёсати Тоҷикистон (мачаллаи илмӣ-назариявӣ) - Хучанд, 2024. - №4(101), С. 83-91 (0,5 ҷ.ч.) ISSN 3005-8023.

2. Статии в других научных журналах:

- [8-М].** Джамолиддинов С.Р. Дислокация звеньев торговли и их роль в конкурентной борьбе [Текст] / С.Р. Джамолиддинов // Сетевой бизнес и внутренняя торговля Украины и стран СНГ. Материалы V-й Международной научно-практической интернет-конференции, (г. Полтава, 15-16 апреля 2015 года), Полтава: ПУЭТ, 2015. - С. 95 -97 (0,125 ҷ.ч.).
- [9-М].** Джамолиддинов С.Р. Права собственности и конкуренция в отраслевом рынке потребительских товаров - простая олигополия [Текст] / С.Р. Джамолиддинов // Повышение надежности и использование сельскохозяйственных техники в комплексной агропромышленной области. Сборник научных статей. Материалы республиканской научно-практической конференции (Таджикский аграрный университет имени Шириншоҳ Шотемур, 17 сентября 2022 года), Душанбе, 2022. - С. 33-39 (0,375 ҷ.ч.).
- [10-М].** Джамолиддинов С.Р. Приоритетные направления повышения конкурентоспособности субъектов на рынке потребительских товаров [Текст] / С.Р. Джамолиддинов // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Актуальные проблемы применения зеленой энергии и энергосберегающих машин в отрасли механизации сельского хозяйства в условиях Республики Таджикистан» (Таджикский аграрный университет имени Шириншоҳ Шотемур, 04 ноября 2023 год), Душанбе, 2023. - С. 188-198 (0,625 ҷ.ч.).

АННОТАТСИЯ

ба автореферати диссертатсияи Ҷамолиддинов Сухроб Рустамҷонович дар мавзӯи «Асосҳои рақобат дар бозори соҳавии иқтисодиёти миллий (дар мисоли бозори молҳои истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон)», барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 5.2.1. – Назарияи иқтисодӣ

Калидвожаҳо: марҳилаҳои ташаккули назарияи рақобат, инкишофи назарияи рақобат, танзими давлатии рақобат, баҳои стратегияи рақобат, ташаккули муносибатҳои рақобатпазир, вазъи бозори молҳои истеъмолий, ҷанбаҳои миқдорӣ ва сифатии рақобат, стратегияи рақобат, рақобатпазирии бозор.

Мақсади таҳқиқоти диссертатсионӣ, ба таври амиқ асосноккунии равишҳои концептуалӣ оид ба ташаккулёбӣ ва мукамалгардонии асосҳои рақобат дар бозори соҳавии иқтисодиёти миллий мебошад. Дар доираи ин мақсад, равандро, омилҳо ва механизмҳои таъсиррасон ба рушди рақобат дар сатҳи бозори молҳои истеъмолий таҳлил гардида, самтҳои тақмили назариявӣ ва методологии танзими рақобат асоснок карда мешаванд. Ҷамзамон, таҳқиқот ба таҳияи моделҳои назариявӣ ва пешниҳодҳои стратегӣ барои рушди рақобат дар бозори соҳавӣ равона гардидааст, ки табиқи онҳо метавонад ба баланд бардоштани самаранокии иқтисоди миллий ва рушди устувори он мусоидат намояд.

Натиҷаҳои бадастомада ва нағзониҳои илмӣ таҳқиқот ҷанбаҳои зеринро дар бар мегиранд: дар диссертатсия асоси назариявии рушди рақобат бо дарназардошти таҳаввулоти таърихӣ марҳилаҳои ташаккули назарияи рақобат мавриди таҳқиқ қарор гардидааст. Инчунин, хусусиятҳои рушди бозори молҳои истеъмолий дар шароити рақобат таҳлил гардида, муносибатҳои меъёрӣ низомбандӣ шудаанд, шиддатнокии рақобат дар бозори серсоҳаи молҳои истеъмолий асоснок гардида, мазмуну моҳияти омилҳои боздоранда ва мусоидаткунандаи рушди рақобат ошкор карда шудааст. Ҷамзамон, дар диссертатсия модели назариявии ташаккули стратегияи рақобатӣ таҳия гардида, самтҳои афзалиятноки баланд бардоштани рақобатпазирии бозори молҳои истеъмолий дар асоси тақмили механизмҳои институтсионалӣ ва истифодаи имкониятҳои инноватсионӣ пешниҳод карда шуданд.

Тавсияҳо аз натиҷаҳои назариявӣ, методӣ ва амалии ба дастовардашудаи таҳқиқоти диссертатсионӣ дар раванди таълими фанҳои “Назарияи иқтисод”, «Микроиқтисод», «Иқтисодиёти савдо ва ҳӯроки омма», «Менеҷменти стратегӣ», «Идоракунии рақобатпазирии корхонаҳо», инчунин барои иҷрои корҳои илмӣ-таҳқиқотии магистрантон, ҷангоми таҳияи мақолаҳои илмӣ ва иҷрои кори диссертатсионӣ аз рӯйи равиши иқтисодӣ истифода бурдан мумкин аст.

АННОТАЦИЯ

к автореферату диссертации Джамолитдинова Сухроба Рустамджоновича на тему «Основы конкуренции на отраслевом рынке национальной экономики (на примере рынка потребительских товаров Республики Таджикистан)» представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.1. – Экономическая теория

Ключевые слова: этапы формирования теории конкуренции, развитие теории конкуренции, государственное регулирование конкуренции, стратегическая оценка конкуренции, формирование конкурентных отношений, состояние рынка потребительских товаров, количественные и качественные аспекты конкуренции, стратегия конкуренции, конкурентоспособность рынка.

Целью диссертационного исследования заключается в углубленном обосновании концептуальных подходов к формированию и совершенствованию основ конкуренции на отраслевом рынке национальной экономики. В рамках поставленной цели осуществлен анализ процессов, факторов и механизмов, оказывающих влияние на развитие конкуренции на уровне рынка потребительских товаров, а также обоснованы направления теоретического и методологического совершенствования регулирования конкурентных отношений. Вместо с тем исследование направлено на разработку теоретических моделей и обоснование стратегических рекомендаций по развитию конкуренции на отраслевом рынке, практическая реализация которых способствует повышению эффективности функционирования национальной экономики и обеспечению ее устойчивого развития.

Полученные результаты и научная новизна исследования включают следующие положения: в диссертации исследована теоретическая основа развития конкуренции с учетом исторического развития этапов формирования теории конкуренции. Также, проанализированы особенности развития рынка потребительских товаров в условиях конкуренции, систематизированы нормативные отношения в сфере регулирования конкурентной среды, обоснована интенсивность конкуренции на диверсифицированном рынке потребительских товаров и раскрыты содержание и сущность факторов, сдерживающих и способствующих развитию конкуренции. Разработана теоретическая модель формирования конкурентной стратегии, а также предложены приоритетные направления повышения конкурентоспособности рынка потребительских товаров на основе совершенствования институциональных механизмов и использования инновационного потенциала.

Рекомендации, выработанные на основе теоретических, методических и практических результатов диссертационного исследования, могут быть использованы в процессе преподавания учебных дисциплин «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Экономика торговли и общественного питания», «Стратегический менеджмент», «Управление конкурентоспособностью предприятий», а также при выполнении научно-исследовательских работ магистрантами, подготовке научных статей и написании диссертационных работ по экономическим направлениям.

ANNOTATION

to the abstract of the dissertation by Sukhrob Rustamjonovich Jamoliddinov entitled “Fundamentals of Competition in the Sectoral Market of the National Economy (on the example of the consumer goods market of the Republic of Tajikistan)”, submitted for the degree of Candidate of Economic Sciences in the specialty 5.2.1. – Economic Theory

Keywords: stages of the formation of competition theory; development of competition theory; state regulation of competition; strategic assessment of competition; formation of competitive relations; state of the consumer goods market; quantitative and qualitative aspects of competition; competition strategy; market competitiveness

The aim of the dissertation research is to provide an in-depth substantiation of conceptual approaches to the formation and improvement of the foundations of competition in the sectoral market of the national economy. Within the framework of this objective, an analysis is carried out of the processes, factors, and mechanisms influencing the development of competition at the level of the consumer goods market, and directions for the theoretical and methodological improvement of the regulation of competitive relations are substantiated.

At the same time, the study is aimed at developing theoretical models and providing a rationale for strategic recommendations for the development of competition in the sectoral market, the practical implementation of which contributes to enhancing the efficiency of the national economy and ensuring its sustainable development.

The results obtained and the scientific novelty of the research include the following provisions: the dissertation examines the theoretical foundations of competition development, taking into account the historical evolution of the stages in the formation of competition theory. The study also analyzes the specific features of the consumer goods market development under competitive conditions, systematizes the regulatory framework governing the competitive environment, substantiates the intensity of competition in a diversified consumer goods market, and reveals the content and essence of factors constraining and promoting competition development.

At the same time, the dissertation develops a theoretical model for the formation of a competitive strategy and proposes priority directions for enhancing the competitiveness of the consumer goods market based on the improvement of institutional mechanisms and the utilization of innovative potential.

The recommendations developed on the basis of the theoretical, methodological, and practical results of the dissertation research may be used in the teaching of academic disciplines such as “Economic Theory,” “Microeconomics,” “Economics of Trade and Public Catering,” “Strategic Management,” and “Enterprise Competitiveness Management,” as well as in conducting research by master’s students, preparing scientific articles, and writing dissertations in the field of economics.