

ББК -65.240.502(2Т)
УДК 338.Т8
Б-72

А.А. БОЙМАТОВ,
М.А. ХОДЖИБОЕВА

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ РЫНОК: ОБОСОБЛЕННОСТЬ И СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

На современном этапе социально-экономического развития страны и её регионов имеется ряд проблем, связанных с организацией и эффективным функционированием территориальных рынков и требующих решения. К числу их относятся вопросы определения степени обособленности территориальных рынков и размещение их в регионе, оценка территориальной структуры товарооборота и закономерности его развития.

Территориальный рынок является частью внутреннего рынка, который имеет относительную самостоятельность, т.е. основная масса актов купли-продажи товаров совершается в пределах этой территории с учетом специфических особенностей спроса населения и хозяйствующих субъектов. (1, с. 15)

Исходя из этого, территория Согдийской области разделена на четыре региона, отличающихся географическим расположением, рельефом местности и климатическими особенностями. **Худжандский регион:** города Худжанд, Кайраккум, Чкаловск и Б.Гафуровский район. **Долинный регион:** г. Истаравшан, Аштский, Матчинский, Спитаменский, Зафарабадский, Дж.Расуловский районы, **Восточный регион:** города Исфара и Канибадам и одноименные им районы. **Горный регион** включает города Пенджикент и Истиклол, Айнинский, Ганчинский, Шахристанский районы и Горную Матчу.

Каждый территориальный рынок этих регионов в какой-то мере является обособленным. В таком случае относительная обособленность территориального рынка вызывает необходимость его специфической экономической оценки – выяснения того, насколько обеспечиваются потребности населения и субъектов хозяйствования в товарах и услугах за счет местного производства, личного и домашнего хозяйства. Следовательно, одним из показателей, характеризующих степень обособленности рынка, может служить, на наш взгляд, доля местного производства товаров в общем объеме товарного предложения. Данные, характеризующие удельный вес товаров, поступающих из местных источников, приводятся в следующей таблице.

Таблица 1. Соотношение между ресурсами и розничным товарооборотом

	2006 г.			2012 г.		
	Розничный товарооборот	Объем производства	Удел. Вес, %	Розничный товарооб-т	Объем производства	Удель. Вес, %
	2	3	4	8	9	10
Согдийская область, в том числе	1833,5	789,9	45,1	4012,6	3017,8	75,2
Худжандский регион	905,9	302,3	33,3	1749,0	1161,7	66,7
Горный регион	127,7	90,1	70,6	276,6	580,3	20,9
Долинный регион	690,7	302,3	43,8	1377,2	996,2	72,3
Восточный регион (г.Исфара, г.Канибадам)	109,1	95,2	87,2	609,8	279,6	45,9

Расчеты авторов на основе Статистического ежегодника Согдийской области. 2013 г. – СС.257; 383.

В Согдийской области этот показатель, как видно из таблицы, составляет в среднем 75,2%, а по Худжандскому региону – 66,7%. Самый низкий уровень обеспеченности местным производством имеет место в горном регионе – 20,9 %, а в долинном регионе – 72,3%. Следовательно, обособленность рынка долинного региона выше, чем горного региона. Отсюда следует такой вывод: в тех регионах, где ресурсы, т.е. товарное предложение на территориальном рынке, формируются в основном за счет местного производства, обособленность рынка выше, и наоборот (2, с 13). Вместе с тем, при расчете этого показателя необходимо учитывать, что семейное производство продуктов питания в разных регионах различается по объему и по ассортименту в зависимости от доходов населения, развития конкретных отраслей и территории в целом.

Теоретической основой относительной обособленности территориальных рынков может быть положение о том, что хозяйство территории как подсистема единой экономической системы страны, представляет собой определенный социально-экономический организм, у которого объективно существует собственный экономический интерес. Если учесть это, то, по аналогии, территориальный рынок, являясь органической составной частью внутреннего рынка, выступает в значительной мере как подсистема, функционирующая во взаимосвязи с общим рынком, что предполагает возможность внутренних противоречий между ними, разрешение которых способствует развитию всего внутреннего рынка.

На территориальном рынке как части внутреннего рынка действуют законы спроса, предложения и цен, и, как результат, постоянно происходит взаимодействие спроса и предложения при помощи цены на товары.

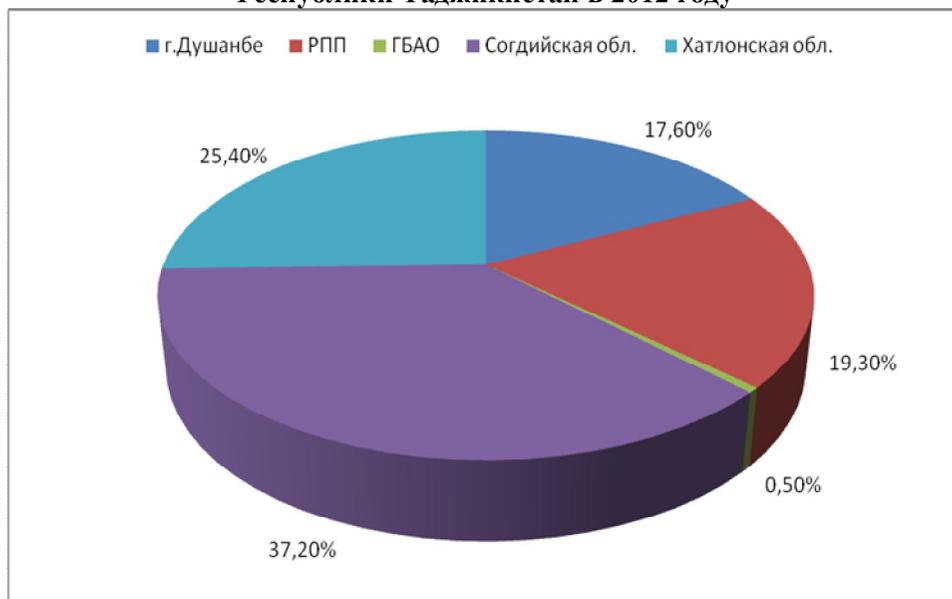
Спрос как денежная часть потребности формируется под влиянием различных факторов. С одной стороны, материальная обеспеченность населения региона во многом определяет спрос, который, в свою очередь, формируется под влиянием таких факторов, как возраст, пол, социальная принадлежность, традиции, религиозные

и национальные особенности, предпочтение тех или иных товаров и их потреблением. Спросу присущи сезонные колебания и непостоянство качества, неравномерность его удовлетворения по территориям, что порождает необходимость накопления, хранения и транспортировки товаров – с одной стороны, а с другой – предложение на региональном рынке товаров и услуг, возможность выбора в соответствии со вкусами, привычками, ожиданиями потребителей.

Предложение – это совокупность товаров и услуг, которые производители могут представить на рынок в течение определенного периода и по соответствующим ценам.

Таким образом, результат взаимодействия спроса и предложения при помощи цен на товары выражается в объеме продажи на внутреннем рынке и их распределения по регионам страны. (см. диаграмму)

Удельный вес регионов в общем объеме розничного товарооборота Республики Таджикистан в 2012 году



В общем товарообороте страны доля областей составляет: Согдийской – 37,2% и Хатлонской – 17,6%. Четвертая часть розничного товарооборота приходится на г. Душанбе, и примерно пятая часть – на районы республиканского подчинения (3, с.386)

Степень обособленности территориального рынка характеризуется также уровнем разделения труда и глубиной торгово-экономических связей, имеющихся между джамотами (органы самоуправления на селе), районами и отдельными регионами, что выражается в объеме и структуре товарообмена. Например, если в горном регионе доля местных ресурсов в розничной продаже составляет одну пятую часть, то, следовательно, остальная часть товаров отечественного и импортного производства (4/5), необходимая для удовлетворения спроса, завозится из других

регионов. Межрегиональный товарообмен, с одной стороны, способствует развитию и расширению производства на каждой территории, не ограничивая его рамками местного рынка, а с другой, создает условия для более полного обеспечения производственных нужд субъектов хозяйствования и личных потребностей населения этой территории независимо от ее конкретных производственных условий и вытекающей отсюда специализации.

Территориальный рынок создается в рамках административной территории района или джамоата как часть административной территории области и страны. Поэтому на территориальном рынке товаров и услуг проявляются закономерные тенденции роста и качественных изменений в структуре платежеспособного спроса населения и хозяйствующих субъектов, отражающие рост материального благосостояния и культурного уровня населения этой территории. В наиболее обобщенном виде это выражается в непрерывном увеличении объема розничного товарооборота и совершенствовании его структуры, а также в изменении доли в размещении товаров для продажи на территории региона.

Таблица 2. Розничный товарооборот по регионам Согдийской области

	2006		2010		2012		2012 в % к 2006
	сумма	%	сумма	%	сумма	%	
Всего по области, в т.ч.	1833,5	100	3409,9	100	4012,6	100	218,8
Худжандский регион	905,9	49,4	1467,7	43,1	1749,0	43,6	193,1
Горный регион	127,7	7,0	248,6	7,3	276,6	6,9	216,5
Долинный регион	690,7	37,7	1221,3	35,8	1377,2	34,3	199,4
Восточный регион г. Исфара, г. Канибадам)	109,1	5,9	472,3	13,8	609,8	15,2	558,8

Расчеты авторов на основе Статистического ежегодника Согдийской области. -2013. –С. 380-382.

Как видно из приведенных данных таблицы, общий объем розничного товарооборота в 2012 г. по сравнению с 2006 г. возрос почти в 2,2 раза. За этот период более высокие темпы роста – почти в 5,6 раза – достигнуты в Восточном регионе, куда входят г. г. Исфара, Канибадам и одноименные им районы. Увеличение выше средних темпов по области имеет место по Горному региону.

В территориальном размещении розничного товарооборота Худжандский регион занимает наибольший удельный вес – 43,6% в 2012 году, хотя его доля снизилась до 49,4% в 2006 г. Следовательно, за этот период возросла доля Восточного региона с 5,9% до 15,2%, что связано с близостью территории к государственной границе и развитием приграничного товарообмена Исфары с Киргизией и Канибадама – с Узбекистаном.

Развитию территориального рынка, как и всего внутреннего рынка товаров народного потребления, присущи определенные закономерности, которые проявляются в неуклонном росте и совершенствовании структуры рынка. Эти изменения обусловлены развитием производства и межрегионального обмена, ростом денежных доходов населения и хозяйствующих субъектов и совершенствованием их потребностей.

Таблица 3. Динамика и структура розничного товарооборота Республики Таджикистан

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012 в % к2007
Товарооборот, всего	3473,8	4701,6	5565,8	5997,7	7425,5	9013,9	259,5
Продовольствен. Товары	1994,0	2397,8	2643,8	2836,2	3550,7	4164,4	208,8
Удельный вес, в %	57,4	51,0	47,5	47,3	47,8	46,9	-
Непродовольствен. Товары	1479,8	2303,8	2922,0	3161,5	3874,8	4849,5	327,6
Удельный вес, в %	42,6	49,0	52,5	52,7	52,2	52,1	-

Расчеты авторов на основе Статистического ежегодника Республики Таджикистан, 2013. –С.399.

Анализ структуры розничного товарооборота по стране свидетельствует о наметившейся тенденции роста удельного веса непродовольственных товаров с 42,6% в 2006 г. до 52,1% в 2012 г., а в 2013 г. -52,9%, что характерно для всех территориальных рынков, расположенных в регионах страны, и является положительным моментом, свидетельствующим о повышении уровня жизни населения области.

За рассматриваемый период происходило сокращение доли продуктов питания и других вкусовых товаров в общем объеме розничного товарооборота страны с 57,4% в 2006 г. до 46,9 % в 2012 г. и 46,1% в 2013 г.

Несмотря на это, сейчас на потребительском рынке Республики Таджикистан наблюдается изобилие продовольственных товаров. Анализ показывает, что в 2013 году внутреннее производство страны обеспечило основными продовольственными товарами реальные потребности населения, в том числе мясом – на 80%, яйцом – на 75%, зерновыми и мукой – на 50%, рисом – на 80%, картофелем, овощами, бахчевыми и фруктами – более чем на 100%. Следует учесть, что 46% населения страны трудятся в сельском хозяйстве, где объем производства достиг в 2013 г. 17 млрд. сомони и составляет 21% от валового внутреннего продукта (4, с.23) Однако такое положение все еще неудовлетворительно, ибо Таджикистан может не только обеспечить свое население продовольственной продукцией, но и имеет возможности увеличить объем экспорта сельхозпродукции.

Для этого необходимо как можно скорее завершить структурную реформу сельскохозяйственного сектора страны и на среднесрочном этапе перспективного

развития привести деятельность АПК в соответствие с современными требованиями рыночной экономики. В этом контексте важное значение имеет формирование органического сельского хозяйства и соответствующей ему инфраструктуры. (5, с.103) Кроме того, необходимо заново формировать оптовый продовольственный рынок с внедрением высокого уровня техники и технического оснащения складов, хранилищ и холодильников, а также применение прогрессивных методов хранения, транспортировки и оптовой торговли.

Но, вместе с тем, уменьшение доли продуктов питания и вкусовых товаров в общем объеме товарооборота обусловлено тенденцией насыщения физиологических потребностей и спроса населения на эти товары, проведением мероприятий по ограничению курения и потребления спиртных напитков, а также переходом к более прогрессивной структуре спроса, соответствующей рациональному уровню потребления продуктов питания. Имеют значение процессы, связанные с ростом спроса на пищевые продукты отечественного производства, увеличением их рыночной доли, а также колебаниями объемов продажи по сезонам и в дни праздников.

Территориальный рынок продуктов питания имеет ряд особенностей формирования и развития, которые обусловлены спецификой производства и организации их потребления. Прежде всего, товары, представленные на территориальные рынки, производятся в ДФХ, ЛПХ, часть из них поставляется перерабатывающими промышленными предприятиями. Высокой является доля домашних хозяйств в предложении продуктов питания на территориальные рынки. Кроме того, необходимо учитывать то, что доминирующее положение на территориальных рынках занимают конкурентоспособные импортные товары, а усиливающаяся дифференциация доходов населения способствует повышению избирательности спроса на отдельные товары. Пока еще на территориальных рынках действует слабая конкуренция, которая сдерживает процесс обнищания мелких конкурентоспособных предприятий.

В этой связи положение на территориальных рынках страны примерно одинаковое и можно охарактеризовать его как импортозависимое. Это обусловлено тем, что внешняя торговля республики характеризуется значительным превышением импорта над экспортом, что ставит под угрозу экономическую безопасность страны и превращает Таджикистан в рынок сбыта и реализации дорогостоящих товаров и служит базой дешевого сырья для зарубежных производителей. Вместе с тем, в условиях ограниченности товарных ресурсов, наличия повышающихся с каждым годом местных потребностей, значение внешней торговли в решении вопросов удовлетворения покупательского спроса и насыщения потребительского рынка огромно.

Имея достаточный природный потенциал и благоприятные климатические условия, Таджикистан попал в зависимость от импорта по таким продуктам, как зерновые, рис, мясо птицы, мясопродукты, молочные продукты, растительное масло и некоторые другие.

Анализ показывает, что на этапе переходной экономики страны, в рыночной среде более востребованными являются организации, способные оказать хозяйст-

вующим субъектам набор разных услуг. Сейчас эту роль в какой-то мере играют международные организации и их филиалы на территории региона. В новых условиях хозяйствования предприятия в своей деятельности вынуждены выполнять весь объем работ, необходимый для заключения контрактов с субъектами рынка, ими формируется спрос на услуги, предусматривающие снабжение предприятия и сбыт его продукции.

Чтобы выжить в конкурентной среде территориального рынка и создать для своей продукции благоприятные условия, необходимо, чтобы непосредственные производители товаров и их поставщики активно занимались маркетингом территории и подключились к коммерческим процессам (6,с.48-75). Пассивность коммерческих работников производственных фирм и других структур может привести к ухудшению ситуации на территориальном рынке, что немедленно будет использовано конкурентами, в том числе импортерами товаров.

Развитию территориальных рынков товаров и услуг на начальном этапе перехода на рыночные отношения присущи особенности, связанные с диспропорциональным спадом, обусловленные общим состоянием экономики регионов и страны в целом. Речь идет о резком уменьшении платежеспособного спроса, предъявляемого на местном рынке, а также свертыванием ряда социальных программ, осуществляемых государством в сельской местности. Оказывает влияние на состояние территориальных рынков низкое качество товаров, вырабатываемых местными фирмами, и услуг, оказываемых предпринимательскими структурами, а также ограниченность их ассортимента и достаточно высокие цены.

Основными качественными параметрами, характеризующими внешнее конкурентное преимущество на современном этапе развития территориальных рынков, являются: марка продукта и разнообразие его ассортимента, уровень качества продукции, вид упаковки и необходимость предпродажной подготовки и сервисного обслуживания.

Кроме того, на развитие территориальных рынков товаров и услуг оказывают влияние имеющиеся существенные различия в объеме и структуре потребления товаров и услуг различными группами населения, определяемые уровнем доходов, которые отличаются в городе и на селе.

Список использованной литературы:

1. *Байматов, А.А. Региональный рынок: особенности и проблемы сбалансированности / А.А. Байматов. – Душанбе: Дониш, 1985. -280 с.*
2. *Аминов, И.А. Продовольственный рынок: проблемы развития товарно-торгового бизнеса /И.А. Аминов. –Душанбе:Ирфон, 2013. -180 с.*
3. *Статистический ежегодник Республики Таджикистан. –Душанбе, 2013. -415 с.*
4. *Рахмон, Эмомали. Послание Президента Республики Таджикистан парламенту страны. 2014. -47 с.*
5. *Бабаджанов, Д.Д. Необходимость формирования органического сектора сельского хозяйства для обеспечения занятости населения. // Миграционный мост между Центральной Азией и Россией. Материалы Третьего международного симпозиума /Д.Д. Бабаджанов. –Москва-Худжанд, 2011 г. –С.103-105.*

-
6. Байматов, А.А. Муниципальный маркетинг. //Муниципальный менеджмент. – Худжанд, 2004. –С. 45-70.

Reference Literature:

1. Baymatov A.A. *Regional Market: Peculiarities and Problems of Balance*. – Dushanbe: Knowledge, 1985. -280 pp.
2. Aminov I.A. *Food Stuffs Market: Problems of Development of Goods Trade Business*. – Dushanbe: Irfon, 2013. -180 pp.
3. *Statistical Annual of Tajikistan Republic, 2013*. -415 pp.
4. Emomali Rakhmon. *The Message of Tajikistan Republic President to the Parliament of the Country*. 2014. – 47 pp.
5. Babajanov D.D. *The Necessity of the Formation of Agriculture Organic Sector for Providing Population`s Engagement (migrational bridge between Central Asia and Russia. Materials of the third international symposium*. – Moscow-Khujand, 2011.-PP.103-105.
6. Boymatov A.A. *Municipal Marketing*. In the book: *Municipal Management*. –Khujand, 2004. – 1PP. 45-70.

Территориальный рынок: обособленность и структурные изменения

Ключевые слова: территориальный рынок, товарные ресурсы, товарооборот, размещение, физиологические потребности, прогрессивная структура, импортозависимость

В статье рассмотрены некоторые теоретические аспекты формирования территориальных рынков, определяется степень их обособленности на основе расчета показателей, характеризующих долю местного производства в розничном товарообороте. Впервые произведена классификация территории Согдийской области на четыре региона, отличающихся географическим расположением, рельефом местности и климатическими особенностями. По этим регионам размещены товары для продажи как важный показатель объема реализации на территориальных рынках, определяются закономерности и основные тенденции развития розничного товарооборота и изменения его структуры.

Территориальный рынок продуктов питания имеет ряд особенностей в процессе формирования и развития, которые обусловлены спецификой преимущественного производства продовольственных товаров в ДФХ и ЛПХ и организацией их потребления. Высокой является доля домашних хозяйств в предложении продуктов питания на территориальных рынках.

Territorial Market: Isolation and Structural Changes

Key words: territorial market, commodity resources, goods circulation, tendency, physiological needs, progressive structure, import dependance

The article dwells on some theoretical aspects in regard to the formation of territorial markets; the degree of their isolation being determined on the basis of calculation of the indices characterizing the shares of local manufacturing in retail goods circulation. The authors are the first who conducted a classification of Sughd viloyat territory into four regions being distinguished with their geographical situation, configuration of locality

and climatic peculiarities. Goods for sale are disposed over these regions being an important index of an amount of realized produce traded off in interterritorial markets; certain regions help to define regularities and principal tendencies concerned with the development of retail goods circulation and alterations in the latter's structure.

The territorial market of food stuffs has a number of peculiarities in the process of formation and development; the latter being preconditioned with the specificity of an advantageous production of food stuffs in dekhans` farming households (DFH) and individual ancillary households (IAH) and with an organization of consumption. A share of domestic households in the supply with food stuffs in territorial markets is high enough.

Сведения об авторах:

Бауматов Алиджон Азизович, д-р экон. Наук, профессор, директор Научно-исследовательского центра УШОС и устойчивого развития Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики, (Республика Таджикистан, г. Худжанд), e-mail: alijon45@mail.ru

Ходжибаева Мукаддас Абдуганиевна, ассистент кафедры менеджмента Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики, (Республика Таджикистан, г. Худжанд), тел.: (+992) 92 7783109

Information about the authors:

Baumatov Alidjohn Azizovich, Dr. of Economy, Professor, director of the scientifico-research centre of ShCOU (Shanghai Cooperation Organization University) and stable development under the Tajik State University of Law, Business and Politics (Tajikistan, Khujand), e-mail: alijon45@mail.ru

Khodjiboyeva Mukaddas Abduganiyevna, assistant of the department of management under the Tajik State University of Law, Business and Politics (Tajikistan, Khujand), tel.: (+992) 92 7783109