

УДК 33
ББК 65
К-636

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ
ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ
ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

Хошимзода Хомид Хасан – доктор экономических наук, доцент кафедры товароведения и таможенного дела Института экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции, e-mail: homid@mail.ru

Комарова Анастасия Игоревна – кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики Института экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции, e-mail: nastyakomaroval@mail.ru

Касымова Мавджуда Халимовна - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и предпринимательства Института экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции, e-mail: sabrina11.80@mail.ru

**ТАМОЮЛҲОИ МУОСИРИ
РУШДИ САВДОИ ЧАКАНА ДАР
ШАРОИТИ РАҚАМИКУНОНИИ
ИҚТИСОДИЕТ**

Хошимзода Хомид Хасан – доктори илмҳои иқтисодӣ, дотсенти кафедра молиносии ва гумруки Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон, e-mail: homid@mail.ru

Комарова Анастасия Игоревна - номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсенти кафедра иқтисодиети ҷаҳони Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон, e-mail: nastyakomaroval@mail.ru

Касымова Мавджуда Халимовна – номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсенти кафедра иқтисод ва соҳибкории Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон, e-mail: sabrina11.80@mail.ru

**MODERN TENDENCIES OF
DEVELOPMENT OF RETAIL
TRADE IN CONDITIONS OF
DIGITALIZATION OF ECONOMY**

Hoshimzoda Homid Hasan - Doctor of Economics, Associate Professor of the Department of Commodity Science and Customs of the Institute of Economics and Trade of TSUC, e-mail: homid@mail.ru

Komarova Anastasiya Igorevna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at World Economy Department Institute of Economy and Trade of TSUC, e-mail: nastyakomaroval@mail.ru

Kasimova Mavdzhuda Halimovna - Candidate Of Economic Sciences, Associate Professor at Economic and Entrepreneurship Department, Institute of Economy and Trade of TSUC, e-mail: sabrina11.80@mail.ru

Ключевые слова: розничная торговля, цифровая экономика, ритейл, электронная торговля, бизнес, цифровые технологии.

В статье рассматривается роль торговли в реализации рыночных реформ в Республике Таджикистан, вопросы цифровизации торгово-технологических процессов с целью обеспечения максимальных условий для удовлетворения потребностей покупателей, сокращения издержек, роста прибыли предприятиям ритейла. Реализация задач по внедрению современных технологий позволит повысить конкурентоспособность предприятий, качество торгового обслуживания, привести его в соответствие с современными требованиями рынка.

Калидвожаҳо: савдои чакана, иқтисодиёти рақамӣ, ритейл, савдои электронӣ, бизнес, технологияҳои рақамӣ.

Дар мақола мақоми савдо дар амалигардонии табадуллоти бозор дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, масъалаҳои рақамикунонии ҷараёнҳои савдоӣ-технологӣ бо мақсади таъмини шароитҳои максималии қонеъгардонии талаботи харидорон, кам намудани хароҷот, афзоиши фоидаи корхонаҳои савдо баррасӣ гардидааст. Амалигардонии масъалаҳои татбиқи технологияҳои муосир имконияти афзоиши рақобатнокии корхонаҳо, баландбардори сифати хизматрасонии савдо ва имконияти мувофиқати онҳоро ба талаботи бозорро фароҳам меоварад.

Key words: retail, digital economy, retail, e-commerce, business, digital technologies.

This article examines the role of trade in the implementation of market reforms in the Republic of Tajikistan, the issues of digitalization of trade and technological processes to ensure best conditions to meet the needs of customers, reduce costs, and increase profits for retail enterprises. The implementation of tasks for the introduction of modern technologies will increase the competitiveness of enterprises, the quality of trade services; bringing it in line with modern market requirements.

Розничная торговля в современных условиях в Республике Таджикистан является одной из наиболее успешно развивающихся отраслей экономики. Состояние розничной торговли, её инфраструктурной составляющей характеризует уровень благосостояния населения страны и её регионов. В настоящее время оборот розничной торговли имеет устойчивую тенденцию к росту, что отражено в таблице 1.

Таблица 1

Динамика розничного товарооборота Республики Таджикистан в разрезе регионов за 2000-2020 гг. (в ценах 2020г. млн. сомони)

	2000	2005	2010	2015	2020
Республика Таджикистан	3750,1	7587,0	12032,8	20366,6	27024,8
Согдийская область	1311,4	2653	4208,0	7122,4	9450,9
Хатлонская область	929,0	1879,6	2981,0	5045,6	6695,1
ГБАО	21,0	42,4	67,3	113,9	151,2
РРП	606,5	1223,9	1945,9	3293,6	4370,4
г. Душанбе	882,2	1784,7	2830,5	4791,0	6357,2

Расчёты авторов. Источник: Стат. сборник Республики Таджикистан, 30 лет Государственной независимости – Агентство по статистике при Президенте РТ, Душанбе 2021, С. 614-615

За анализируемый период розничный товарооборот в республике возрос в 7,2 раза. Наибольший удельный вес в общем объёме товарооборота страны приходится на Согдийскую область и г. Душанбе (соответственно 34,97% и 23,52%).

Значительные изменения за последние годы произошли в численности и составе розничной торговой сети. Увеличилось число предприятий розничной торговли, появились новые формы обслуживания покупателей, типы предприятий (Рис.1)



Рис1. Число предприятий розничной торговли по Республике Таджикистан за 2000-2020 гг.¹

Структуру потребления и качество жизни населения характеризует соотношение в общем объеме товарооборота продовольственных и непродовольственных товаров (табл. 2).

Таблица 2

Структура розничного товарооборота по группам товаров по Согдийской области за 2015-2020 годы (суммы в млн. сомони)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 в % к 2015
Все товары в т.ч.	5630,9	6275,8	7357,4	8227,4	9182,1	9448,9	167,8
Продовольственные товары:							
- сумма	3068,8	3257,1	3781,6	3915,3	4475,7	5215,8	169,9
- уд. вес, %	54,5	51,9	51,4	51,6	49,5	55,2	0,7
Непродовольственные товары:							
- сумма	2562,1	3018,7	3575,6	4174,1	4566,1	4233,1	165,2
- уд. вес, %	45,5	48,1	48,6	48,4	50,5	44,8	-0,7

Источник: Расчеты авторов. Статистический ежегодник Согдийской области, стр. 290, 291. Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан 2021, с. 609

Приведенные в таблице данные позволяют сделать вывод о том, что в общем объеме товарооборота преобладают по данным за 2020г. продовольственные товары, темп роста за анализируемый период которых составил 69,9%, их удельный вес увеличился на 0,7%. Доля непродовольственных товаров в 2020 году сократилась на 0,7%, объем реализации возрос на

¹ Статистический сборник Республики Таджикистан: 30 лет Государственной независимости - Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, Душанбе 2021 с.637.

65,2%. Из общей суммы потребительских расходов в расчете на одного человека за 2020 г. в сумме 491,33 сомони в месяц, на покупку продуктов питания тратилось 359,3 сомони (55,6%), на покупку непродовольственных товаров – 189,29 сомони (29,3%), что значительно меньше, (табл. 3).

Таблица 3

Потребительские расходы домашних хозяйств в среднем на одного члена домохозяйств в год по Согдийской области с 2010 по 2020 годы

	2010		2015		2020	
	Сумма сомони	%	Сумма сомони	%	Сумма сомони	%
Потребительские расходы, всего	213,42	100,0	318,83	100,0	641,47	100,0
В том числе:						
- на покупку продуктов питания	109,07	51,1	176,17	55,3	359,3	55,6
- на покупку непродовольственных товаров	77,24	36,2	98,40	30,8	189,29	29,3
- на покупку алкогольных напитков	0,55	0,3	0,51	0,2	1,57	0,24
- на оплату услуг	26,56	12,4	43,75	13,7	83,34	12,9
- налоги, сборы, платежи	35,86	14,4	30,38	8,7	4,64	0,7

Источник: Статистический ежегодник Согдийской области. Главное управление Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан в Согдийской области, 2021. с.87, с.215.

Потребительские расходы населения характеризуются тенденцией роста расходов населения на покупку продуктов питания. За период с 2010 г. по 2020 г. этот показатель возрос в 3,3 раза и составляет 55,6% в расходах населения. Значительное место в расходах населения занимают хлеб и хлебобудничные продукты (19,2%), мясо и мясные продукты (12,6), масло растительное (4,7%). Вместе с тем, несмотря на рост потребительских расходов на приобретение непродовольственных товаров (+2,5 раза), их удельный вес сократился на 6,9%; оплата услуг соответственно возросла в 3,1 раза. Это свидетельствует о том, что значительная часть населения денежные доходы использует на питание.

На сложившуюся ситуацию оказали влияние цикличность развития экономики, рост потребительских цен, пандемия COVID -19 и другие факторы. Современный этап развития экономики республики характеризуется её цифровизацией, появлением новых сервисов и цифровых продуктов.

Термин «цифровая экономика» впервые стал использоваться в 1995 г. и получил широкое распространение в настоящее время как результат развития интернета и коммуникационных технологий.

По определению Всемирного Банка цифровая экономика представляет собой систему экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых, информационно-коммуникационных технологий¹.

В республике разработана и реализуется «Концепция цифровой экономики в Республике Таджикистан» (Постановление Правительства Республики Таджикистан, от 30.12.2019г. № 642).

¹ Цифровая активность организаций розничной торговли. М.: НИУ ИШЭ 2019-13с

Концепция основывается на Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 г. и представляет собой общее видение использования современных цифровых технологий в целях достижения высшей цели долгосрочного развития Таджикистана, а именно повышения уровня жизни населения страны, скорейшего выхода на уровень жизни стран среднего достатка и значительного снижения бедности, а также достижения приоритетных целей экономического развития республики.

Цифровизация экономики, в том числе торговли, будет способствовать формированию новой модели экономического роста, формированию новых рабочих мест, трансформации сферы услуг. Концепция предусматривает постепенный, поэтапный переход к цифровой трансформации: первый этап – до 2025 года, второй – до 2030 года и третий – до 2040 года в рамках проекта Digital CASA.

Заданный вектор на цифровизацию экономики вызывает необходимость активизации спроса на IT-технологии в розничной торговле. Так, в частности, реализован частично проект по обязательной передаче информации фискальных чеков в ОПД и внедрение кассовых аппаратов.

Несмотря на некоторое сопротивление отдельных представителей бизнеса, цифровизация постепенно охватывает малый и средний бизнес, руководители которого понимают, что от этого зависит конкурентоспособность компании, успех её развития.

Содержание электронной торговли заключается в основном в осуществлении сделок в режиме онлайн, при этом её следует рассматривать комплексно, как цепочку бизнес-процессов связанных с осуществлением транзакций, логистикой, финансовым обеспечением.

Рост объёмов электронной торговли является общемировой тенденцией, что отражается и на состоянии розничной торговли Республики Таджикистан. Одна из причин связана с увеличением числа цифровых платформ, таких как Amazon, Ozon, Alibaba и др. и формированием единой информационной среды. Кроме этого, важным фактором является широкое использование покупателями мобильных устройств, что позволяет им оперативно и рационально осуществлять выбор товаров, их приобретение и оплату.

Мировой рынок ритейла успешно применяет цифровые технологии, такие как: большие данные (Big Data), блокчейны, интернет вещей (IOT), искусственный интеллект, технологии виртуальной и дополнительной реальности и др.

Анализ опросов руководителей торговых предприятий, специалистов показывает, что наибольшим спросом в электронной коммерции пользуются приложения, дающие возможность быстро приобретать товары, модернизации сетевой инфраструктуры, роботизации складов. В настоящее время в сфере торговли разрабатываются такие технологии как Смарт-контакт с поставщиками, омникальность, искусственный интеллект (чат-бот), персональный помощник и др.

Вместе с тем, процессы цифровизации в розничной торговле сталкиваются с рядом проблем, тормозящих их развитие: отсутствие достаточного объёма оборотных средств, низкий уровень рентабельности, высокий уровень рисков, низкая окупаемость проектов на начальных стадиях внедрения, неподготовленный для новых условий персонал.

Одним из прогрессивных направлений развития розничной торговли являются омникальное обслуживание покупателей (совмещение офлайн и онлайн каналов) и повышение эффективности ведения учёта товарных операций посредством его авторизации, разработки программ лояльности и эквайринга.

Особого внимания заслуживает внедрение в деятельность предприятий по торговле продовольственными товарами таких форм, как самообслуживание.

Использование технологий офлайн и онлайн продаж дает возможность крупным торговым компаниям аккумулировать информацию о покупателях, что позволяет сформулировать персональные предложения с учетом спроса покупателей. Анализ полученного объёма информации дает возможность объективно сформировать стратегию развития на перспективу и оценить её эффективность.

К перспективным цифровым технологиям также относятся интернет-вещей, как условие создания «умного магазина», в котором осуществляется заполнение товарами полок в магазине, предоставление дополнительных услуг в режиме реального времени и «умного склада», учитывающих покупательский спрос и предпочтения.

Такие формы обслуживания покупателей как виртуальная и дополнительная реальность имеют различные направления развития и воздействуют на их психологию, в частности, виртуальные примерочные одежды и обуви, 3-D модели товаров, цифровой макияж и др.

Крупные розничные предприятия могут использовать технологию Workforce Management + (WFM), которая с использованием результатов анализа Big Data и с помощью машинного обучения позволит составить оптимальный график работы сотрудников.

Таким образом, анализ внедрения цифровых технологий в деятельность розничных торговых предприятий, позволяет выделить следующие основные тенденции:

- ориентация предприятий розничной торговли на основные прогрессивные цифровые технологии и осуществление комплексного подхода к их внедрению;

- аналитика поведения покупателей с целью формирования персонализированного предложения;

- подготовка и переориентация кадрового потенциала для работы в условиях использования новых цифровых технологий и др.

Вместе с тем, следует отметить, что возможность использования цифровых технологий характерна для крупных участников ритейла, средний и малый бизнес имеет на современном этапе в республике ограниченные возможности в связи с недостаточностью финансовых ресурсов и соответствующей поддержкой со стороны государственных структур.

ЛИТЕРАТУРА

1. Цифровая активность организаций розничной торговли. М.: НИУ ИШЭ 2019. с. 13
2. Концепция цифровой экономики в Республике Таджикистан «Концепция цифровой экономики в Республике Таджикистан» (Постановление Правительства Республики Таджикистан, от 30.12.2019 г. № 642).
3. Смотровая Т.И., Наронена Т.С. Тенденции цифровизации торговли//Экономинфо. 2020 т.17, №1. С.57
4. Статистический сборник Республики Таджикистан, 30 лет государственной независимости – Агентство по статистике при Президенте РТ, Душанбе 2021, 702 с.

REFERENCES

1. Digital activity of retail trade organizations. Moscow: NIU ISHE 2019. p. 13
2. The concept of the digital economy in the Republic of Tajikistan "The concept of the digital economy in the Republic of Tajikistan" (Resolution of the Government of the Republic of Tajikistan, dated December 30, 2019 No. 642).
3. Smotrova T.I., Naronena T.S. Trends in the digitalization of trade//Econominfo. 2020 t.17, No. 1. p.57
4. Statistical Collection of the Republic of Tajikistan, 30 years of state independence – Agency for Statistics under the President of the Republic of Tajikistan, Dushanbe 2021, 702 p.