

## ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ДИЛЕРСТВА НА РЫНКЕ СОТОВЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

*М.С. Хикматов*

Рассматриваются основные этапы становления и развития дилерства и проблемы кадрового обеспечения на рынке сотовых услуг в Республике Таджикистан.

*Ключевые слова:* этапы развития дилерства на рынке услуг сотовой связи; субъекты дилерской деятельности; операторы сотовой связи; дилерские структуры.

Появление первых дилеров на рынке услуг сотовой связи в 1996 г. в Республике Таджикистан положило начало развитию нового направления посреднического предпринимательства, которое, кроме прочих положительных моментов, носило инновационный характер. Развитие новых технологий способствует развитию экономики. Здесь очень важно подчеркнуть заслуги не только сотовых операторов, но и дилерства, которое напрямую повлияло на решение вопросов, связанных с обеспечением населения связью. Если говорить о плотности телефонных линий, то Республика Таджикистан имеет самый слабый телекоммуникационный сектор и самую низкую плотность телефонных линий среди стран СНГ – 4,5 на 100 человек. Этот показатель снижается до 0,7 в сельской местности [1], тогда как абонентов сотовых операторов на сегодняшний день насчитывается более трех миллионов.

В ходе изучения вопросов становления и развития дилерства на рынке сотовых услуг нами были выделены основные этапы становления и развития дилерства на рынке услуг сотовых операторов в Республике Таджикистан.

*Этап I (1996–1998 гг.).* Этап “зарождения”, начала нового вида малого предпринимательства. Всего лишь несколько дилеров функционировало на тот период времени, так как всего один сотовый оператор и зона его охвата ограничивалась г. Душанбе и его окрестностями. Значительная часть услуг оказывалась самим сотовым оператором.

*Этап II (1998–2001 гг.).* На данном этапе необходимость в дилерстве ощущается больше,

и сотовый оператор все активнее начинает работать с дилерами, делая акцент на них.

*Этап III (2002–2004 гг.).* Заметное увеличение количества дилеров с увеличением количества сотовых операторов связи и расширением ими зоны охвата. Данный этап можно охарактеризовать как этап “второго рождения” дилерства. Необходимо отметить, что он также сопровождался трудностями для дилерства, которые были связаны главным образом с бюрократическими требованиями, например, некоторые сотовые компании требовали покупки дорогостоящего программного обеспечения для получения дилером доступа к работе с сотовым оператором; установления минимальных объемов покупок, работы только с одним сотовым оператором и т.д. Понятно, что такая практика используется в других странах, где компании устанавливают своим дилерам определенные условия по продажам и покупкам.

*Этап IV (2005–2008 гг.).* Этап бурного развития дилерства на рынке услуг сотовой связи. На данном этапе появились субдилеры, которые, в свою очередь, работали с сотовыми операторами не напрямую, а через определенного дилера. Расширение услуг сотовых операторов позволило дилерам также расширить количество предоставляемых услуг. Ощущается борьба за “хороших” дилеров путем предоставления им более выгодных условий, чем для остальных. Появляются такие понятия, как “золотой” или “эксклюзивный” дилер, которые фактически являются монополистами в силу тех условий, которые им предоставляет сотовый оператор. Это также

выгодно сотовому оператору, так как вопросы, связанные с реализацией услуг, осуществляются через одного дилера, что существенно облегчает работу сотового оператора.

Вследствие увеличения конкуренции между сотовыми операторами требования к дилерам также существенно упростились, что положительно сказалось на развитии дилерства.

*Этан IV (2009 г.г. – ...)*. Функционирование дилерства на данном этапе происходит в условиях мирового кризиса, который сильно повлиял на результаты деятельности дилерских структур. Прежде всего необходимо отметить, что объемы реализации продукции и оказания услуг значительно сократились, что напрямую влияет на доходы дилеров. Вышеназванные причины вынудили субъектов дилерской деятельности сокращать свои расходы, что прежде всего отразилось на их юридической форме. В течение двух лет численность дилеров – юридических лиц – сократилась на 0,6%. Подавляющее большинство из них на данный момент функционируют как субъекты дилерской деятельности – предприниматели без образования юридического лица. Анализ, проведенный нами, свидетельствует о том, что в 2009 г. количество субъектов дилерской деятельности – физических лиц – увеличилось, а их удельный вес составил почти 99%.

Как было сказано выше, субъекты дилерской деятельности переходят из одной юридической формы в другую с целью сокращения своих расходов. Нами рассмотрены основные виды налогов, уплачиваемых субъектами дилерской деятельности. Необходимо отметить, что виды и количество налогов, а также их сумма напрямую зависят от юридической формы субъектов дилерской деятельности.

Анализ показывает суммарную разницу при оплате налогов со стороны субъектов дилерской деятельности, в зависимости от их юридической формы. Субъекты дилерской деятельности – юридические лица – платят суммарно налогов в среднем в 2,5 раза больше, чем дилеры – частные предприниматели. В количественном выражении субъекты дилерской деятельности – юридические лица в 4 раза больше платят налогов, чем субъекты дилерской деятельности – физические лица.

Таким образом, налогообложение субъектов дилерской деятельности должно быть структурировано так, чтобы оно стимулировало и обеспечивало равные условия для всех участников. Развитие и стимулирование дилерства как составной части предпринимательства в части налогообложения будет способствовать росту налоговых по-

ступлений. К примеру, в Российской Федерации “дилерство в настоящее время приносит в виде налогов до 40% доходов бюджетов разных уровней, в нем задействовано до 10% работающих в реальном секторе экономики, прибыльность составляет 10–11%. В качестве дилеров выступают и ФПГ, и корпоративные группы, и отдельные самостоятельные хозяйствующие субъекты малого и среднего бизнеса” [2].

На сегодняшний день развитие дилерской деятельности столкнулось с рядом проблем. Главным препятствием является отсутствие институциональной поддержки дилерской деятельности со стороны государства, отсутствуют эффективные механизмы управления инновациями в торгово-посреднической сфере. Субъекты дилерской деятельности страдают от недостаточности и противоречивости нормативно-правового обеспечения, прежде всего, в области налогообложения, неразработанности системы финансово-кредитной поддержки.

Конструкция и функционирование системы государственной поддержки дилерства должны предполагать, что субъекты исполнительной власти и субъекты дилерской деятельности являются равноправными участниками гражданских правоотношений, каждый из которых действует с учетом свободы выбора партнеров, взаимной выгоды.

Другой немаловажной проблемой для дилерства является проблема кадрового обеспечения. Отсутствуют специальные учреждения, которые бы готовили кадры для данного направления посреднического предпринимательства. Именно в решении этого вопроса дилерство нуждается в государственной поддержке.

Развитие современных информационных систем требует подготовки специалистов по информационным технологиям для структур поддержки дилерства, разработки и издания учебных и информационно-методических материалов. Эти усилия направлены на содействие повышению профессионального уровня сотрудников организаций, занимающихся информационной поддержкой дилерства.

Стратегическая цель информационной поддержки дилерской деятельности заключается в формировании межрегиональной и в перспективе общенациональной информационной сети поддержки дилерства на базе действующих объектов инфраструктуры путем координации, интеграции и взаимодействия информационных систем обеспечения и поддержки дилерства.

Современный этап развития Республики Таджикистан требует разработки адекватных

мер по государственному регулированию и поддержке дилерской деятельности. В условиях становления рыночных отношений необходимость государственной поддержки дилерской деятельности диктуется особенностями переходного периода, когда еще длительное время полностью не будут преодолены элементы командно-административной системы, ограниченность доступа к материально-техническим, информационным и финансовым ресурсам, от которых в наибольшей степени зависят результаты функционирования малых предприятий.

Также, на наш взгляд, необходима “Концепция развития дилерской деятельности в Республике Таджикистан”, предусматривающая:

- совершенствование механизма государственного регулирования, направленного на развитие рынка дилерских услуг;
- создание условий для эффективной работы субъектов дилерской деятельности;
- дальнейшее развитие конкурентной среды на рынке дилерских услуг;
- обеспечение равных прав для всех субъектов дилерской деятельности;
- повышение инвестиционной привлекательности дилерской отрасли;
- развитие новых технологий;
- совершенствование системы нормативного правового регулирования отрасли;
- оказание финансовой поддержки субъектам дилерской деятельности.

Таким образом, в ходе анализа существующих условий, мы приходим к выводу, что процесс становления и развития дилерства на рынке сотовых услуг в Республике Таджикистан продолжается. Процесс развития дилерства в сфере услуг сотовой связи проходит эволюционным методом, хотя анализ этапов развития свидетельствует о том, что данные периоды охватывают небольшой отрезок времени и переходы осуществляются довольно быстро. Это свидетельствует о высокой технологичности и инновационности данной сферы. Соответствие данным изменениям требует от субъектов дилерской деятельности гибкости и высокого уровня управления бизнесом. С другой стороны, успешная деятельность субъектов дилерской деятельности – это результат тяжелой и усердной работы, умение и навыки работы в условиях технических и технологических нагрузок, а также умение своевременно и эффективно подстраиваться под постоянно изменяющиеся требования рынка.

### *Литература*

1. Таджикистан. Отчет по человеческому развитию. 2007–2008 гг. Душанбе, 2008. С. 32.
2. *Москаев Ш.А.* Дилерство как инновационный сегмент рыночной экономики России: особенности становления, механизмы развития и управления: Автореф. дис. ... д-ра экон. наук. Ростов-н/Д., 2003. [http://bankrabort.com/work/work\\_7029.html](http://bankrabort.com/work/work_7029.html)