

**ВАЗОРАТИ МАОРИФ ВА ИЛМИ ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН
ДОНИШГОҲИ ДАВЛАТИИ ТИҶОРАТИ ТОҶИКИСТОН
КАФЕДРАИ МЕНЕҶМЕНТ, МАРКЕТИНГ ВА ИҚТИСОДИЁТИ
МЕҲНАТ**



**МАВОДИ КОНФЕРЕНСИЯИ ҶУМҲУРИЯВИИ ИЛМӢ – АМАЛӢ
ДАР МАВЗУИ
“РУШДИ МЕНЕҶМЕНТИ ИННОВАТСИОНӢ ВА
МАРКЕТИНГИ РАҚАМӢ”
(4-5 июни соли 2025)**

**РЕСПУБЛИКАНСКАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ “РАЗВИТИЕ
ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И
ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА”
(4-5 июня 2025 г.)**

ДУШАНБЕ – 2025

УДК 33 тоҷик+339+338+9 тоҷик+37тоҷик

ББК-65.9+65.9 (2 тоҷик)+74.03 (2 тоҷик)+63.3 (2 тоҷик)+92.Я2

Н-14

Рушди менеҷменти инноватсионӣ ва маркетинги рақамӣ // Маҷмӯи маводҳои конференсияи ҷумҳуриявӣ илмӣ-амалӣ: зери таҳрири д.и.т., профессор Назарзода Х.Х., д.и.и., дотсент Мирзоалиев А.А., н.и.и., дотсент Машокиров Ҷ.Н., н.и.и., дотсент Султонов З.С., н.и.и, и.в. дотсент Ҳакимзода А.
– Душанбе: ДДТТ, 2025. – 188 с.

Маҷмуаи мазкур ба масъалаҳои мубрами “Рушди менеҷменти инноватсионӣ ва маркетинги рақамӣ” бахшида шуда, тамоми паҳлуҳои назариявӣю амалии менеҷменту маркетинг, масоили иқтисоди рақамӣ, саноатикунонию босуръати иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон, савдои хориҷӣ, бозори озуқаворӣ, сармояи инсонӣ, зеҳни сунъӣ, сатҳу сифати хизматрасониҳо, муносибатҳои гумрукӣ, савдои чакана, сайёҳӣ ва дигар мавзӯҳои актуалии соҳаҳои иқтисодиётро фаро мегирад.

ISBN 978-99985-27-78-2

ПЕШГУФТОР

Боиси ифтихор аст, ки Ҷумҳурии Тоҷикистон дар асоси татбиқи барномаву концепсияҳо ва стратегияи миллӣ рушду нумӯё дорад. Дастоварҳои солҳои охир аз маҳорату иқдомҳои созанда, ташаббусу пайгириҳо, аз хираду тафаккур, меҳру садоқат, ояндабинии нек ва мактаби идоракунии ногузири сарвари маҳбуби миллати тоҷик Эмомалӣ Раҳмон рабт дорад.

Тавре ки дар Паёми навбатияшон зикр намуданд, “Тоҷикистон дар ҷодаи гузариш ба рақамикунонии соҳаҳои иқтисоди миллӣ ҷиҳати таъмин намудани шаффофияти муносибатҳои иқтисодиву молиявӣ қадамҳои устувор гузошта истодааст”.

Дар Паёми Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ-Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ба Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 28 декабри соли 2024 чунин баён гардид: “Ҷиҳати вусъат бахшидан ба равандҳои инноватсионӣ ва истифодаи ҳамаҷонибаи имкониятҳои технологияҳои рақамӣ дар иқтисодиёт пешниҳод менамоям, ки солҳои 2025 – 2030 “Солҳои рушди иқтисоди рақамӣ ва инноватсия” эълон карда шаванд”.

Дар ин замина пеш аз ҳама ба соҳаҳои менеҷмент ва маркетинг диққати аввалиндараҷа бояд дода шавад, зеро дар шароити ҷаҳонишавии муносибатҳои иқтисодиву тичоратӣ, иқтисодиёти инноватсионӣ, иқтисодиёти рақамӣ, иқтисодиёти иттилоотӣ, рақамикунонӣ ва зехни сунъӣ, тичорати маҷозиву фосилавӣ ва фановариҳои рақамӣ нақшу касбияти менеҷерону маркетингологҳо дучанд хоҳад гардид.

Ҳар иқдоми созанда ва таҳкимбахши муносибатҳои иқтисодӣ аз таҷрибаву маҳорати менеҷерон ва таҳқиқотҳои саривактии натиҷабархши маркетингологҳо вобатагии калон дорад.

Дар шароити ҷаҳонишавии муносибату ҳамкориҳо Ҷумҳурии Тоҷикистон рушди барномаи давлатиро дар заминаи иқтисодиёти рақамӣ ҳадафи хеш қарор додааст. Мусаллам аст, ки рақамикунонӣ бо тақия ба зехни сунъӣ ва татбиқи ақидаҳои инноватсионӣ ташаккул меёбад. Маҳз мутахассисони дорои салоҳиятҳои касбӣ ва тафаккури рақамӣ дар роҳандозӣ намудани ин гуна барномаву концепсияҳои миллӣ нақши калидӣ доранд.

Бояд зикр намуд, ки ҷорӣ намудани технологияҳои пешрафта дар асоси тамоюл ба иқтисодиёти рақамӣ, яъне баланд бардоштани рақобатпазирии молу маҳсулот, сатҳи хизматрасонӣ ва дар ин замина болоравии сифати зиндагии аҳоли таъсир мерасонад.

Менеҷменти рақамӣ дар тичорати муосир нақши калидӣ дошта, ба ширкатҳо имкон медиҳад, ки самаранокӣ, беҳтар кардани сифати хизматрасонӣ ва қабули қарорҳои мақсаднокро дар асоси маълумотҳои амиқ қабул намоянд.

Маркетинги рақамӣ аз таҳқику омӯзиши вазъи бозор, таҳлили омилҳои дохиливу берунӣ, сатҳу сифати хизматрасонӣ, таъмини стратегиву рақобаттавонӣ, таҳкими муносибатҳои тичоратӣ дар доираи рушди зехни суъй ва тичорати электронӣ вобастагӣ дорад.

Дар шароити рақамикунонӣ менеҷмент ва маркетинг дар мутобиксозии тичорат ба воқеиятҳои нав нақши калидӣ мебозанд. Роҳбарият бояд технологияҳои рақамиро фаъолона татбиқ ва истифода намуда, равандҳои самарабахши корро ташкил карда, дороиҳои рақамии ширкатро идора кунанд. Маркетинг, дар навбати худ, бояд стратегияҳои худро ба ҷаҳони рақамӣ, бо истифода аз шабакаҳои онлайн барои ҷалб ва нигоҳ доштани муштариён ва таҳлили маълумот барои муносибсозии кӯшишҳои маркетинг мутобик намояд.

Менеҷмент бояд равандҳои тичоратро бо назардошти истифодаи технологияҳои рақамӣ мутобик созад. Ин автоматикунории равандҳо, истифодаи низомҳои CRM, татбиқи идоракунии ҳуҷҷатҳои электронӣ ва дигар воситаҳои рақамиро дар бар мегирад.

Рохбарият бояд дороиҳои рақамии ширкатро, аз қабилӣ вебсайт, васоити ахбори омма, мағозаи онлайн ва дигар платформаҳои рақамиро идора кунад. Менечмент бояд технологияҳои навро ба равандро тичорат ва стратегияҳои маркетинг фаъолон татбиқ намояд. Ин метавонад зехни сунъӣ, омӯзиши мошинсозӣ ва дигар технологияҳои инноватсионӣ бошад.

Рохбарият бояд саводнокии рақамиро дар байни кормандон тарғиб кунанд, то онҳо тавонанд дар қори худ воситаҳо ва технологияҳои рақамиро самаранок истифода баранд. Онҳо бояд хатарҳои марбут ба истифодаи технологияҳои рақамиро, аз қабилӣ киберамният, ихроҷи маълумот ва дигар хатарҳо нозорат ва кам кунанд.

Менечменти инноватсионӣ як низомӣ идоракуни мебошад, ки ба муайян, таҳия ва татбиқи навоариҳо дар тичорат нигаронида шудааст. Он равандро ба вучуд овардани ақидаҳои нав, арзёбии иқтидори онҳо, идоракунии лоиҳаҳои инноватсионӣ ва таъмини муваффақияти тичоратии онро дар бар мегирад.

Маркетинг бояд шабақаҳои гуногуни рақамиро, аз қабилӣ васоити ахбори омма, маркетинги почтаи электронӣ ва дигар платформаҳо барои ҷалб ва нигоҳ доштани муштариён истифода барад. Маркетинг бояд маълумотро барои таҳлили рафтори муштариён, муносибгардонии маърақаҳои маркетингӣ ва эҷоди стратегияҳои муассиртар истифода барад.

Дар маркетинг бояд маълумотҳо барои фардикунонии паёмҳои маркетингӣ ва пешниҳодҳо барои қонун кардани ниёзҳои муштариён истифода бурда шавад. Маркетолог бояд табиғоти онлайнро таҳия карда, абзорҳои гуногунро барои ҷалби баста ба вебсайт ва дигар платформаҳои рақамӣ истифода барад. Он бояд шабақаҳои рақамиро барои баланд бардоштани шинохтани бранд ва эҷоди симои мусбии ширкат дар фазои онлайн истифода барад.

Маркетинги рақамӣ яке аз соҳаҳои ояндадори иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба ҳисоб рафта, ҳангоми таҳияи стратегияи дуруст метавонад бисёр афзалиятҳо барои ширкатҳои бузурги ватанӣ таъмин намояд. Барои ташаккули маркетинги рақамӣ сараввал бояд мушкилот ва омилҳои таъсиррасон ба рушди он муайян ва баргараф карда шаванд.

Маҷмуаи мазкур ба масъалаҳои мубрами “Рушди менечменти инноватсионӣ ва маркетинги рақамӣ” бахшида шуда, тамоми паҳлуҳои назариявӣ амалии менечменту маркетинг, муносибатҳои иҷтимоӣ меҳнатӣ, низомӣ идоракунии равандро рақамикунонӣ, масоили иқтисоди рақамӣ, саноатикунони босуръати иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон, савдои хориҷӣ, бозори озукаворӣ, сармои инсонӣ, ташаккули зехни сунъӣ, сатҳу сифати хизматрасониҳо, муносибатҳои гумрукӣ, савдои чакана, сайёҳӣ ва дигар мавзӯҳои актуалии соҳаҳои иқтисодиётро фаро мегирад.

Умедворем, ки маҷмуаи маводҳои конференсияи илмӣ-амалии ҷумҳуриявӣ, ки ба масоили “Рушди менечменти инноватсионӣ ва маркетинги рақамӣ” бахшида шудааст, барои онҳое, ки ба масъалаҳои болозикр тавачҷӯхдоранд, муфид хоҳад буд.

**НАЗАРЗОДА ХАЙРУЛЛО ХОЛНАЗАР, доктори илмҳои техникӣ,
профессор, Ректори донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон**

ТАМОЖЕННОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ: ПРОБЛЕМЫ И РАЗВИТИЯ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ ТАДЖИКИСТАНА

Раджабов Раджаб Кучакович - д.э.н., профессор кафедры таможенное дело ТГУК.
Тел.: +992 934444107, E-mail: drrajab@mail.ru

В статье рассмотрены понятия и значение таможенного администрирования, изучены существующие проблемы и предложены пути развития на основе концепции маркетинга в условиях трансформационных изменений в экономике Таджикистана

Ключевые слова: таможенное администрирование, проблемы, развития, концепция маркетинга, трансформационные изменения.

Происходящие трансформационные изменения в экономике Таджикистана происходят под влиянием различных факторов и процессов глобализации, которые охватывают все сферы человеческой деятельности и усиливают решения проблемы конкурентоспособности среди различных стран мира. Учет трансформационных изменений и решения существующих проблем требует значительных инвестиций, разработку новых научных подходов в области таможенного дела с целью ее превращения в эффективной институт способного реагировать на особенности развития таможенных операций и развития внешнеэкономической деятельности (ВЭД). Поэтому одним из основных элементов эффективного функционирования таможенной системы считается таможенное администрирование как разновидность управленческой деятельности.

В Республике Таджикистан значительно возросла роль таможенных органов в обеспечении экономической безопасности и защите экономических интересов, а также развитию внешней торговли, улучшения международных транспортно-логистических связей и рационального использования экспортного потенциала ее регионов.

Анализ различных работ показывает, что «под таможенным администрированием понимается специфическая методология управления, технологии воздействия на сферу ВЭД и система административных методов, направленных на эффективное регулирование и контроль». Данное воздействие является ограниченным определёнными организационными процедурами, порядками и правилами, которые регламентируют права физических и юридических лиц на перемещение товаров и транспортных средств через таможенные границы.

На основе вышеизложенного можно отметить, что под таможенным администрированием понимается совокупность средств и методов, которые обеспечивают реализацию функций таможенного контроля и регулирования [1]. Также различными учеными Бакаева О. Ю., Иващенко М. В., Ершова А. Д., Кинякина М. В. [2] и другие в целом поддерживают данное определение. В целом, мы таможенное администрирование понимаем как: «инициирование законодательных актов по повышению эффективности реализации таможенных процедур и их упорядочению; эффективная реализация принятых и разработанных к исполнению правил и норм; содействие работе таможенных органов по повышению эффективности и ускорению прохождения товара и транспортных средств через таможенную границу; обеспечение поступлений в бюджет государства; уменьшение транзакционных издержек институциональных соглашений, которые действуют в его рамках и стимулирование их активности в трансформационных условиях».

В Республике Таджикистан следует выделить три этапа развития таможенного администрирования: 1-этап: 1992-2005 годы; 2-этап 2005-2010 годы и третий этап 2010 года по настоящее время. В первом этапе проводилась преимущественно реализация фискальной, правоохранительной и контрольно-надзорных функций. Главной особенностью данного этапа был отказ от государственной монополии и становление новых условий осуществления торговли, при фактическом сохранении основных функций таможенных органов в условиях государственного монополизма.

Во втором этапе проводилось совершенствование таможенного администрирования на основе гармонизации законодательства с общепризнанными нормами и технологиями, перехода к концепции сервисной таможни и изменению базовых функций таможенных органов с учетом присоединения к Международной конвенции об упрощении и гармонизации таможенных процедур [3].

На современном этапе наблюдается улучшения таможенной деятельности и развития таможенных отношений со странами ближнего и дальнего зарубежья, внедрения современных методов цифровизации.

На основе анализа этапов развития таможенного администрирования нами установлено, что повышение эффективности таможенного администрирования дает возможности для:

- повышение качества предоставления таможенных услуг субъектам ВЭД;
- обеспечения полноты и своевременности уплаты таможенных платежей в государственный бюджет;
- повышения уровня соблюдения таможенного законодательства участниками ВЭД и таможенными органами;
- сокращения издержек государства и участников ВЭД, которые связаны с таможенным контролем и оформлением товаров и транспортных средств и др.

С другой стороны, на основе анализа особенностей условия функционирования таможенного администрирования в Таджикистане нами выделены следующие основные проблемы его развития:

- влияние рыночных механизмов на идеологию таможенной деятельности;
- развитие сегмента государственных таможенных услуг в условиях углубления глобализационных процессов;
- апробация концепции сервисно-ориентированной таможенной деятельности и реализации маркетинговой концепции;
- внедрение инновационных таможенных технологий, цифровой таможни и модернизация действующей системы таможенного администрирования и др.

Оценка функционирования таможенной службы показывает, что основным потенциальным инструментом на государственном уровне и общественных институтов считается маркетинг, основной задачей, который является выявление потребностей субъектов рыночных отношений, анализ ситуации и закономерности их изменения на рынке, тенденций развития рыночной конъюнктуры, обеспечение продвижения услуг к потребителю, организация обмена услугами с целью удовлетворения потребностей.

В этих условиях главным аспектом становления нового государственного управления рассматривается ориентация деятельности местных органов исполнительной власти на удовлетворение запросов потребителей на основе исследования основных элементов концепции сервисной модели государственного управления оказания таможенных услуг [4].

Таможенная служба в рамках сервисной модели государства является одним из субъектов маркетинга и выполняет специфическую роль на рынке таможенных услуг, которая направлено на удовлетворение общественных потребностей, в форме регулирования процессов и оказания содействия эффективному движению компромиссов интересов общества, бизнеса и государство с минимальными затратами для общества, учета необходимости рассмотрения социально-экономических процессов во взаимодействии и единстве и в целом заинтересованы в эффективном функционировании экономики республики.

Поэтому применение маркетинговой модели позволяют рассматривать таможенные органы с позиции предоставления юридическим и физическим лицам наиболее важных услуг, таких как безопасность, охрана окружающей среды. Организационная модель маркетинга таможенных услуг представлен на рис.1.

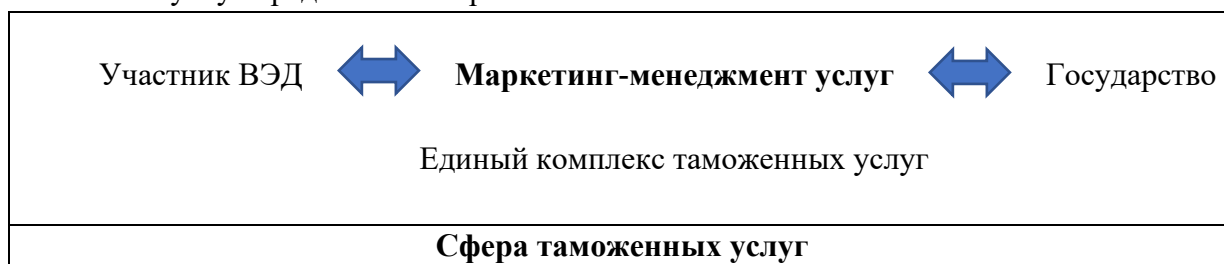


Рисунок 1. Организационная модель маркетинга таможенных услуг

Оценивая реализацию организационной модели маркетинга и ее специфические черты в таможенной деятельности можно выделить не рыночный характер отношений, так как значительная часть предоставляемых услуг и приоритеты, относится к общественным благам; ограниченность бюджета, лимитированности средств и ресурсных возможностей.

С другой стороны, маркетинговая деятельность должна осуществляться при невысоком уровне финансирования. В этих условиях эффективность деятельности таможенной службы и ее подразделений должно оценивается на основе:

- а) учета более сложных показателей, чем в рыночных отношениях, оценки социально-экономической и экологической эффективности и др.;
- б) маркетинговая деятельность должна быть ориентирована на длительные периоды;
- в) значительная часть взаимодействия между органами, участвующими в таможенном процессе протекает в условиях разных целей;
- г) маркетинговые мероприятия должны быть реализованы в условиях более высокой контролируемости и прозрачности со стороны общества, чем в коммерческой сфере;
- д) широкого применения цифровых платформ и технологий и др.

Опыт показывает, что важнейшая роль отдается информационно-коммуникационным инструментом маркетинга. Кроме того, поведение является жёстко заданным и выражается в высокой зависимости от различного рода нормативно-правовых актов и решений, которые приняты местными органами власти и определяются политической конъюнктурой. Также важно отметить, что в некоторых странах маркетинговая концепция управления таможенными услугами осуществляется с целью достижения более высокой эффективности работы таможенных подразделений.

В Республики Таджикистан маркетинг в области таможенных услуг является достаточно новым направлением. Поэтому требуется соблюдения всех требований таможенного законодательства с одной стороны, а с другой необходим инновационный и нетрадиционный

подход к оказанию таможенных услуг, который бы позволил вывести таможенный сервис на новый уровень.

Поэтому первое направление маркетинга таможенных услуг считается эффективным взаимодействие бизнес-структур любого уровня и таможенных органов. Налаженная двусторонняя связь является выгодным условием для обеих сторон и важным для выполнения фискальной функции [5].

Использование маркетинга как одного из стратегических средств, который способен обеспечить поступательное развитие социальной и экономической системы, а также ее отдельных подсистем и сбалансирует развития и формирование оптимальных макроэкономических пропорций. Поэтому является одним из направлений совершенствования управления в сфере таможенного администрирования. Также основной специфической чертой маркетинга в таможенном деле является изучение потребностей участников рынка, структуры потребителей, тенденций и факторов развития на основе разработки «дерева целей».

Для достижения поставленной цели необходимо удовлетворять потребности членов общества в зависимости от их важности и приоритетности. Поэтому на данный период времени приоритетным считаем разработку инструментов макромаркетинга, то есть маркетинга таможенных услуг, как одного из его элементов в государственном управлении, проведение маркетинговых исследований, улучшения эффективного взаимодействия и создание длительных взаимоотношений с клиентами.

Также следует отметить, что в качестве еще одного критерии рассматриваем количество документов и применение метода тайного покупателя. Данная методика является одной из результативных и действенных на современном этапе и опирается на существование корпоративных стандартов по взаимодействию сотрудников с потребителями для проверки качества обслуживания клиента. Кроме того, данная методика позволяет выявить резервы обеспечивающие развития таможенной системы, ВЭД в целом, что позволяет проверить качество выполнения таких функциональных обязанностей как:

- достоверность передачи получаемой информации субъектам ВЭД;
- скорость прохождения коммерческой информации внутри системы;
- осуществление фирменных внутрифирменных стандартов обслуживания;
- компетентность сотрудника, который отвечает за свой участок работы при проведения таможенного оформления и контроля товаров и транспортных средств на основе применения технических средств и искусственного интеллекта.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод, что существующая практика таможенного администрирования неразрывно связана с практическими и методологическими проблемами, которые требуют дальнейшей разработки современных методов исследования и комплексных подходов на стыке различных наук, в частности развития концепции управления на основе маркетинга.

Основные проблемы таможенного маркетинга носят функционально-технологический, организационный и научно-прикладной характер. Для решения проблем маркетинга таможенных услуг необходимо преодолеть следующие этапы:

- определить и проанализировать позиции существующих таможенных услуг на рынке таможенных услуг,
- сформировать требования к таможенным услугам для целей их модернизации или создания,

- определить рациональные или оптимальные позиции услуг и сформировать стратегии их достижения,
- сформировать маркетинговую стратегию продвижения таможенных услуг и программы их реализации.

Таким образом, на основе вышеизложенного можно сделать вывод, что модельное представление задач эффективного позиционирования таможенных услуг зависит от таких условий как содержание и вид позиционируемой услуги, выбранной системы показателей, которые описывают услугу на рынке, от степени информационной определённости, от выбора модели исследования и описания услуги, от выбранных средств моделирования и решение задач стратегического маркетинга.

Эффективный выбор техники и технологии, цифровизации, а также решения задач определяется условиями, сложившимися на рынке таможенных услуг, и возможностями научного и методического обеспечения таможенных органов в условиях реализации НСР-2030 в Республике Таджикистан.

Литература

1. Барамзин С. В. Теория и методология систем управления таможенными процессами: монография. - М.: РИО РТА, 2012. - 464 с.
2. Бойкова М.В. Анализ опыта совершенствования таможенного администрирования в условиях международной интеграции // Вестник Московского государственного областного университета. Серия Экономика. 2014. № 1. С. 8–15.
3. Концептуальные аспекты таможенного администрирования и процессного подхода. Режим доступа: <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/news/2505-tamozhennoe-administrirovanie.html>.
4. Макрусов В. В. Основы таможенного менеджмента: учебник. - М.: РИО РТА, 2013. - 421 с.
5. Маркетинг таможенных услуг. Режим доступа: http://tourprim.com/razdel/tamozhnja/181_marketing_tamozhennyh_uslug.html.
6. Маркетинговая концепция управления таможенными органами. Режим доступа: <http://novainfo.ru/article/8603>.
7. Маркетинговый подход к управлению деятельностью таможенных органов. Режим доступа: <http://mylektsii.ru/6-73442.html>. 19. Проблемы маркетинга в сфере таможенных услуг. Режим доступа: <http://lektsii.net/1-108626.html>.
8. Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур [принята в Киото 18.05.1973, в ред. Протокола от 26.06.1999]
9. Раджабов Р.К. Развитие рынка таможенных услуг. Монография. - Душанбе: Ирфон, 2013. - 198с.
10. Саидова М.Х. Таможенный менеджмент: учебное пособие. - Душанбе: «Абдурахмон-Р», 2023. - 243с.
11. Таможенный кодекс Республики Таджикистан. - Душанбе: ТС РТ, 2005.-425с.
12. Управление таможенным делом: учебное пособие / под общ. ред. В.В. Макрусова и В.А. Черных. – СПб.: Троицкий мост, 2012. – 448 с.

САНОАТИКУНОНИИ ИСТЕҲСОЛОТ – ОМИЛИ МУҲИМИ РУШДИ ИҚТИСОДИЁТИ МИЛЛӢ

Дустбоев Шодимурод - д.и.и., профессори кафедраи иқтисодиёти ҷаҳон ва муносибатҳои байналмилалӣи Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. Тел: (+992) 935435228.

Абдурахмон Ҳакимзода - н.и.и., и.в. дотсент, мудири кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. тел: (+992) 907704890, E-mail: hakimzod-90@mail.ru.

Дар мақола вазъи муносири саноати миллии мавриди омӯзишу таҳқиқ қарор дода шудааст. Дар заминаи рушди босуботи истеҳсолоти мамлакат тартибу пайдарпай саноатикунони иқтисодиёт пешкаш гардидааст. Дар хотимаи он хулосаву пешниҳодоти муфид баррасӣ гардидааст. Аз ҷумла, қайд гардидааст, ки саноатикунони истеҳсолот яке аз механизмҳои стратегияи иҷтимоӣ ва иқтисодӣ буда, бояд ҳамаи соҳаҳои иқтисодиёти миллии, аз ҷумла саноати мошинсозӣ, коркард, химия, комплекси агросаноатӣ, сохтмон, нақлиёт, соҳаҳои иҷтимоӣ, хизматрасонӣ ва ғайраҳо фаро гирад.

Вожаҳои калидӣ: саноат, саноати коркард, истихроҷ, нерӯи энергияи сабз, сармоягузорӣ, саноатикунонӣ, истеҳсолот, воридотивазкунӣ, соҳаҳои иқтисодиёт, кадрҳо, бучети давлатӣ ва маҳаллӣ, ҷойҳои нави корӣ.

Таҷрибаи кишварҳои пешрафтаи ҷаҳон нишон медиҳад, ки дар шароити иқтисоди бозорӣ ва рақобати шадид дар бозори ҷаҳонӣ корхонаҳои саноатӣ дараҷаи саноатикунони иқтисодиёт шартӣ муҳими рушди устувори иқтисодиёт мебошад. Ҳавасмандгардонию дастгирии корхонаҳои саноатӣ ба боло рафтани самаранокии фаъолияти истеҳсолии онҳо тақвони ҷиддӣ мебахшад.

Баъди ба даст овардани истиқлолияти давлатӣ сиёсати Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон дар соҳаи саноат ба тағйиротҳои кулӣ рӯ ба рӯ гардид. Дар солҳои соҳибистиқлолии кишвар таваҷҷӯҳи асосии Ҳукумати мамлакат бештар ба рушди истеҳсоли маҳсулоти ватанӣ ва иқтисодии содиротию воридотивазкунӣ равона карда шудааст, ки дар заминаи истифодаи технологияҳои муносири инноватсионӣ, захираҳои нодиру бойи табиӣ, ашёи хом, захираҳои меҳнатӣ ба рушди самараноки соҳаи саноати мамлакат имконият ва шароитҳои мусоид фароҳам овард. Дар ин раванд нақши соҳибкории саноатӣ хеле муҳим мебошад.

Асосгузори сулҳу ваҳдати миллии – Пешвои миллат, мухтарам Эмомалӣ Раҳмон дар Паёми хеш қайд намуданд: “...мо саноатикунони босуръатро ҳамчун ҳадафи ҷоруми стратегияи кишвар қабул кардем, зеро рушди саноат барои таъмин намудани устувори иқтисодиёт, ташкили ҷойҳои нави корӣ, баланд бардоштани иқтисодии содиротию мамлакат ва рақобатнокӣ он замина меғузорад”[7].

Вобаста ба рушди босамари ин соҳа дар Стратегияи рушди саноат дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷунин омадааст: “...имрӯз саноати Тоҷикистон ба симои хоси миллии давлати мустақил соҳиб гардидааст. Акнун он бояд ба тамоми хусусиятҳои мақоми нав мувофиқ шуда, дар доираи ҷорабиниҳои ташкилии техникаи аз ҷиҳати илмӣ асоснокшуда, ки самаранокии истеҳсолотро бо устувори занҷири арзиши иловашуда ва баланд бардоштани дараҷаи коркарди маҳсулот аз ашё то ба маҳсулоти тайёр бурда расонидани онро таъмин карда тавонанд, фаъолият намояд”[3].

Амалисозии бомуваффақи ислоҳоти иқтисодӣ, Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030, Консепсияи рушди саноати Тоҷикистон ва дигар

хуччатҳои барномавии давлатӣ барои ҳамгирии саноати мамлакат ба сохтори саноати ҷаҳонӣ ва суръатбахшии татбиқи навовариҳо ва технологияҳо барои устуворсозии мавқеи саноати Тоҷикистон дар бозори ҷаҳон шароит ва заминаҳои мусоид фароҳам меоварад.

Дар доираи сиёсати пешгирифтаи давлату Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон доир ба дастгирии фаъолияти соҳибкориву сармоягузорӣ дар соҳаи саноат дар замони соҳибистиклолӣ тадбирҳои зарурӣ амалӣ гардида, дар ин самт барои соҳибкорон имтиёзу сабукиҳои зиёд ҷорӣ карда шуданд, ки натиҷаҳои дилхоҳ ба даст оварда шуд.

Дар ин бобат Пешвои миллат, мухтарам Эмомалӣ Раҳмон дар Паёми навбатии хеш чунин қайд карданд: "...дар доираи ҳадафи стратегӣ оид ба саноатикунони босуръат дар панҷ соли охир ҳаҷми маҷмуи маҳсулоти саноатии кишвар аз 27 миллиард ба 53 миллиард сомонӣ расонида шуд, ки қариб ду баробар зиёд мебошад. Дар ин давра дар мамлакат беш аз 2040 корхонаи саноатӣ ва 74 ҳазор ҷойи корӣ таъсис дода шуд.

Танҳо дар соли 2024-ум 740 коргоҳу корхонаҳои нави истеҳсолӣ бунёд гардида, дар ин бахш, дар маҷмуъ, қариб 20 ҳазор ҷойи корӣ ташкил карда шудааст. Суръати миёнасолонаи рушди соҳа дар ин давра дар сатҳи 15 фоиз таъмин гардид, ки бо дарназардошти имконияту иқтидорҳои мавҷуда барои ноил шудан ба ҳадафи саноатикунони босуръати кишвар ҳанӯз нокифоя мебошад. Хотирнишон месозам, ки суръати рушди соҳа ҳар сол на кам аз 20 фоиз бояд таъмин карда шавад" [6].

Бо назардошти рушди рӯзафзуни соҳаи саноат дар кишвар ҳанӯз ҳам баъзе мушкилот ва омилҳои таъсиррасон ба монанди: дараҷаи баланди хавфҳои соҳибкорӣ, мушкилот дар самти ташкили истеҳсолот ва идоракунии фаъолият, ҷалби сармоягузориҳои дохилию хориҷӣ, фоизи баланди қарзҳои бонкӣ ва ғайра ба ҷашм мерасанд.

Ин нуқтаи назар дар Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030 чунин дарҷ гардидааст: "...то ҳол дар кишвар сиёсати миллии саноатӣ вучуд надорад ва дар истеҳсолоти алоҳидаи саноатӣ сатҳи баланди масрафи масолахунҷой ва энергияталаб, инчунин даромаднокии паст бо сабаби мавҷуд набудани коркарди амиқи ашёи хом, сатҳи пасти арзиши иловагии маҳсулот ба назар мерасад. Ҳамзамон дар Тоҷикистон таъсис додани як ҷойи корӣ дар саноат ташкилшуда метавонад даромадро нисбат ба бахши аграрӣ 9,7 маротиба зиёдтар таъмин кунад" [2].

Имрӯз саноати Тоҷикистон ба симои хоси миллии давлати мустақил табдил гардида, ба тамоми хусусиятҳои шакли нав мутобиқ карда шуда, дар доираи ҷорабиниҳои ташкилию техникаи илман асоснокшуда, ки самаранокии истеҳсолотро бо устувории занҷири арзиши иловашуда ва баланд бардоштани дараҷаи коркарди маҳсулот аз ашё то ба маҳсулоти тайёр таъмин карда метавонад, фаъолият менамояд [4].

Таҷрибаи хоҷагии ҷаҳонӣ нишон медиҳад, ки дараҷаи саноатикунони кишвар шартӣ муҳими рушди устувори иқтисодӣ ҳар як давлат мебошад. Бояд таъakkур дод, ки механизми танзим намудани фаъолияти корхонаҳои саноатӣ бояд ҳадафи дастгирӣ ва ҳавасмандгардонии онҳоро пайгирӣ кунанд. Давлат яке аз субъектҳои асосӣ дар танзими соҳаи саноат ба ҳисоб рафта, фаъолияти он ба воситаи сиёсати бомуваффақи таҳиякардашуда барои фароҳам овардани фазои мусоид барои рушди корхонаҳои саноатӣ ва баланд бардоштани самаранокии онҳо нигаронида шудааст [5].

Нақши соҳаи саноат дар захираи пасандозҳо хеле назаррас буда, дар аксар кишварҳо қисми зиёди даромади буҷети ҷумҳуриявӣ ва маҳаллӣ аз ҳисоби он пурра мегардад. Саноат ба рушди иқтисодиёт ҳамчун соҳаи асосӣ хизмат намуда, заминаҳои моддию техникаӣ, технологӣ ва дигар соҳаҳоро ташкил намуда, аҳамияти калони стратегӣ дошта, қисмати асосии сиёсати

содиротию воридотивазкунандаи истеҳсоли молу маҳсулотро дар мамлакат амалӣ менамояд.

Дар ин росто, нақши соҳибкории саноатӣ ва рушду нумуи он аз ҷиҳати боло бурдани ҳаҷми сифати истеҳсоли молу маҳсулот ва таъсиси ҷойҳои нави корӣ хело муҳим аст.

. Таҳлили маълумотҳои оморӣ нишон медиҳад, ки таи солҳои охир саноати мамлакат мунтазам бо суръат рушд ёфта истодааст. Вале, сатҳи рушди соҳибкории саноатӣ дар кишвари мо назар ба нишондиҳандаҳои кишварҳои тараққиқарда тақрибан 20% қафо мондааст. Такмилёбии стратегияи рушди саноат қисми муҳими сиёсати иқтисодии давлат мебошад. Нишондиҳандаҳои асосии рушди саноати Ҷумҳурии Тоҷикистон дар ҷадвали 1 оварда шудааст.

Ҷадвали 1. Нишондиҳандаҳои асосии рушди саноати Ҷумҳурии Тоҷикистон дар солҳои 2016-2023*

Нишондиҳандаҳо солҳо	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2022/ 2016, %
Шумораи корхонаҳо, адад	2043	1999	2161	2164	2283	2397	2802	3453	169,0
Ҳаҷми маҳсулоти саноатӣ бо нархҳои соли 2022, млн. сом.	19650	23835	26362	29841	32467	39221	43025	46857	238,5
Шумораи миёнаи солонаи кормандони саноатӣ-истеҳсолӣ, ҳазор нафар	80,9	86,8	85,6	84,2	84,3	85,3	86,3	87,5	108,2
Ҳосилнокии меҳнат дар саноат, ҳазор сомонӣ	242,9	274,6	308,0	354,4	385,1	459,8	498,6	535,2	220,3
Суръати афзоиш нисбат ба соли 2016, бо %	100,0	113,1	126,8	145,9	158,5	189,3	205,2	238,5	238,5

Сарчашма: Саноати Ҷумҳурии Тоҷикистон. 2023. Агентии омери назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон С.-9.

Таҳлили маълумотҳои ҷадвал нишон дод, ки дар соли 2023 ҳаҷми маҷмуи маҳсулоти саноатӣ (бо нархҳои муқоисавӣ) 46,860 млрд. сомониро ташкил дод, ки ин нишондиҳанда тақрибан 2,4 маротиба нисбат ба соли 2016 зиёд мебошад. Дар соли 2023 миқдори миёнаи солонаи қувваи кории саноатиро истеҳсолии корхонаҳои мамлакат 87,5 ҳазор нафарро ташкил намудааст, ки 8,2% нисбат ба соли 2016 афзоиш ёфтааст. Ҳосилнокии меҳнат дар соҳаи саноат дар соли 2023 нисбат ба соли 2016-ум 2,2 маротиба афзудааст.

Бояд қайд намуд, ки суръати афзоиши ҳосилнокии меҳнат аз суръати ҳуди саноат бо маротиб зиёд аст, ки он аз техникаю технологияи муосир мучахҳаз будани он шаҳодат медиҳад. Ҳаҷми истеҳсоли маҳсулоти саноатӣ аз рӯи соҳаҳои асосии он дар ҷадвали 2. нишон дода шудааст.

Чадвали 2. Ҳаҷми истеҳсоли маҳсулоти саноатӣ аз рӯи соҳаҳои асосии он дар Тоҷикистон, млн. сомонӣ, бо нархҳои дахлдори сол*

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2022 / 2016 %
Тамоми саноат	15090	20029	23894	27613	30890	38829	43025	46857	310,5
Саноати истихроч	3004	4524	4686	4853	4309	8409	8906	9336	310,8
Саноати коркард	9368	11776	13520	15952	19054	22313	26497	28537	304,6
Истеҳсолу тақсими нерӯи барқ, об, газ ва гармӣ	2718	3729	5688	6808	7527	8107	7622	8984	330,5

***Сарчашма:** Саноати Ҷумҳурии Тоҷикистон. 2023. Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. С.-9.

Аз таҳлили омӯзиши нишондиҳандаҳои чадвали 2 бар меояд, ки дар солҳои 2016-2023 ҳаҷми истеҳсоли маҳсулот дар ҳамаи соҳаҳои саноати кишвар 3,1 маротиба афзоиш ёфта, дар зерсоҳаҳои саноати истихроч 3,4 маротиба, саноати коркард зиёда аз 3 маротиба, тақсими электроэнергия, об, газ ва гармӣ 3,3 маротиба афзоиш ёфтааст [1].

Бо ибораи дигар як тамоюли рушди устувори саноат ҷой дорад, ки барои саноатикунонии истеҳсолот мусоидат менамояд. Сохтори соҳаҳои саноати Ҷумҳурии Тоҷикистон дар чадвали 3 оварда шудааст.

Чадвали 3. Сохтори соҳаҳои саноати Ҷумҳурии Тоҷикистон дар солҳои 2016 - 2023, бо %, банди фоизӣ*

	2016	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2022/ 2016, бо %, б.ф.
Тамоми саноат	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-
Саноати истихроч	19,9	19,6	17,6	13,9	21,6	20,7	19,9	-
Саноати коркард	62,1	56,6	57,8	61,7	57,5	61,6	60,9	- 1,2
Истеҳсолу тақсими нерӯи барқ, об, газ ва гармӣ	18,0	23,8	24,6	24,4	20,9	17,7		+1,2

***Сарчашма:** Саноати Ҷумҳурии Тоҷикистон. 2023. Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. с.16. 2024.

Таҳлили нишондиҳандаҳои чадвали 3 нишон медиҳад, ки дар давраи солҳои 2016-2023 дар сохтори саноат чунин дигаргуниҳо мушоҳида карда мешаванд:

- ҳиссаи зерсоҳаҳои саноати истихроч дар соли 2023 нисбат ба соли 2016 бетағйир боқӣ мондааст;
- ҳиссаи зерсоҳаҳои саноати коркард 1,2 банди фоизӣ коҳиш ёфтааст;
- ҳиссаи зерсоҳаҳои истеҳсолу тақсими нерӯи барқ, об, газ ва гармӣ мутаносибан 1,2 банди фоизӣ боло рафтааст.

Дар заминаи ҳамин таҳлил ба чунин хулоса омадан мумкин аст, ки ҷӣ тавре барои рушди зерсоҳаҳои истеҳсолу тақсими нерӯи барқ, об, газ ва гармӣ сармоягузориҳои ватанию хориҷӣ ҷалб гардидаанд ва самарайи хуб ба даст оварда шудааст. Аз ин рӯ, ба зерсоҳаҳои саноати истихроч ва коркард бояд мунтазам ва ҳарҷӣ бештар сармоягузориҳо ҷалб гарданд.

Дар сохтори соҳавии саноати мамлакат бояд ҳиссаи санотии коркард ба 80% расонида шавад, то ин ки қисмати зиёди ашёи хоми ватанӣ дар корхонаҳои саноатӣ то дараҷаи маҳсулоти тайёри истеъмолшаванда истеҳсол гардад. Ин омил имконияти сохтану ба кор андохтани корхона ва коргоҳҳои нав, инчунин зиёд шудани ҷойҳои кори иловагиро фароҳам меоварад.

Дар асоси таҳлили вазъи муосири соҳаи саноат ба хулосаҳои зерин омадем:

1. Саноатикунонии истеҳсолот яке аз омилҳои механизми стратегияи иҷтимоӣ ва иқтисодӣ буда, ҳамаи соҳаҳои зерсоҳаҳои иқтисодиёти миллий, аз ҷумла, соҳаҳои саноати мошинсозӣ, химия, комплекси агросаноатӣ, сохтмон, нақлиёт, соҳаҳои иҷтимоӣ, хизматрасонӣ ва ғайраҳо бояд ғирад.

2. Аз сабаби он ки омилҳои ҷалби сармоя ва сармоягузорӣ имконияти медиҳад, ки якумро ҳамаи соҳаҳои афзалиятноки иқтисодиёти миллиро пурра азнавсозӣ намоем, бинобар ин аз назари мо сохтану ба кор андохтани корхонаҳои истеҳсолиро бо тартиби зилл бояд саноатикунонӣ намуд:

А) Бунёд ва ба кор андохтани корхонаҳои дорои “энергияи сабз”, энергияи обӣ, офтобӣ, шамолӣ ва ғайраҳо ба дарназардошти расидан ба истиқлолияти энергетикӣ ва содироти энергияи обӣ то ба 40% расонида шавад;

Б) Сохтани корхонаҳои нави мошинсозӣ (барои истеҳсоли қисмҳои эҳтиётӣ ба ҳамаи корхонаҳои саноатӣ ғайрисаноатӣ), барои қонеъ намудани талаботи хоҷагии қишлоқ ва саноат, ҳамчунин корхонаҳои саноати химия аз маҳсулоти химиявӣ;

В) Азнавтаҷҳизонидан ва пурра азнавсозӣ намудани корхонаҳои соҳаи агросаноатӣ дар асоси техника ва технологияи каммасрафи муосир барои қонеъ намудани талаботи аҳолии мамлакат аз маҳсулоти озуқа то ба дараҷаи 80-90%;

Г) Ба соҳаҳои хизматрасонӣ, илму маориф, махсусан омӯзишгоҳу мактабҳои олии бояд диққати махсус равона гардад. Барои ташкили саноатикунонии босуръат бояд мо барои тайёр намудани кадрҳо ва мутахассисони соҳаҳои гуногуни истеҳсолоти ватанӣ диққати аввалиндараҷа диҳем. Бо ҳамин тартиб пайдарпай сохтани дигар соҳаҳои иқтисодиёт бояд риоя карда шавад.

3. Барои саноатикунонии босуръат бояд ба инфрасохтори корхонаҳои истеҳсоли ғайриистеҳсолӣ, инчунин таъсис додани марказҳои илмӣ-таҳқиқотӣ, ҷорисозии инноватсияҳо дар истеҳсолот, таъсиси филиалҳои донишгоҳу донишқадаҳо, шӯъбаҳои пажӯҳишгоҳҳои илмӣ-таҳқиқотӣ, корхонаҳои хурди инноватсионӣ, фондҳои венчурӣ (таваккалӣ, алоқаманд бо хавф) ва ғайраҳо диққати махсус дода шавад.

5. Саноатикунонии истеҳсолот бояд ҳатман бо дарназардошти ба назар гирифтани вазъи экологӣ, ҳифзи муҳити зист ва истифодаи техника ва технологияи навтарини соҳа ба сомон расонида шавад.

Ба инобат гирифтани пешниҳоду мулоҳизаҳои болозикр дар асоси саноатикунонии босамари ҳамаи соҳаҳои зерсоҳаҳои истеҳсолоти мамлакат иқтисодиёти миллиро ба як зинаи баланди техникаи технологӣ ва экологӣ боло бурда, имконияти медиҳад, ки бучети маҳаллӣ ва давлатӣ аз ҳисоби бунёд ва ба кор андохтани садҳо корхонаҳои коргоҳҳои нави муосир чандин маротиба афзун намуда, ҷойҳои кори нави таъсис дода мешаванд. Дар ин замина дараҷаи сатҳу сифати зиндагии аҳоли ба як зинаи нави таъдил дода мешавад.

АДАБИЁТ

1. Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон / Вазъи иқтисодии Ҷумҳурии Тоҷикистон январ-декабри 2022, Душанбе 2024. 429 саҳ.
2. Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030. Душанбе – 2016.
3. Стратегияи рушди саноат дар Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030. Душанбе 2018, №159.
4. Саноатикунонии иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон (барномаи таълимӣ). Душанбе, 2019.
5. Ҳамитов М.С., Абдурахмон Ҳ. Самтҳои афзалиятноки рушди соҳаи саноат дар Ҷумҳурии Тоҷикистон. Маводҳои конференсияи байналмилалӣ илмӣ амалӣ дар мавзӯи “Самтҳои асосии ташаккул ва рушди иқтисоди “сабз” дар шароити муосир”. Душанбе, 2023.
6. Эмомалӣ Раҳмон. Паёми Асосгузори сулҳу ваҳдати миллий - Пешвои миллат Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба Маҷлиси Олӣ «Дар бораи самтҳои асосии сиёсати дохилӣ ва хориҷии ҷумҳурӣ» 28.12.2024, ш. Душанбе.
7. Эмомалӣ Раҳмон. Паёми Асосгузори сулҳу ваҳдати миллий - Пешвои миллат Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба Маҷлиси Олӣ. 26.12.2019, ш. Душанбе.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРУКТУРЫ СУБЪЕКТОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДИАГРАММА РАСТЯЖЕНИЯ

Факеров Хамидуллохон Нуриддиновия - д.э.н., профессор ТГФЭУ. Тел.+992907540707

Зубайдов Саидахмад - д.э.н., доцент ТГУК. Тел.+992900201157,

E- mail.ru: zubaydov57@ mail.ru

В статье рассмотрена использования в практике моделирования процессов, происходящих в экономике и ее структурных элементов, на примере жизненный цикл субъектов потребительского рынка сталкивается с некоторыми трудностями. Связи с этим приложена модель диаграммы растяжения, который с помощью ее изучена эластичность спроса и предложения в зависимости от цен и дохода, эластичность предложения по отношению к цене и полного среднего расхода по отношению объема товаров для субъектов потребительского рынка.

Ключевые слова: совершенствования, процесс, моделирования, субъект, потребительский рынок, диаграмма растяжения, жизненный цикл, эластичности спроса, доход.

XXI век, по мнению многих исследователей, полагается эпохой коренных революционных реорганизаций, которые меняют социальную картину мира и движущие силы развития его потребления.

С возрастанием процесса глобализации и сложности народнохозяйственных и региональных проблем, увеличивается значение разработок и использования в практике моделирования процессов, происходящих в экономике и ее структурных элементов. На наш взгляд, можем отметить, что возможности экономико-математических методов, в связи с появлением современных IT- технологий, ограничиваются поисковыми процессами и переработкой больших массивов информации.

В связи с этим настало время больших аналогий, а именно, аналогий экономических процессов с физическими. Под этим утверждением следует понимать методику аналогий экономических процессов реальным физическим процессам, законодательно утвержденным как наукой, так и практикой. Это законы: сообщающихся сосудов; законы Кирхгофа; законы растяжения, сжатия, упругости и другие. При физическом моделировании процессов экономики необходим учет принципиальных особенностей для адекватности разрабатываемых физических моделей реальным экономическим процессам [1].

Современное состояние экономики Республики Таджикистан, в частности, характеризуется высокой степенью неопределенности. Часто решение экономических проблем в различных предприятиях страны производится методом классической прогностики. Использование физических моделей в решении этих проблем помогает преодолеть недостатки классической методологии экономической прогностики.

С другой стороны, в общем, работоспособность элементов конструкции (субъектов потребительского рынка) и машин (отрасли) в значительной степени зависит от механических свойств материалов (товары и изделия, которые готовят субъекты потребительского рынка), из которых они изготовлены. Одна из величин механических свойств является растяжение и сжатие при статистической нагрузке [2]. Под растяжением можно принять жизненный цикл предприятия или организации, которые поставляют товары на ПР, а под сжатием банкротства или оценку жизнеспособности.

Представим, что жизненный цикл субъектов потребительского рынка можно определить при помощи диаграммы растяжения. Это даст возможность получить зависимость жизненного цикла субъектов потребительского рынка, $P(\delta)$ - нагрузки и увеличения срока службы оборудования, выявления потери качества товаров. Это и физический и экономический процессы. Первая - степень равномерной выносливости субъектов потребительского рынка, вторая - жизненный цикл.

Для получения этих зависимостей рассмотрим диаграмму жизненного цикла и растяжения. Они представляют собой нормальный закон распределения. Диаграмма растяжения характеризуется четырьмя отличительными участками (рис.1).

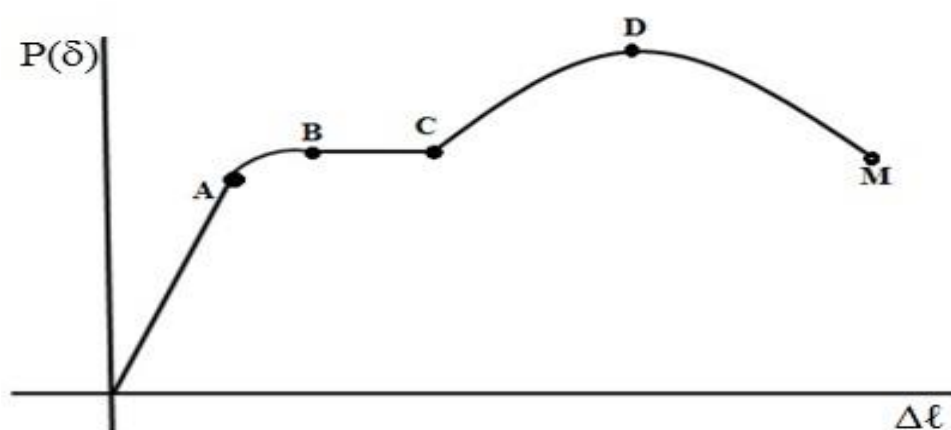


Рисунок 1. Диаграмма растяжения

Анализ налогов и доходов субъектов потребительского рынка, предприятия, среднедушевой совокупный доход населения, использование совокупного дохода населения и потребительских расходов домашних хозяйств и др. по годам (2012-2023гг.) в Республике

Таджикистан показывает, что аналитические графики этих показателей также похожи на эту диаграмму.

Начальный участок диаграммы ОА имеет прямолинейный вид и выражает прямо-пропорциональную зависимость между силой и удлинением. То есть любое предприятие, которое выпускает товары на рынке, свой первый начальный этап проходит поэтому линейному закону. Иными словами, на этом участке справедлив закон Гука. При переходе за точку А справедливость закона Гука нарушается, и прямая ОА переходит в кривую АВ. В образце возникают первые остаточные деформации.

Жизненный цикл субъектов потребительского рынка сталкивается с некоторыми трудностями, то есть кривая АВ плавно переходит в горизонтальную прямую ВС, что указывает на значительное удлинение образца при постоянном или очень незначительном увеличении силы. Это явление называют текучестью материала. Аналогичный этап в экономике характерен текучестью капитала.

На криволинейном участке СД материал снова сопротивляется росту деформаций. Этот участок называют зоной упрочнения, а в экономике - зоной стагнации и формированием устойчивости.

При подходе к точке Д деформация образца характеризуется образованием шейки (местного утончения). При дальнейшем нагружении площадь поперечного сечения образца в районе шейки резко уменьшается, и в точке М образец разрушается. Этот участок носит название зоны разрушения образца. В экономике это банкротство или ликвидация, а в потребительском рынке эластичность спроса и предложения в зависимости от цен, дохода и объёма товаров.

С помощью этой модели можно изучить потребительский рынок, как эластичность спроса и предложения в зависимости от цен и дохода, эластичность предложения по отношению к цене и полного среднего расхода по отношению объёма товаров для субъектов потребительского рынка.

Например, если значение эластичности спроса по отношению к доходу при расчёте по формуле $E_R(q) = q'(I) * \frac{R}{q}$, (где $q'(I)$ - производная функция спроса от дохода, R - потребительский доход, q - доход) положительный, тогда можно говорить о качестве товара, если отрицательный, то товар является некачественным.

Таким образом, предложенный подход, то есть использование физических аналогий (законы) позволяет разработать рекомендации по совершенствованию структуры субъектов потребительского рынка, которая выпускает товары на рынке и оценки результатов их деятельности в новых условиях.

Литература

1. Раджабов Р.К., Зубайдов С. Физико-экономическое моделирование развития потребительского рынка в условиях инновационной экономики: под ред. д-ра экономических наук, профессора Факерова Х.Н. Монография. – Душанбе: «Ирфон», 2023. -214с.
2. Тарг С.М. Краткий курс теоретической механики/С.М.Тарг. – М.: Высшая школа, 1986. - 416 с., ил.

ТАҲҚИҚИ ОМИЛҲОИ ТАЪСИРРАСОН БА МУҲИТИ МАРКЕТИНГИИ КОРХОНА

Толибзода Қобил Қосим - д. и.и., и.в профессори кафедраи иқтисодиёт ва ташкили соҳибкории Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон. Тел: (992) 918618177;

E-mail: tolibov_74@mail.ru.

Абдурахмон Ҳакимзода - н.и.и., и.в. дотсент, мудири кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон. тел: (+992) 907704890,

E-mail: hakimzod-90@mail.ru.

Дар мақола аз ҷониби муаллифони моҳият, аҳамият ва омилҳои таъсиррасон ба муҳити маркетингии корхона дар шароити муосир мавриди омӯзиш ва таҳқиқ қарор дода шудааст. Муаллифони қайд намудаанд, ки дар шароити муосир ва рақобати шадид дар ҳамаи соҳаҳои иқтисодиёт ширкатҳо бояд манфиатҳои барномаи хеш, воситаҳои арзёбии муҳити маркетингӣ ва рақобатиро муайян созанд. Дар шароити ғайри рақобатии рушдбанда ва рақобатпазирии ширкат дар заминаи дигар намоёндагони бозор бояд мунтазам таҳлил карда шавад. Аҳамияти мавзӯи мақола бо он асоснок карда мешаванд, ки омӯзиши амиқ, таҳқиқ ва таҳлили омилҳои асосии муҳити маркетингии корхона, рақобатпазирии ширкат ва истеҳсоли маҳсулотӣ он дар бозор шартӣ муҳимтарини муваффақияти тиҷоратӣ мебошад.

Вожаҳои калидӣ: маркетинг, муҳити маркетингии корхона, макромуҳити маркетингии корхона, микромуҳити маркетингии корхона, мезомуҳити маркетингии корхона, рақобатпазирии ширкат, омилҳои иқтисодӣ, омилҳои сиёсӣ, омилҳои фарҳангӣ.

Муҳити маркетингии корхона самаранокии пешбурди ҳама гуна ғайриқарорати тиҷоратиро муайян мекунад. Бе ин, таъсири омилҳои тарафи сеюмро, ки принципҳои муошират бо мизочон, таъминкунандагон, шарикон ва дигар иштирокчиёни бозорро муайян мекунад, пурра арзёбӣ кардан ғайриимкон аст. Омӯзиши он барои сохтани стратегияи босалоҳият, фаҳмидани он ки низом чӣ гуна кор мекунад ва чӣ гуна муносибат карданро бо он омӯхтан муҳим аст, кӯмак мерасонад.

Муҳити маркетингӣ маҷмӯи хусусиятҳо, субъектҳо ва сохторҳои ташкилӣ мебошад, ки шароити пешбурди ғайриқарорати корхонаро муайян мекунад [3]. Ин муҳитест, ки дар он ширкат ғайриқарорат мекунад ва бо шартҳои он ҳангоми қабули қарорҳо ҳисоб карда мешавад. Он ҳама омилҳоеро дар бар мегирад, ки ба қобилияти ширкат барои робита бо бозор таъсир мерасонанд.

Ин нишондиҳандаи муҳимест, ки бояд пеш аз таҳияи стратегияи маркетинг таҳлил карда шавад. Барои ин усулҳои гуногун истифода бурда мешаванд, ки истифодаи онҳо аз намуди омилҳои таҳлилшаванда вобаста аст. Ғайриқарорати ширкат аз муҳити маркетингии он муайян карда мешавад. Барои инро дар бораи ин муҳит бисёр донишҳои лозим аст ва ба он моҳирона таъсир расонидан лозим аст тағирот, зеро онҳо ба ҳадафҳо, вазифаҳо ва тактикаи гуногуни ширкат таъсир мерасонанд. Вазифаи асосии роҳбарият таъмини самаранокии ниятҳои ташкилот дар муҳити он мебошад, аз ин рӯ муайян кардани ҳолати муҳим аст ширкатҳои имрӯза [5].

Қарорҳои гуногуни ҳукумат, бастанӣ шартномаҳо бо иттифоқҳои касаба, суръати баландӣ рушди технология ва рақибони қавӣ аксар вақт ба ширкат таъсири назаррас мерасонанд.

Корхона ғайриқарорати соҳибкорӣ худро дар бозор бо мақсади ба даст овардани натиҷаҳои назаррас равона намуда, наметавонад бевосита ба омилҳои алоҳидае, ки муҳити муайяни маркетингро муайян месозад, таъсир расонад [2]. Он вазъи таъсири омилҳоро таҳлил намуда, натиҷаҳои онро дар ғайриқарорати маркетингии худ истифода барад. Барои он ки дар сатҳи зарурӣ ин корро амалӣ кунад, пеш аз ҳама корхонаро зарур аст, ки омилҳои асосии таъсиррасон,

хатарҳо ва мушки лот барои корхонаро муайян намуда, ҳамзамон онҳоро дуруст ба ҳисоб гирад, зеро он заминаи имкониятҳои маркетингии корхона ба шумор мераванд.

Муҳити маркетинг ба ташкил ва фаъолият дар соҳаи савдо таъсири бевосита мерасонад. Муҳити маркетинг бо дараҷаҳои таъсир дода мешавад, ки ба фаъолияти маркетингии корхона алоқаманд аст.

Муҳити маркетингии корхона ин маҷмӯи омилҳои мебошад, ки дар дохил ва берун корхона фаъолият намуда, ба фаъолияти истеҳсоли фуруш бевосита ва ё бавасита таъсир мерасонад [1].

Дараҷаи таъсири муҳити маркетингиро аз рӯи принципи таъсиррасонӣ ба дохилӣ ва берунӣ ҷудо мекунанд.

Муҳити маркетинг дохилии ширкат ба имкониятҳои эҳтимолии корхона дар соҳаи маркетинг ва истеҳсолот асос ёфтааст. Мақсади идоракунии дохилӣ аз он иборат аст, ки ширкатро ба тағирот аз муҳити беруна тавассути таърифи ба захираҳои мавҷуда мутобиқ созад.

Моҳияти муҳити дохилӣ унсурҳои дар дохили ширкат ҷойгиршуда дар бар мегирад, ки инҳоянд: фондҳо, шумораи кормандон ва ихтисоси он, захираҳои молиявӣ, касбияти роҳбарон, технологияҳои истифодашаванда, симои ташкилот, таҷрибаи ширкат дар бозор.



Расми 1. Унсурҳои дар дохили ширкат ҷойгиршуда

Унсурҳои берунии муҳити маркетинг ба ду категория тақсим карда мешаванд, зеро онҳо метавонанд ба муҳити макро ва муҳити хурд тааллуқ дошта бошанд. Ин ҳама объектҳо ва рӯйдодҳо дар бар мегирад, ки берун аз корхона ҷойгиранд, аммо ба фаъолияти он таъсир мерасонанд.

Аз ин лиҳоз, ҳамаи робитаи ташкилот бо миёнаравҳо, рақибон, муштарӣ ва таъминкунандагон дохил мешаванд. Ин кори мустақим бо иштирокчиёни бозор аст, ки муваффақияти фуруши маҳсулоти ширкат аз онҳо вобаста аст.

Аз нуктаи назари таҳлил макро ва мезо муҳити маркетингиро ҷудо мекунанд. Макро ва мезо муҳит ба омилҳои таъсири беруна дохил мешаванд. Микромуҳит бошад муҳити дохилии таъсир ба шумор меравад. Муҳити маркетинг бояд омӯхта шуда, новобаста аз он ки корхона

дар кучо воқеъ аст, ба назар гирифта шавад. Дар ин асос бояд доираи васеи омилҳоеро, ки ба самаранокии фаъолияти тичоратӣ дар ҳар як бозори хориҷӣ таъсири мустақим ва бавосита мерасонад, ба низом дароварда шуда, танзим карда шавад. Одатан муҳити маркетинг ба микро ва макромухит чудо мекунад. Инчунин, муҳити маркетингиро ба микро, мезо ва макромухит низ тақсим мекунад.

Макромухити маркетинги корхона ин маҷмӯи шартҳои бозорӣ ва муҳити тичоратӣ дар фазои муайяни иқтисодӣ мебошад [2]. Макромухит бо қисме аз омилҳо, ки назоратшаванда мебошанд, муайян карда мешавад. Масалан, барои корхонае, ки дар соҳаи пешниҳоди соҳаи хизматрасонии сайёҳӣ фаъолият мекунад, макромухит натавонад дар шакли миллию иҷтимоӣ ва иқтисодӣ, балки дар шакли байналмилалӣ таъсир мерасонад. Таҳқиқ ва таҳлили макромухити фаъолияти маркетингии корхона ҳангоми банақшагирии фаъолияти маркетингӣ ва таҳияи стратегияи маркетинг ба назар мерасад.

Ҳамаи омилҳои макромухитро ба идоранашаванда мансуб дониста, ба ҳодисаҳои бузурги умумибашари нисбат додан мумкин аст, ки дар ҳама корхонаҳои мамлакатҳо ва минтақаҳо хос мебошанд. Шароити асосии таъсир – корхона ва макромухит ин таъсири ғайримустақим мебошад.

Омили сиёсӣ - сиёсати давлатӣ, сохтори он, муносибат ба корхона ва тичорат ва устувории низоми давлатӣ мебошад.

Ҷабҳаҳои гуногуни сиёсати давлатӣ фаъолияти маркетингии корхонаро фаро мегирад. Вазъияти сиёсӣ дар мамлакат моҳияти ҷабҳаҳои идиологӣ, самтҳои асосии танзими давлатии иқтисодиёт, озод будани ҳаёти сиёсӣ дар ин ё он дараҷа мебошад, ки ба фаъолияти маркетингии корхона таъсири бевосита мерасонад.

Масалан, барои соҳаи сайёҳӣ вазъи сиёсӣ дар мамлакат омили ҳалкунанда ба ҳисоб рафта, қарорҳои сиёсӣ рушди фаъолияти сайёҳиро муайян мекунад. Чорабиниҳои хусусияти иҷтимоӣ - сиёсидошта метавонад тақозо ва пешниҳодотро дар бозори соҳаи сайёҳӣ идора кунад.

Омили ҳуқуқӣ - омилҳои ҳуқуқӣ фазои ҳуқуқии корхонаро тавсиф медиҳанд. Он баҳри танзим намудани муносибатҳои байни субъектҳои иқтисоди бозорӣ (хоҷагиҳои хонагӣ, давлат ва сохторҳои соҳибқарӣ) равона карда шудааст [4].

Фаъолияти маркетингии корхона бояд талаботҳои қонунҳои маҳаллӣ ва байналмилалиро қонеъ гардонад. Кормандони идораи маркетингӣ ҳангоми қабули қарор бояд меъёрҳои ҳуқуқии танзимкунандаи фаъолияти истеҳсолию фурӯши корхонаро ба инобат гиранд.

Мисол: кормандони корхонаи сайёҳӣ бояд дар доираи Стратегияи рушди сайёҳӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030, Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон “Дар бораи сайёҳии дохилӣ”, Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон “Дар бораи туризм” ва ғайраҳо амалӣ намоянд.

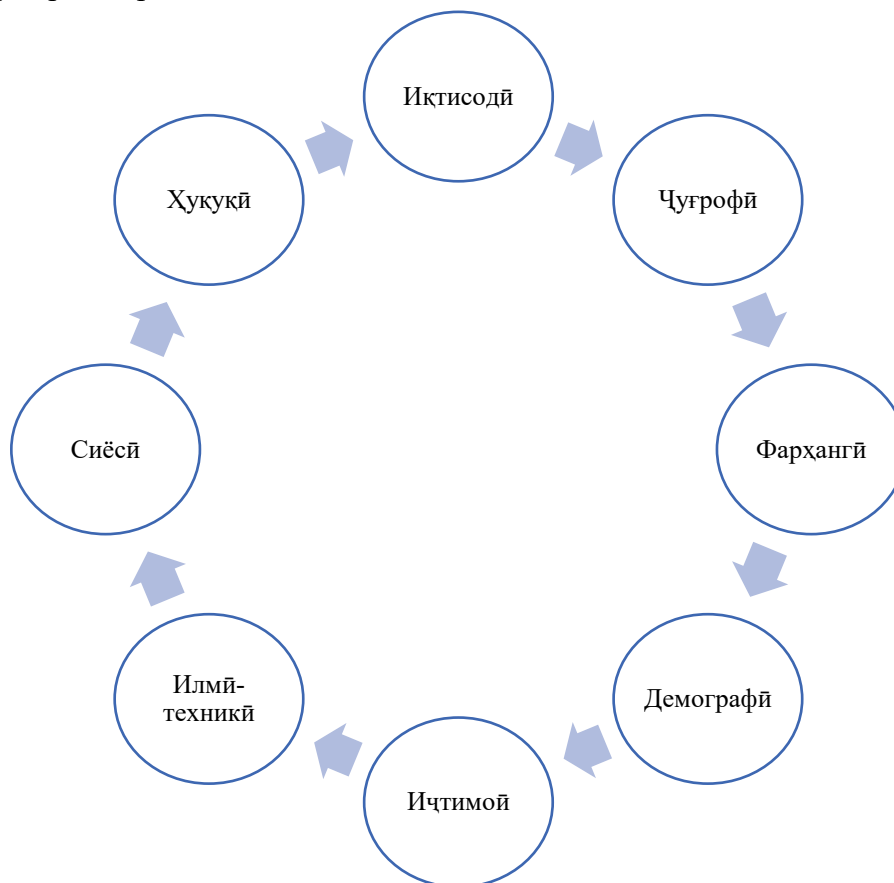
Омили иқтисодӣ - дар худ рушди иқтисодии давлат ва муайян намудани таваррум, бекорӣ, нархи молу хизматрасониҳо, дараҷаи тақсимои даромадҳои қарбӣ, имкониятҳои қарбӣ ва ғайраҳо дар бар мегирад. Корхона метавонад моли худро бомуваффақият дар шароите фурӯшад, ки истеъмолкунанда дорои воситаҳои қифояи пулӣ бошад. Муҳити иқтисодӣ ба рафтори харидории истеъмолкунандагон таъсир мерасонад. Мисол: равандҳои таварруми арзиши воқеии пулро қоҳиш медиҳад.

Омили ҷуғрофӣ - бо ҷойгиршавии мамлакат дар харитаи ҷаҳон, мавҷудияти захираҳои табиӣ, иқлим алоқаманд аст. Фаъолияти корхона аз самаранок истифода бурдани захираҳои мавҷудаи табиӣ вобастагии калон дорад. Ҷойгиршавии мусоиди минтақа ба рушди фаъолияти корхона имкониятҳои навро фароҳам меоварад.

Омили фарҳангӣ - он муҳит ва талаботи истеъмолкунандагонро муайян карда, тарзи ҳаётгузаронӣ, арзишҳо ҷамъиятеро тавсиф медиҳад, ки мо дар он зиндагӣ мекунем.

Ҳар як ҷамъият фарҳанги махсуси худро дорад. Фарҳанг ин омезиши омилҳои гуногун мебошад, ки аз наслҳои калон ба наслҳои хурд дода мешавад ё ба даст оварда мешавад.

Рафтори истеъмолкунандагонро фарҳанг, оила, муассисаҳои таҳсилоти, забон ва ғайра муайян мекунад. Ҷамъият ин маҷмӯи гурӯҳҳои гуногун бо фарҳангҳои гуногун мебошад. Ҳар як ҷамъият рафтори хусусии худро дошта, он муносибати байни динҳо ва миллатҳои гуногунро дар бар мегирад.



Расми 2. Омилҳои асосии макромухити маркетингии корхона

Омили демографӣ - тавсифи оморӣ истеъмолкунандагонро муайян карда, аз чунин нишондиҳандаҳо аз қабилӣ, шумораи аҳоли, сохтори ҷинсӣ сину солӣ, зичии аҳоли, равандҳои муҳоҷират, дараҷаи тавлид ва фавт ва ғайраҳо иборат аст [4].

Ин яке аз омилҳои асосӣ ба ҳисоб рафта, бевосита одамонро дар бар мегирад, ки бозор аз онҳо таркиб ёфтааст. Корхона бояд аҳолиро омӯхта, тақсимот, таркиби сину солиро пеш аз ташаккули стратегияи маркетингӣ омӯзад. Ҳар як гурӯҳҳои ҳадафноки аҳоли дар вобастагӣ аз омилҳои гуногун аз қабилӣ: сину сол, мавқеъ ва ғайра тағйир меёбад.

Омили иҷтимоӣ - омили мазкур ҷамъиятро мутобиқи ба синфҳо ё табақаҳо ҷудо кардан тавсиф медиҳад. Гурӯҳи омилҳои мазкур қишрҳои иҷтимоии ҷамъият, таъсири байниҳамдигарии онҳо, тавофут дар мавқеи иҷтимоӣ иқтисодӣ, усувории иҷтимоӣ ва ғайраро меомӯзад.

Омили илмӣ - техникӣ - аз нуқтаи назари истеъмолкунанда беҳтар намудани технология ин баланд бардоштани сатҳи ҳаёт мебошад. Ҳар як ихтирооти нав бозори нав ва гурӯҳи муштарӣро ташаккул медиҳад. Технология ҳаёти моро беҳтар мегардонад.

Ҳамзамон, он мушкilotи зиёдро ба миён меорад. Мисол: ихтирои мошини ҷомашӯй, миксерҳо ва ғайра ба беҳтар кардани ҳаёти мо оварда расонид, аммо онҳо мушкilotи ҷиддиро ба монанди норасоии иқтисодӣ шабакаҳои барқиро ба миён меоранд.

Мезомухити маркетинги корхона - аз ҷиҳати сохтор дар байни макро ва микромухит қарор дорад. Он қисми муҳити берунӣ буда, вале таъсири бевосита ба фаъолияти корхона

мерасонад. Мезомуҳит аз ашхос ва ташкилотҳо, бонкҳо ва корхонаҳо, ки бевосита ба сифати хизматрасониҳои муштариён таъсир мерасонад, иборат аст.

Омилҳои мезомуҳити маркетинги ширкат аудиторияҳои робитавӣ, гуруҳҳои гуногуни иҷтимоиро дар бар мегиранд, ки онҳо манфиати воқеӣ ё имконпазир дошта, ба қобилияти амалӣ гардонидани мақсадҳои истеҳсолию фурӯш мусоидат мекунад.

Ба омилҳои мезомуҳити маркетинги корхона инҳо дохил мешаванд: [2]

1. Гуруҳҳои молиявӣ (бонкҳо ва ташкилотҳои қарзӣ);
2. Мақомотҳои андоз;
3. ВАО (рӯзнома, радио, телевизион ва ғайра);
4. Ташкилотҳои ҷамъиятӣ (ҳизбҳо, ассосиатсияҳои истеъмолкунандагон, ҷамъияти ҳифзи табиат ва ғайраҳо);
5. Рақибон - он ваколатҳоеро дорад, ки агар кор то ба ҷустуҷӯ ва қонунгардонидани талаботҳои муштариён оварда мерасонад.
6. Таҳвилгарон – яке аз соҳаҳои муҳими муҳити берунии маркетинг ба шумор меравад. Таҳвилгарон метавонанд ҷузъи асосии соҳибкорӣ гардида, мумкин аст, ки ба афзалиятҳои рақобати корхонаҳо мубаддал гарданд.
7. Миёнаравон. Фаъолияти истеҳсоли ва фурӯши корхона ба шабакаи яклухтфурӯшон, дистрибюторҳо (тақимотгарон) ё фурӯшандагон эҳтиёҷ дорад. Миёнаравҳо хизматрасониҳои беҳтарро ҳангоми ба истеъмолкунандагон дастрас намудани маҳсулот таъмин менамоянд.
8. Муштариёни ҷорӣ ва имконпазир. Муштариён метавонанд аҳамияти муҳими ҳаёти барои афзоиш ва рушди устувори корхона гарданд. Барои он ки корхона рушд ёбад, бояд муштариён дарёфт ва тақозои онҳо муайян карда шуда, самаранок қонунгардонидани шавад.
9. Аҳолии маҳаллӣ (сокинони ноҳияҳои наздик дар макони ҷойгиршавии корхона);
10. Истеъмолкунандагони оммавӣ;
11. Кормандони корхона.

Бояд қайд кард, ки аудиторияи робитавӣ, ки дар боло зикр карда шуд, мавқеи миёнаро дар байни муҳити дохилӣ ва берунӣ ишғол мекунад.

Микромуҳит ҳамчун қоида унсурҳои дохилии таъсир буда, фаъолияти корхонаро ба танзим мебарорад ва ба фаъолияти он таъсири бевосита мерасонад. Омилҳои микромуҳит барои ҳар як корхона хос буда, инчунин метавонанд нишондиҳандаҳои мушаххаси иқтисодиро тавсиф диҳанд.

Ба омилҳои микромуҳит инҳо дохил мешаванд: [4].

1. Иқтидорҳои истеҳсолии корхона, яъне базаи моддӣ-техникӣ (таҷҳизот ва техника);
2. Захираҳои меҳнатӣ (шумораи умумии кормандон, вазни қиёсии онҳо аз рӯи гуруҳҳо, ҳайати маъмурӣ ва ҳайати хизматрасон);
3. Харочотҳои музди меҳнат;
4. Харочотҳо оид ба пешбурди фаъолияти тижоратӣ ва хоҷагидорӣ (харочотҳои истеҳсолот ва муомилот, ки барои истеҳсоли маҳсулот ва то ба истеъмолгар бурда расонидани мол);
5. Ҷоида (интиҳой, молиявӣ, натиҷаи бадастовардаи корхона оид ба фаъолияти тижоратӣ ва хоҷагидорӣ);
6. Муҳити равоии коллектив. Ҳамаи дараҷаҳои муҳити маркетингиро таҳқиқ намуда, инро ба инобат гирифтани зарур аст, ки ҳамаи онҳо байни ҳамдигар зич алоқамандӣ дошта, таъсири байниҳамдигарӣ доранд.



Расми 3. Омилҳои микромуҳити дохилии маркетингии корхона

Ҳамин тариқ, сарфи назар аз гуногунии равишҳо, ақидаҳо, андешаҳо оид муҳити маркетингӣ, тамоюли умумии татбиқи он ба назар мерасад. Муҳити маркетингии корхона аз тафсилоти зиёде иборат аст, ки ҳангоми ташаккули стратегия бояд ба назар гирифта шаванд. Таҳлили объективӣ барои фаҳмидани вазъ ва эҷоди як низоми мукаммал, ки ба тағирот ҳам дар сатҳи дохилӣ ва ҳам дар сатҳи муҳити беруна вокуниш нишон дода, кӯмак мерасонад ва дар рушди фаъолияти корхона таъсири мусбати худро мерасонад.

Адабиёт

1. Абдурахмон Ҳ., Шамсов Ф.Т. Маркетинги байналмилалӣ (комплексӣ таълимӣ – методӣ). Чопхонаи КВД “Матбаа”. Душанбе – 2023. 304 саҳ.
2. Абдурахмон Ҳ. Маркетинги байналмилалӣ (воситаи таълимӣ – методӣ). Нашриёти КВД “Матбаа”. Душанбе, 2024. 102 саҳ.
3. Азоев Г. Л., Баранчев В. П., Гунин В. Н., Кибанов А. Я., Ковалева А. М. Управление организацией: учебник для студ. вузов, обучающихся по спец. «Менеджмент организации» / А.Г. Поршнева (ред.). – 4 - е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА – М, 2019. — 736 с;
4. А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова. Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие для бакалавров. Учебное пособие для бакалавров. – М.: Дашков и К°, 2016. - 18 с.
5. Коричкин Е. А. Сущность и значение маркетинговой среды для успешной деятельности предприятий в условиях рынка // Вестник науки. 2024. №2 (71). URL: <https://cyberleninka.ru>.

МЕНЕҶМЕНТИ КАДРӢ ВА ТАШАККУЛИ ТАФАККУРИ РАҶАМӢ

Мирзоалиев Абдурашид Абдунабиевич - д.и.и., дотсенти кафедраи менеҶмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон.

Тел: (+992) 901188080. E-mail: menejment_08@mail.ru

Машокиров Ҷамшед Неъматуллоевич – н.и.и., дотсент, муовини ректор оид ба илм ва робитаҳои байналмилалӣи Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон.

Тел: (+992) 934313131.

Дар мақолаи мазкур масоили менеҶменти кадрӣ дар шароити рақамикунонии иқтисодиёт ва ташаккули мафкураи рақамии инсон мавриди омӯзиш қарор дода шудааст. Бояд зикр намуд, ки дар татбиқи технологияи рақамӣ ва судмандии фаъолият омили инсонӣ нақши калидӣ дорад ва онро ба ҳайси инсони рақамӣ эътироф кардаанд.

Вожаҳои калидӣ: ҷаҳонишавӣ, иқтисоди рақамӣ, менеҶменти кадрӣ, инсони рақамӣ, кадрҳои рақамӣ, IT технологияҳо, стратегия, мутахассисон, захираҳои инсонӣ.

Марҳилаи кунунии ҷаҳонишавӣ бо рушди густурдаи инфрасохтори рақамӣ тавсиф мешавад. Идоракунии кадрҳои рақамӣ як равиши нисбатан нав барои идоракунии кадрҳои ташкилот дар асоси кори системавӣ мебошад, ки он фалсафаи фаъолиятест, ки ба “рақамӣ” асос ёфтааст, ки дар бораи тағйирот ва табдили идоракунии кадрҳо, муқаррар кардани сатҳи нави сифатии рушди соҳа сухан меравад, мавриди баррасӣ қарор дода шудааст. Идоракунии самараноки кадрҳо ба рушди минбаъдаи қувваи корӣ мусоидат мекунад ва ба таъмини шаффофият ва пайвастагӣ дар татбиқи равандҳои идоракунии захираҳои инсонӣ мусоидат менамояд. Дар мақола мушкилоти рушди менеҶменти кадрҳо дар шароити рақамикунонӣ нишон дода шуда, инчунин роҳҳои бартараф кардани мушкилоти муайяншуда дар рушди идоракунии кадрҳои рақамӣ оварда шудааст[2].

Истифодаи технологияҳои рақамӣ боиси тағйироти сифатӣ дар қору фаъолияти кормандон мегардад. Технологияи нав заминаи баланд шудани самарайи меҳнат аст. Дар ин раванд идеяи ҷойи кор тағйир меёбад. Дар баробари ин, истифодаи технологияҳои рақамӣ аксар вақт бо аз даст додани ҷойҳои корӣ ва дар навбати худ боиси афзоиши бекорӣ мегардад. Яке аз мушкилот нарасидани мутахассисони соҳибхтисос барои истифодаи технологияҳои нав мебошад. Рушди равандҳои рақамӣ бо дараҷаи ҷалби кормандон дар онҳо монеъ мешавад. Зарур аст, ки фаҳмиши васеътари воқеияти муосири ҳамкориҳои байни одамон ва технология тавзеҳ дода шавад. Сиёсати ҷамоҳангшуда дар ҳама сатҳҳои идоракунӣ зарур аст. Вазифаи таъхирнопазир аз он иборат аст, ки системаи таълими корхонаҳо бояд ба кулӣ тағйир дода шавад.

Имрӯз, дар марҳилаи кунунии рушди иҷтимоӣ иқтисодӣ тамоюлҳои нави иқтисодиёти рақамӣ ба тамоми соҳаҳои ҳаёт таъсири назаррас доранд.

Дар шароити ҷаҳонишавии муносибату ҳамкориҳо Ҷумҳурии Тоҷикистон рушди барномаи давлатиро дар заминаи иқтисодиёти рақамӣ ҳадафи хеш қарор додааст. Мусаллам аст, ки рақамикунонӣ бо тақия ба зехни сунъӣ ва татбиқи ғояҳои инноватсионӣ ташаккул меёбад.

Ҷорӣ намудани технологияҳои пешрафта ба иқтисодиёти рақамӣ аз баланд бардоштани рақобатпазирӣ то болоравии сифати зиндагии аҳоли таъсир мерасонад, ки аҳамияти тадқиқоти мазкурро муайян мекунад.

Норасоии илмӣ мавзӯи таҳқиқшаванда мавриди омӯзиш набудан дар нашриҳои илмӣ мебошад, ки моҳияти асосҳои концептуалӣ, методӣ ва методологии таъмини кадрҳои иқтисоди

рақамиро пурра ошкор мекунанд. Ҳадафи ин тадқиқот таҳлили мушкилоти бо кадрҳои иқтисоди рақамӣ ва муайян кардани роҳҳои асосии ҳалли онҳо мебошад. Усулҳои таҳлил ва синтез, инчунин усулҳои қадвалӣ ва графیکیи пешниҳоди маълумотҳо ҳамчун усулҳои тадқиқот истифода шуданд.

Дар асоси тағйирот дар фаъолияти инноватсионии давлатҳои пешқадами ҷаҳон, ки дар даҳсолаи охир ба вуҷуд омадаанд, метавон хулоса кард, ки рушди зерсистемаҳои инноватсионии минтақавӣ ва рафъи номунавозунии мавҷуда бидуни трансформатсияи рақамӣ ва бо кадрҳо барои пешрафтҳои технологӣ, ки бо технологияҳои иттилоотӣ алоқаманданд, имконнопазир аст. [1]. Санксияҳо ва вазъи бӯҳронӣ дар иқтисодиёти рақамӣ давлатро барои тавсеаи худ дар соҳаи ИТ ва технологияҳои олий ҳавасманд мекунанд. Стратегияҳои миллии дар самти трансформатсияи рақамӣ - бо кадрҳои иқтисодиёти рақамиро дар бар мегиранд, ки таваҷҷӯҳи хоса дорад. Кадрҳо ҷузъи таркибии иқтисодиёт буда, мувофиқати байни захираҳои инсонӣ барои таъмини фаъолияти тамоми бахшҳои иқтисод (аз рӯи миқдор, сифат ва сохтор) заруранд [5].

Проблемаҳои таъмини кадрҳо дар иқтисодиёти рақамӣ[4]

- ✓ Норасоии мутахассисони дорои салоҳиятҳои амиқ дар иқтисодиёти рақамӣ;
- ✓ Набудани методологияи таҳия ва ташкили системаи самараноки идоракунии захираҳои инсонӣ;
- ✓ Барномаҳои таълимии кӯҳна ва маводҳои таълимӣ, ки рушди салоҳиятҳои калидӣ дар соҳаи трансформатсияи рақамиро пешбинӣ намеkunанд;
- ✓ Мутобиқат накардани барномаҳои таълимӣ ва захираҳои кадрӣ системаи маориф ба талаботи иқтисоди рақамӣ;
- ✓ Набудани ҳамоҳангсозии равандҳои рақамӣ дар соҳаи меҳнат ва таҳсилоти касбӣ;
- ✓ Набудани мутахассисони соҳибхтисос дар соҳаи технологияҳои иттилоотӣ, ки қарорҳои платформаро татбиқ мекунанд;
- ✓ Муҳоҷират ё фирори ақлҳо мутахассисони соҳаи технологияҳои иттилоотӣ;
- ✓ Нокифоягии музди меҳнати мутахассисони соҳаи технологияҳои иттилоотӣ;
- ✓ Сатҳи нокифояи омодагории кадрҳо мутобиқи салоҳиятҳои асосии иқтисодиёти рақамӣ, аз ҷумла кадрҳо барои қор дар муҳити таҳсилоти рақамӣ;
- ✓ Сатҳи нокифояи рақамикунории қори кадрӣ дар хизмати коммуналӣ;
- ✓ Сатҳи нокифояи омодагии кадрҳо барои татбиқи самтҳои Стратегияи табдили рақамӣ;
- ✓ Қабули нокифояи донишҷӯён дар соҳаҳои ИТ;
- ✓ Салоҳиятҳои нокифояи рақамии кормандони давлатӣ (мунисипалӣ) ва кормандони муассисаҳо;
- ✓ Огоҳии пасти хонандагони синфҳои болоӣ ва волидон дар бораи афзалиятҳои интихоби ихтисосҳои ИТ, ки дар бозори меҳнат ниёзи бештар доранд (маъруфияти нокифоя);
- ✓ Проблемаи захираи кадрҳо дар соҳаи ИТ;
- ✓ Интиқоли донишҷӯён ва хатмкунандагони ТИК дар мактабҳои олий;
- ✓ Набудани кафедраҳои таълимӣ ва нарасидани кадрҳои омӯзгорӣ дар соҳаи ТИК;
- ✓ Сатҳи пасти базаи моддию техникии муассисаҳои таълимӣ;
- ✓ Нобаробарӣ байни талаботи бозори меҳнат ба кадрҳои соҳибхтисос дар соҳаи ТИ ва сохтори омодагории кадрҳои дахлдор;
- ✓ Истифодаи нопурраи технологияи таҳсилоти муосир;
- ✓ Сатҳи пасти саводнокии рақамии аҳоли;

✓ Муносибати инфиродӣ ба омӯзиш дар доираи инфрасохтори мавҷудаи таълим пешбинӣ нашудааст;

✓ Набудани муассисаҳои таҳсилоти олии касбӣ дар доираи лоиҳаи “Кадрҳо барои иқтисодиёти рақамӣ” барномаҳои таълимиро амалӣ мекунад;

✓ Набудани имконият барои омӯзиши рӯ ба рӯ дар барномаҳои ҷорӣ барои баланд бардоштани саводнокии рақамӣ;

✓ Набудани ҷойи кор барои мутахассисони ҷавон;

✓ Фарқият байни талаботи корфармо ва сатҳи номзадҳои ИТ.

Тавре ки мебинем, мушкилоти таъмини кадрҳо ба ҳам монанд аст, зеро ҳадафи стратегияи бо кадрҳо таъмин намудани иқтисодиёти рақамӣ қонё гардонидани талаботи бозори меҳнат ба кадрҳои мутавозини оптималии миқдор ва сифат мебошад. Чунин мувозинатро метавон тавассути ҳамкориҳои фаъолонаи субъектҳои бозори меҳнат ва бозори хизматрасониҳои таълимӣ дар соҳаи тайёр кардани мутахассисони соҳаи технологияҳои иттилоотӣ таъмин кард[3].

Рақамикунонии равандҳои кадрӣ натиҷаи табиӣ рушди системаи идоракунии кадрҳо мебошад. Ҷомеаи мо ва муҳити мусоиди инноватсионӣ созанда ба мо имкон медиҳад, ки лоиҳаҳои дар фазои рақамӣ амалишударо татбиқ созем ва аз ҳама асос бо кадрҳои фановариҳои рақамӣ тамоми соҳаҳои иқтисодиётро таъмин намоем. Барои татбиқи ин равиш модели концептуалии рушди идоракунии кадрҳо дар муҳити рақамӣ пешниҳод шудааст. Ин равиш барои коргарон, ташкилотҳо ва давлат муфид аст, зеро ҳамаи иштирокчиёни ин раванд ба талаботи бозори меҳнати муосир беҳтар мутобиқ мешаванд.

Марҳилаи кунунии рушди иқтисоди ҷаҳонӣ бо истифодаи васеи технологияҳои рақамӣ тавсиф мешавад. Ташаккули иқтисодиёти рақамӣ натиҷаи тараққиёти қувваҳои истеҳсолкунанда ва прогресси илмию техники мебошад. Тибқи ҳисобҳои мавҷуда, то соли 2025 40-50% ММД-и кишварҳои пешрафта дар доираи иқтисодиёти рақамӣ ба вучуд меоянд.

1 Равандҳои табдилдиҳии рақамӣ на танҳо ҷорӣ намудани технологияҳои нав, балки тағйиротро дар тамоми системаи идоракунӣ ва алоқаи беруна низ дар бар мегирад. Арзишҳои асосӣ ин иттилоот ва донишанд, ки барандаи онҳо шахс аст. Таъсири технологияҳои рақамӣ ба одамон як раванди ягона нест. Он ҳам ҷанбаҳои мусбат ва ҳам манфиро дар бар гирифтааст. Аз як тараф, рақамикунонӣ бешубҳа як раванди прогрессивӣ барои ширкатҳо ва кормандони онҳост. Таҷрибаи ҷаҳонӣ нишон медиҳад, ки таҳти таъсири технологияҳои иттилоотӣ дар қори кадрҳо тағйироти сифатӣ ба амал меояд. На танҳо характери меҳнат, балки тамоми системаи муносибатҳои меҳнатӣ ҳам тағйир меёбад. Муносибатҳои амудӣ торафт бештар бо муносибатҳои уфуқӣ иваз мешаванд, ки барои ташаккули шарикӣ байни роҳбарон ва кормандон имкон медиҳанд. Дар сохтори кадрҳо тағйирот ба амал меояд. Кормандони дорони малакаҳои рақамӣ нақши махсус мебозанд. Чунин мутахассисон захираи асосии тараққиёти корхона мегарданд.

2 Истифодаи техникаи нав боиси баланд шудани ҳосилнокии меҳнат ва самараи меҳнат мегардад. Масалан, дар соли 2017 лоиҳаи озмоишии автоматикунонии ҷалби кадрҳоро оғоз кард, ки дар натиҷа 113 оператори маркази тамос ва 9 мудирӣ фурӯш ба кор ҷалб карда шуданд. Дар ҳафтаи аввал робот рекрутер дар як моҳ бештар аз 5 рекрутерҳои муқаррариро пайдо кард ва хароҷоти кироя ва вақти пур кардани ҷойҳои холӣ ду баробар кам шуд. Баробари ин имкон дод, ки ба номзадҳои эҳтимолӣ пурратар ва ҳолисона баҳо дода шавад.

3 Рақамикунонӣ концепсияи ҷойи корро тағйир медиҳад. Чунон ки амалия нишон медиҳад, дар як қатор касбҳо қори офисӣ ба қори хонагӣ табдил дода мешавад. Коркунони

собик ба коргарони дурдаст табдил меёбанд, ки кори худро худашон ташкил мекунанд. Дар баробари ин падидае ба миён меояд, ки «муҳоҷирати виртуалӣ» ном дорад. Бо ин, коргарон бидуни тағйир додани ҷои зисти худ, имкон доранд, ки дар ширкатҳои дигар кишвари дигар кор пайдо кунанд ва вазифаҳои меҳнатии худро ба таври фосилавӣ иҷро кунанд.



Расми 1. Менеҷменти рақамӣ ва масоили он

Менеҷменти рақамӣ истифодаи технологияҳо ва воситаҳои рақамӣ мебошад ва бахусус масоилҳои салоҳиятнокии касбию маҳорати махсусро талаб менамояд (расми 1.). Он истифодаи қарорҳои гуногуни нармафзор ва сахтафзор, таҳлили додаҳо ва автоматикунони амалиётро барои баланд бардоштани самаранокӣ, қабулкунӣ дар бар мегирад. қарорҳои огоҳона ва расидан ба ҳадафҳои гузошташуда.

Намунаҳои идоракунии рақамӣ инҳоянд:

✓ Платформаҳои рақамии идоракунии лоиҳа: Инҳо ба мо имкон медиҳанд, ки лоиҳаҳоро идора кунем, вазифаҳо таъин кунем, пешрафтро пайгирӣ кунем ва дар вақти воқеӣ ҳамкорӣ кунем. Намунаи чунин платформа Trello ё Asana мебошад:

✓ Идоракунии равобити муштариёни рақамӣ (CRM): Системаҳои CRM дар идора ва таҳлили маълумоти муштариён, аз ҷумла тафсилоти тамос, таърихи ҳамкорӣ, фаъолиятҳои фурӯш ва маркетинг кӯмак мекунанд. Намунаи чунин система Salesforce ё HubSpot мебошад;

✓ Воситаҳои таҳлили рақамии додаҳо: Онҳо ба шумо имкон медиҳанд, ки маълумотро ҷамъоварӣ кунед, таҳлил кунед ва тафсир кунед, то қарорҳои идоракунии огоҳона қабул кунед. Намунаҳои чунин абзорҳо Google Analytics, Tableau ё Power BI мебошанд;

✓ Системаҳои рақамии HR: Онҳо равандҳои қабул, омӯзиш, арзёбӣ ва идоракунии кадрҳоро автоматӣ мекунанд. Намунаҳои чунин системаҳо мебошанд SAP SuccessFactors, Workday ё BambooHR;

✓ Воситаҳои рақамӣ барои идоракунии равандҳои амалиётӣ: Онҳо ба автоматикунонӣ ва оптимизатсияи равандҳои амалиётӣ ба монанди идоракунии захираҳо, равандҳои истеҳсолӣ ва логистика кӯмак мекунанд. Намунаҳои чунин абзорҳо системаҳои ERP ба монанди SAP, Oracle ё Microsoft Dynamics мебошанд.

Менеҷменти рақамӣ дар тичорати муосир нақши калидӣ дорад ва ба созмонҳо имкон медиҳад, ки самаранокӣ, беҳтар кардани сифати хизмат ва қабули қарорҳои мақсаднокро дар асоси маълумотҳои амиқ қабул намоянд. Он инчунин ба автоматӣ ва содда кардани кор кӯмак мекунад, ки ба кормандон имкон медиҳад, ки ба вазифаҳои бештари стратегӣ ва ноил шудан ба ҳадафҳои ширкатро пайгирӣ намоянд.

Адабиёт

1. Мирзоалиев А.А., Саломова У.Т., Бобохонов С.Ғ., Кабутов Қ.М. Санъати роҳбарӣ (Комплекси таъмирию методӣ). – Душанбе: Файзи борон, 2021. – 164с.

2. Мирзоалиев А.А. Арзёбии рушди рақамии сармояи инсонӣ / А.А. Мирзоалиев // Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. – Душанбе, 2023 №4/1(49) – С. 289-294

3. Мирзоалиев А.А. Нақши кадрҳои касбӣ дар рушди савдои чакана / А.А. Мирзоалиев // Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. – Душанбе, 2023 № 3(48). – С. 120-128

4. Мирзоалиев А.А. Равишҳои методологии идоракунии рушди рақамии сармояи инсонӣ / А.А. Мирзоалиев // Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. – Душанбе, 2022 №4/1(43) – С. 200-2009

5. Ф.Р. Шаропов, А.А. Мирзоалиев, Рақамикунонӣ ва рушди иқтисодӣ кадрӣ / Ф.Р. Шаропов, А.А. Мирзоалиев // Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. – Душанбе, 2023 №1, 2/2(47) – С. 248 – 253.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ В ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ УСЛОВИЯХ

Саидова Мунаввар Хамидовна - профессор кафедры менеджмент, маркетинг и экономика труда Таджикского государственного университета коммерции.

E-mail: saidova-60@mail.ru

В статье рассмотрены теоретико-методические основы управления таможенной службы в трансформационных условиях. Проведен анализ оказания таможенных услуг, установлено, что управление таможенным делом в Республике Таджикистан включает два основных стратегических направления: управление деятельностью таможенной службы Республики Таджикистан и управление ее развитием.

Выявлена структура управления, реализующаяся на уровне Таможенной службы при Правительстве Республики Таджикистан, региональных таможенных управлений, таможен и таможенных постов, которая обеспечивает централизованный распределенный характер управления.

Ключевые слова: управление, процесс, система, механизм, таможенное дело, таможенная служба, услуги, цель, стратегия

В условиях трансформационных изменений формирования институциональной среды развития внешнеэкономической и таможенной деятельности приобретает особую актуальность и решения задачи повышения эффективности таможенного администрирования входит в первый план при оказания государственных услуг, учитывая совершенствование теоретико-методологических аспектов таможенного менеджмента.

Таможенная служба сейчас стал частью государственной системы управления и взаимодействует с другими органами власти всех уровней и является непосредственным участником процесса ВЭД, активно реализует задачи по таможенному регулированию перемещения товарных потоков в Республике Таджикистан, оценивая важности цифровизации [1].

Анализ показывает, что в октябре 2024 г. было принято Постановление Правительства Республики Таджикистан «О цифровизации процессов на таможенных постах», предусматривающий возрастание роли управления таможенных органов с целью решения поставленных перед ними задач [7].

Управление таможенной службы представляет собой синтез теории государственного управления и менеджмента, требующая целенаправленного, систематического и глубокого исследования рассматриваемых и реализуемых таможенных операций.

При этом перед специалистами в области управления таможенного дела ставится важная задача по решению оптимизационных процессов оказания таможенных услуг, описываемых множеством переменных, что требует необходимого уровня обоснования для проведения качественной оценки при принятии управленческих решений.

В настоящее время предъявляются особые требования к руководителям таможенных подразделений, оперативности и качеству их решений, методической и инструментально-технологической базе управления. Спектр принимаемых решений весьма широк: от строго регламентированных оперативных до инновационных решений стратегического характера.

При этом любые акции, предпринимаемые как таможенным инспектором, так и руководителем таможенного органа определенного уровня администрирования должны быть

своевременными, предельно выверенными и доказательными, строго соответствовать законодательству и межгосударственным соглашениям по таможенным вопросам.

Только при эффективном решении указанных фундаментальных вопросов может быть достигнуто положительные результаты для совершенствования механизма управления таможенной службы.

С другой стороны, сотрудники таможенных органов, непосредственно участвуя в процессе таможенного оформления и контроля товаров и транспортных средств, контроля таможенной стоимости и валютных платежей, осуществляя процедуры правоохранительного характера, ведения статистики ВЭД и специальной статистики, проводя специальные таможенные процедуры, реализуют процедуры на основе использования цифровых таможенных технологий [5].

Анализ оказания таможенных услуг показывает, что управление таможенным делом в Республике Таджикистан включает два основных стратегических направления: управление деятельностью таможенной службы Республики Таджикистан и управление ее развитием. В организационном плане современная система управления таможенной службы имеет иерархическую структуру.

В рамках такой структуры управление реализуются на уровне Таможенной службы при Правительстве Республики Таджикистан, региональных таможенных управлений, таможен и таможенных постов. Такая структура обеспечивает централизованный распределенный характер управления [3,4,6].

На каждом уровне управления решается комплекс задач системного характера, осуществляется мониторинг внешней торговли и ее контроль, принимаются и реализуются решения, обеспечивающие эффективное достижение целей таможенного производства на основе принятия научно-обоснованных решений. При принятии таких решений осуществляется идентификация, формализация, анализ, а также поиск множества альтернативных решений.

Кроме того, важными становятся: умение построить и исследовать модели управления таможенных систем, планировать и разработать варианты принимаемых решений, оценивать их последствия, внедрять новые информационные технологии, а также применять электронное декларирование товаров.

С другой стороны, в процессе совершенствование механизма управления таможенной службы прежде всего, развивать его организационную структуру, уточняя выполняемые функции управления финансово-экономической, социальной и административно-хозяйственной деятельностью таможенной службы, находить варианты оптимизации выполняемых операций, присущих процессу управления, совершенствовать информационную аналитическую работу, проектирования вариантов решения, выбора варианта действия, а также организационно-практическую работу (табл.1).

Таблица 1. Распределение операций в процессе совершенствования механизма управления таможенной службы

Этапы управления	Группа операции	Состав выполняемых операций
Цель	Целеполагание Информационная Работа	- Определение и формулирование цели. - Постановка цели. - Корректировка цели. - Добывание, поиск и накопление информации. - Хранение информации. - Первоначальная обработка информации.
Ситуация	Аналитическая работа	- Анализ. - Прогнозирование. - Выявление и формулирование проблемы.
Проблема	Выбор варианта действий (разработка решений)	- Нахождение вариантов действий. - Определение критериев выбора. - Сопоставление вариантов. - Выбор методов управления. - Принятие решения. - Организационное оформление решения.
Решение	Организационно-практическая работа	- Доведение решение до исполнителей. - Разъяснение и уточнение решения. - Контроль и внесение корректив. - Оценка результатов деятельности .

Используя табл.1 нами сформулирован вывод о том, что управление играет важную роль, определяет характер и ход управленческой деятельности таможенных органов в трансформационных условиях. Поэтому в процессе исследования управления таможенной службы целесообразным считаем:

- высокую аналитичность при определении проблемы управления;
- строгое и четкое формирование цели и механизмы управления;
- структуризацию проблем управления, построение дерева целей и блок схем;
- согласование целей с задачами и организационной структурой управления таможенных подразделений;
- совершенствование организационной структуры управления таможенных подразделений и улучшения их взаимодействия с другими госорганами и субъектами ВЭД;
- развитие системы цифровизации и улучшения функционирования Единого окна, ЕСАИ, цифровой и виртуальной таможни;
- повышение эффективности системы подготовки, переподготовки и повышения кадров;
- сочетание программного и целевого типов управления, а также совершенствование динамических характеристик управления и др.

В целом, реализация указанных направлений позволяет совершенствовать механизма управления с учетом развития экспортно-импортных потоков, использованию возможности таможенной службы и экспортного потенциала в трансформационных условиях Республики Таджикистан.

Литература

1. Макрусов В.В., Дианова В.Ю. Таможенный менеджмент: монография / В.В. Макрусов, В.Ю. Дианова. – М.: Изд-во Российской таможенной академии, 2009. – 278с.
2. Раджабов Р.К., Хикматов С.И., Раджабова Н.Р Организация таможенного контроля товаров и транспортных средств. Учебник для вузов (на таджикском языке). - Душанбе: Ирфон, 2021. - 293с.
3. Саидова М.Х. Таможенный менеджмент: учебное пособие /М.Х. Саидова. Душанбе: «Абдурахмон-Р», 2023. – 243с.
4. . Саидова М.Х., Абдукодирзода Дж.К., Зубайдов С. Организация таможенного контроля товаров и транспортных средств в зарубежных странах. / М.Х. Саидова, Дж.К. Абдукодирзода, С. Зубайдов// Вестник Таджикского государственного коммерческого университета (научный журнал) – Душанбе, ТГУК. - 2024, №4 (2). - С. 165-171
5. Саидова М.Х., Холахмади С. Актуальные вопросы институционального развития таможенного дела в Республике Таджикистан/ М.Х. Саидова, Холахмади С. // Материалы межд. научно-прак. конф. “Институциональное развитие таможенной деятельности в современных условиях”. / под ред. д.т.н., профессора Назарзода Х.Х, д.э.н., профессора Раджабова Р.К. – Душанбе: ТГУК, 2025. – С.26-35.
6. Суглобов А.Е., Макрусов В.В. Таможенный менеджмент / А.Е. Суглобов, В.В. Макрусов. – М., 2020. – 349с.
7. Постановление Правительства Республики Таджикистан от 1 октября 2024 года № 529 О цифровизации процессов на таможенных постах.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

Джаббаров Абдусаттор - д.э.н., профессор кафедры Финансы Таджикского государственного университета коммерции Тел: (+992) 907719353,

Файзуллоев Машраб Курбоналиевич - д.э.н., профессор Российско-Таджикского (Славянского) университета Тел: (+992) 918986464,

Дустматов Баходур Муродович - к.э.н., доцент, зав. кафедрой Финансы Таджикского государственного университета коммерции Тел: (+992) 918986464. E-mail: dustmatov1981@mail.ru.

В статье исследуются пути совершенствования и развития сферы услуг в Республике Таджикистан. Выявлены факторы, способствующие ускоренному развитию сферы услуг, и дальнейшего развития в росте производительности труда в результате научно-технического прогресса, создании специализированных фирм по выполнению внедомашних услуг, расширении консультационных услуг и использовании возможностей автоматизации сферы услуг.

Ключевые слова: инновация, сфера услуг, разделение труда, сервисные отрасли, деловые услуги, малое предпринимательство, нанотехнология.

В условиях инновационной экономики закономерностью развития современной цивилизации является превращение сферы услуг в доминирующий сектор национальной экономики. Ускоренный темп роста сферы услуг представляет собой вступление современного общества в постиндустриальную стадию развития. XXI век будет веком информационно-сервисного общества. Роль услуги в удовлетворении материальных и

духовных потребностей людей, в рациональном использовании свободного времени, в самоутверждении и самореализации личности как важнейшей социальной ценности возрастает, а также способствует развитию добывающих отраслей, производства товаров и улучшению интеграционных процессов.

В Республике Таджикистан строительство новой модели экономики включает сложный процесс становления и развития рынка услуг, где особенность природы услуг обуславливает отличие рынка услуг от рынка обычных товаров. Это, в свою очередь, придает специфические черты организации предпринимательства и маркетинга в сфере услуг. Здесь значительную роль играет малое и среднее предпринимательство.

С точки зрения особенностей природы конкретных видов услуг, соотношение рыночных платных и нерыночных бесплатных начал является неодинаковым в различных сервисных отраслях.

Наряду с отраслями сферы услуг, где может действовать рынок свободной конкуренции, существуют сервисные отрасли, где услуги являются объектом жесткого государственного регулирования. Кроме того, есть некоторые услуги, которые не могут быть включены в сферу рыночных отношений и являются частью общественного сектора экономики. Нами значительное внимание уделяется рыночному сектору услуг и особенностям функционирования отраслевых рынков услуг.

Следует отметить, что превращение сферы услуг в доминирующий сектор национальной экономики по производству валового внутреннего продукта и численности занятых получило название сервисной революции. Эти процессы совпали с информационно-технологической революцией. В результате в начале XXI века на смену индустриальному обществу экстенсивного типа приходит информационно-сервисное общество интенсивного типа развития.

Поскольку сфера услуг в основном охватывает малый и средний бизнес в экономики страны, правительству необходимо предпринять действия для улучшения бизнес-климата, например, устранение реальных или воспринимаемых барьеров, связанных с: ведением бизнеса в стране (например, обременительный уровень бюрократии со стороны государства; активное вмешательство государственных органов; текущая регламентирующая система; нестабильность нормативно-правовой базы для ведения бизнеса и т.д.); коррупцией; политическими интервенциями для снижения стоимости и расходов, связанных с доступом к финансированию, что является жизненно важным для развития программы государственно-частного партнерства в стране.

Правительству необходимо предпринять действия для улучшения финансового климата для ГЧП, включая стратегии и политики, направленные на более доступное кредитование для частного сектора, как для местного, так и для иностранного капитала; оказание содействия в получении долгосрочного кредитования для инфраструктурных проектов [5].

Необходимо рассмотрение соответствующих элементов благоприятной среды, в том числе макроэкономические показатели, деловой и финансовый климат, а также управленческая структура, нормативно-правовая база и аспекты регулирования. Проведен анализ отдельных аспектов благоприятствующих условий, имеющих отношение к реализации и развитию сферы услуг и общества в Республике Таджикистан.

Необходимо отметить, что уровень безработицы в Республике Таджикистан в 2023 году составлял 1,8%. В рамках международных стандартов, показатель занимал 16-е место в мире. Однако, реальный уровень безработицы значительно выше. В связи с отсутствием пособия по

безработице, нет причин для идентификации себя в ранге безработного, также в стране распространена неполная - частичная занятость. Многие граждане Республики Таджикистан ищут работу за пределами страны, в частности в Российской Федерации, а переводы трудовых мигрантов являются важным источником капитала для страны. Из всего местного занятого населения 49,8% работают в сфере сельского хозяйства 37,4% в сфере услуг и 12,8% в промышленности.

Таблица 1. Основные показатели ВВП и ВРП по регионам (млн. сомони) [3]

№	Показатели	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2023 г. к 2018г,
1.	ВВП	71059,2	79109,8	83958,3	101076,3	118181,7	130791,5	1,84
2.	ВРП	61368,4	68691,3	73870,5	91932,0	108831,0	123026,8	2,0
3.	Удельный вес к ВВП, в %	89,1	88,8	89,5	92,9	94,0	94,1	5,61
4.	Душанбе	13808,0	15139,2	15570,5	18905,8	22520,7	26406,3	1,9
5.	РРП	11073,5	12287,6	13532,6	17314,1	19173,7	23641,8	2,1
6.	Согдийская область	18343,8	20537,1	21621,9	27465,5	31939,2	35177,4	1,9
7.	Хатлонская область	17107,5	19664,0	22080,5	26967,8	33832,1	36064,7	2,1
8.	ГБАО	1035,6	1063,4	1065,0	1278,8	1365,3	1736,6	1,6

Источник: Статистический сборник Таджикистан: офиц. документ. - Душанбе: АСПРТ, 2024. - 429 с.

Из таблицы 1 видно, что за анализируемый период ВВП выросло на 1,84% Республики Таджикистан, соответственно: ВРП на 2,00 раза; удельный вес ВРП к ВВП на 5,61%; в г. Душанбе на 1,9%; РРП на 2,1 раза; в Согдийской области на 1,9%; в Хатлонской области на 2,1 раза; в ГБАО на 1,6%.

Динамики ВВП Республики Таджикистан показывает планомерный рост экономики и улучшения социального благосостояние населения за последние годы. Эти изменения окажут содействие в трансформации экономики Республики Таджикистана, и поддержат дальнейший рост развития экономики.

Мы считаем, что, улучшение темпа развитие сферы услуг обусловлено влиянием следующих факторов:

- первичным и главным фактором расширения сферы услуг является темп роста производительности труда в результате научно-технического прогресса и на этой основе повышение материального благосостояния людей и улучшение качества их жизнедеятельности;

- в связи с ростом общественного разделения труда изменяется соотношение рабочего и свободного времени, соотношение трудовой и досуговой деятельности. Закономерностью развития современной цивилизации является увеличение объема свободного времени работающих и расширение спроса на различные рода услуги.

В связи с увеличением свободно располагаемого дохода у работающего населения расширяется свобода выбора досуговой деятельности и разнообразными становятся формы использования свободного времени - занятия спортом, участие в культурных, оздоровительных мероприятиях, путешествия, туризм, занятие любительским делом и т. д.;

- с развитием современной цивилизации, углублением интеграционных процессов и

повышением качества жизни людей возрастают требования к охране окружающей среды. С этим связано увеличение объема традиционных услуг по озеленению и благоустройству городов, по водоснабжению и канализации, оказанию жилищно-коммунальных и транспортных услуг и уборке мусора. Появляются новые виды услуг, связанные с утилизацией отходов и улучшением окружающей среды. Усиливающееся стремление к рациональному использованию ограниченных ресурсов породило такие услуги, как прокатная форма обслуживания, торговля по заказу, сетевая организация (ритейл) и т. д.;

- усложняются социально-демографические процессы в современном обществе. В связи с увеличением продолжительности жизни идет процесс старения общества, это влечет за собой рост услуг системы социального обеспечения и здравоохранения. Расходы на медицинские услуги для одного человека пожилого и пенсионного возраста в 3 - 4,5 раза выше, чем для человека молодого возраста.

Происходит интенсивный процесс изменения роли женщин в социально-экономической жизни общества. Расширяется участие женщин в общественном производстве, причем процесс феминизации затронул многие сферы занятости. Социально-экономическая эмансипация женщин сопровождается возрастанием спроса на многие услуги, ранее выполняемые в домашних условиях - приготовление пищи, стирку, уборку квартиры и т. д. Возникла потребность в фирмах, специализирующихся на выполнении внедомашних услуг, ориентированных на домашнее хозяйство;

- более сложной стала диалектика взаимодействия двух противоречивых тенденций развития современного общества: индивидуализации и социальной интеграции людей. С одной стороны, идут процессы индивидуализации условий жизни людей, которые опираются на процессы индивидуализации развития современной техники (миниатюризация информационной технологии, персональные компьютеры и видеосистемы, персональные автомобили и бытовая техника индивидуального пользования и т. д.). Усиливается потребность человека к укладу жизни, связанному с природой, способствующего выражению его индивидуальности;

Взросшая сложность социальной интеграции членов общества расширила спрос на многие деловые услуги, в том числе на юридическую помощь при заключении имущественных сделок, при взаимоотношениях с налоговыми и таможенными службами и т. д.;

- идет интенсивный процесс роста объема основных фондов в домашнем хозяйстве и повышение технической оснащенности. Происходит быстрое моральное старение оборудования и техники домашнего назначения. Появляются новые товары длительного пользования в домашнем хозяйстве.

Высокими темпами идет компьютеризация домашнего хозяйства и создаются возможности осуществлять многие торговые, страховые, рекламные, банковские операции непосредственно на дому. Растет потребность домашнего хозяйства в услугах по ремонту и техническому содержанию сложного бытового оборудования, автотранспортных средств и бытовой техники;

- более высокий рост занятости в сфере услуг по сравнению с промышленным производством объясняется тем, что производительность труда в сервисных отраслях повышается медленнее, чем в индустриальных. Отставание производительности труда в сфере услуг по сравнению с другими секторами экономики связано со спецификой природы услуги и ограниченными возможностями ее автоматизации, внедрения нанотехнологий;

- рост сферы услуг есть отражение процесса углубления общественного разделения труда, процесса отделения ранее существовавших в недрах материального производства услуг от него и превращения их в самостоятельные специализированные виды и отрасли деятельности. Благодаря этому обеспечивается повышение общественной производительности труда.

В целом, мы считаем, что влияние вышеперечисленных факторов способствуют развитию сферы услуг и его основных компонентов в трансформационных условиях в Республике Таджикистан.

Список литератур

1. Закон Республики Таджикистан «О государственно-частном партнерстве» от 28 декабря 2012 года № 907.
2. Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года. – Душанбе: «Шарки озод», 2017. – 103 с.
3. Статистический сборник Таджикистан: офиц. документ. - Душанбе: АСПРТ, 2024. - 429 с.
4. Зайнашева З.Г. Особенности предпринимательской деятельности в сфере услуг / З.Г. Зайнашева, О.С. Мутраков // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2018. – Т. 7, № 1 (22). – С. 195–197.
5. Дустматов Б.М. Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной деятельности в сфере услуг /Б.М. Дустматов, Ш.М. Рахимов// Вестник Таджикского национального университета. - Душанбе: 2015-2/9(190). - С. 66-71.
6. Дустматов Б.М., Холахмади С., Султонов З.С. Особенности инновационного предпринимательства и механизмы влияния / Б.М. Дустматов, Холахмади С., З.С. Султонов // Актуальные проблемы теории и практики бухгалтерского учета, анализ и аудит / VI – Международной научно – практической конференции (19 – 20 мая) ТГУК, Душанбе. 2017. – С. 144-151.
7. Комилов С.Дж. Теория инновационного развития. / С.Дж. Комилов // Монография. – Душанбе: «Шарки озод», 2019. – 264с.
8. Раджабов Р.К. Региональные аспекты развития сферы платных услуг населению в условиях переходной экономики: монография / Р.К. Раджабов. Душанбе: Ирфон, 2013. - 196с.
9. Раджабов Р.К. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития. Монография / Р.К. Раджабов, Х.Н. Факеров, М. Нурмахмадов, М.Х. Саидова. - Душанбе: Дониш, 2007. - 554 с.
10. Саидова М.Х. Проблемы развития физической культуры и спорта в условиях рыночной экономики: теория методология и практика: // под ред. д.э.н., профессора Факерова Х.Н., Раджабова Р.К.- Душанбе: «Ирфон», 2017. -295 стр.

ТАШАККУЛЁБӢ ВА РУШДИ НИЗОМИ МИЛЛИИ ИННОВАТСИОНӢ: ЧАНБАҲОИ НАЗАРИЯВӢ

Муртазозода Ораз - номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсент, муовини якуми директори
Маркази тадқиқоти стратегияи назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. 734025,
Тоҷикистон, ш. Душанбе, хиёбони Рӯдакӣ 89; Тел.: (+992 37) 221-41-63;
e-mail: oraz-2009@mail.ru

Дар шароити ҷаҳони муосир, ки дар он илм, технология ва инноватсия ба муҳаррики асосии рушди иқтисодӣ ва иҷтимоӣ табдил ёфтаанд, ташаккулёбӣ ва рушди низоми миллии инноватсионӣ (НМИ) муҳим арзёбӣ мегардад. Бо дарназардошти ин, муҳимтарин заминаи рушди самарабахши соҳаи инноватсионӣ ташаккули низоми мукаммали инноватсионии милли ба ҳисоб меравад, ки низоми мазкур ҳамчун муҳаррики асосии пешрафти иқтисодӣ ва иҷтимоӣ амал намуда, на танҳо таҳия ва қабули қарорҳои стратегиро дар бар мегирад, балки татбиқи самарабахши онҳоро низ таъмин менамояд.

Вожаҳои калидӣ: инноватсия, саноат, иқтисоди рақамӣ, стратегия, нерӯи илмӣю техникӣ, технологияҳои муосир, соҳаҳои хизматрасонӣ, рақобатпазирӣ.

Ҳарчанд, ки дар Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030 ба сценарияи индустриалию инноватсионӣ, ки ба “бунёди асосҳои рушди инноватсионии иқтисодӣ кишвар дар заминаи гузаронидани ислохот дар соҳаи маориф ва тайёр кардани мутахассисони замонавиро пешбинӣ мекунад” [1] таваҷҷӯҳи асосӣ дода шудааст.

Ҳамзамон, дар Паёми Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон мӯҳтарами Эмомалӣ Раҳмон таъкид шудааст, ки: «...пешрафти ояндаи Тоҷикистон дар шакли индустриалӣ ва инноватсионӣ пешбинӣ гардида, чиҳати татбиқи ин ҳадаф бо истифода аз технологияҳои муосир баланд бардоштани самаранокии саноати коркард ва қобилияти рақобати маҳсулоти ватанӣ бисёр муҳим мебошад» [2]. Ба яке аз унсурҳои муҳими таъмини рушди инноватсиониву индустриалии мамлакат татбиқи технологияи навини иттилоотӣ ва ё технологияҳои рақамӣ маҳсуб мешавад.

Имрӯз мо дар ҷаҳоне умр ба сар мебарем, ки он бо суръати кайҳонӣ рушд намуда, мунтазам талаботи нав ва мураккабро дар назди ҷомеа ва иқтисодиёт мегузорад. Дар ин хусус, олими ватанӣ Ш.М. Раҳимзода қайд менамоянд, ки: “...Ҳоло суръати рушди илму техника ба дараҷае баланд аст, ки қисме аз навъовариҳои он давоми як моҳ ё аз он ҳам камтар кӯҳна мешаванд ва нафъашро фақат онҳое мебинанд, ки имкони истифодаи саривақтиашонро доранд” [3].

Воқеан ҳам, суръати рушди илму техника дар замони муосир ба дараҷае баланд аст, ки бисёре аз навъовариҳо дар муҳлатҳои хеле кӯтоҳ кӯҳнашаванда мегарданд. Ин раванд ба таври ғавқулода пайомадҳои иқтисодӣ, иҷтимоӣ ва фарҳангӣ дорад, ки моҳияти онро барои ҳамаи соҳаҳои зиндагии инсон нишон медиҳад. Аз ин лиҳоз, навъовариҳои техникӣ барои пешбурди ҳаёти инсон нақши басо муҳим мебозанд. Масалан, технологияҳои рақамӣ ва зеҳни сунъӣ ба мо имкон медиҳанд, ки равандҳои мураккаби истеҳсолот ва идоракуниро ба таври самараноктар ва зудтар амалӣ намоем.

Феълан, ташаккулёбӣ ва рушди низоми миллии инноватсионӣ равандест, ки ба ҳамкориҳои доимии унсурҳои гуногун таъя мекунад. Дар ин раванд, истифодаи самараноки дониш, захираҳо ва имкониятҳои мавҷуда аҳамияти калидӣ дорад.

Омӯзиши ҷанбаҳои назариявӣ ва амалии ин масъала метавонад барои таҳияи стратегияи миллии рушди инноватсионӣ заминаи бозғамӣ фароҳам оварад. Бо дарназардошти ин, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон санаи 28 декабри соли 2024 зимни ироаи Паёми навбатии худ ба Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон қайд намуданд, ки "...чиҳати вусъат бахшидан ба равандҳои инноватсионӣ ва истифодаи ҳамаҷонибаи имкониятҳои технологияҳои рақамӣ дар иқтисодиёт пешниҳод менамоем, ки солҳои 2025 – 2030 «Солҳои рушди иқтисоди рақамӣ ва инноватсия» эълон карда шаванд» [4].

Мусаллам аст, ки эълон кардани солҳои 2025-2030 ҳамчун «Солҳои рушди иқтисоди рақамӣ ва инноватсия» метавонад қадами муҳим ва стратегӣ барои ҳавасмандгардонии пешрафти иқтисодиёт ва рушди технологияҳои муосир бошад. Зеро эълони ин солҳо ҳамчун давраи махсус, таваҷҷуҳи роҳбарияти олии кишвар, бахши хусусӣ ва ҷомеаро ба татбиқи технологияҳои муосир, дастгирии стартапҳо ва ҷалби сармоягузориҳо ба бахши инноватсияҳо равона мекунад.

Маҳз бо эълони ин солҳо, кишвар метавонад таваҷҷуҳи шарикони байналмилалиро беш аз пеш ҷалб намуда, иқтисодиётро аз чиҳати рақобатпазирӣ ва устуворӣ дар оянда таъмин намояд.

Чуноне, ки дар боло ишора намудем, ҷаҳони муосир воқеан бо суръати бешбаҳал ба сӯи рақамикунӣ ва татбиқи технологияҳои инноватсионӣ пеш меравад. Дар ин раванд, Тоҷикистон низ бо таваҷҷуҳ ба имкониятҳои худ ва истифодаи фановариҳои муосир барои рушди иқтисоди рақамӣ ва дастгирии инноватсияҳо қадамҳои устувор мегузорад. Зеро рушди иқтисоди рақамӣ ва инноватсияҳо як ҷузъи калидии стратегияҳои рушд барои иқтисодиёти миллии мебошанд.

Аз ин лиҳоз, рушди иқтисоди рақамӣ ва инноватсия талаб мекунад, ки бо дарназардошти ҷанбаҳои гуногуни иҷтимоӣ, иқтисодӣ ва технологӣ стратегияҳои мукамал ва ҳамоҳангшуда таҳия карда шаванд. Стратегияҳои асосӣ ва принсипҳои рушди иқтисоди рақамӣ ва инноватсия дар расми 1 оварда шудааст.

Роҷеъ ба расми 1 метавон гуфт, ки рушди иқтисоди рақамӣ ва инноватсия на танҳо имкониятест барои такмили самаранокӣ ва рушди иқтисодӣ, балки воситаи муҳиме барои таъмини рақобатпазирӣ, истиқлолияти технологӣ ва ҳалли мушкилоти стратегӣ мебошад. Барои Тоҷикистон низ муҳим аст, ки бо татбиқи стратегияҳои муассир дар ин самт, ба равандҳои ҷаҳонӣ ҳамқадам бошад. Барои кишвари мо – Тоҷикистон, муҳим аст, ки бо истифода аз фурсати мавҷуда ба ин раванд ҳамқадам бошад. Мо метавонем ва бояд дар ин самт пешсаф бошем.

Дар чунин шароит, татбиқи стратегияҳо ва принсипҳои рушди иқтисоди рақамӣ ва инноватсия бо дарназардошти низоми миллии инноватсионӣ нақши калидӣ мегирад. Бинобар ин, татбиқи стратегияҳои мушаххас ва риояи принсипҳои рушди рақамӣ ва инноватсионӣ метавонанд Тоҷикистонро дар канори кишварҳои пешрафта қарор диҳанд ва ба рушди устувори иқтисоди миллии мусоидат намоянд.

Илова бар ин, дар соҳаи инноватсионӣ вобаста ба масъалаи ҳамгирӣ байни субъектҳои соҳибкорӣ ба таҷрибаи кишварҳои хориҷӣ тақия намудан муҳим арзёбӣ мегардад, ки имрӯз дар амалияи ҷаҳонӣ се намуди модели ҳамгироии илм, маориф ва тиҷорат ба таври васеъ истифода мешаванд, ки ҳар кадом дорои хусусиятҳо ва равишҳои муайян мебошанд, гарчанде ки ҳамаи онҳо барои рушди инноватсия ва тавсеаи иқтисодиёту иҷтимоӣ таҷрибаи муҳим мебошанд. Ин моделҳо аз ҳамдигар бо назарияҳо, механизми ҳамкорӣ, сатҳи ҷалби субъектҳо ва натиҷаҳои интизорӣ фарқ мекунанд.



Сарчашма: таҳия дар асоси адабиётҳои соҳа

Расми 1. Стратегияҳо ва принципҳои рушди иқтисоди рақамӣ ва инноватсия [5]

Ҳар яке аз ин моделҳо бо назар ба хусусиятҳои муҳити иҷтимоӣ, иқтисодӣ ва сиёсӣ, инчунин ҳадафҳои стратегии кишварҳо ва корхонаҳо, дар амалия ва сиёсати рушди инноватсионӣ мавриди истифода қарор мегиранд ва нақши муҳим дар рушди ҳамгироии илм, маориф ва тичорат доранд. Барои таъмин кардани самарабахшии онҳо дар оянда, муҳим аст, ки қобилиятҳои инноватсионӣ ва мақсадҳои иштирокчиёни асли дар раванди ҳамгироӣ дар назар гирифта шаванд. Бинобар ин, Р.К. Раджабов ва Б.Х. Нурдинов имкониятҳои истифодаи модели интегратсияи илм, маориф ва тичорат дар Тоҷикистон ибраз намудаанд.

Аз ҷадвали 1. метавон хулоса намуд, ки сиёсати ҳамгироии саноат дар Тоҷикистон марҳилаи муҳим ва зарурӣ барои рушди иқтисоди миллий мебошад. Бо дарназардошти тамоюлҳои ҷаҳонӣ ва эҳтиёҷоти миллий, ин раванд ба ташаккули муносибатҳои ҳамоҳангшуда байни субъектҳои хоҷагидорӣ равона шудааст. Ҳамгироии инноватсионӣ ба ивазшавии муносибатҳои рақобатӣ бо дигарон мусоидат намуда, ҳамкориҳои васеи субъектҳоро дар сатҳҳои гуногун, аз машварат то идоракунии истеҳсолот фаро мегирад.

Ҷадвали 1. Имкониятҳои истифодаи модели интеграцияи илм, маориф ва тичорат дар Тоҷикистон

№	Намуди модели интеграция	Хусусият	Тадбирҳои истифодаи намудҳои моделҳои интеграционӣ дар Тоҷикистон
1	Амрикоӣ	Донишгоҳи тадқиқотӣ дар ин навъи ҳамгирӣ нақши калидӣ мебозад.	Баланд бардоштани сатҳи илмҳои донишгоҳӣ, навосии нерӯи илмӣ ва инноватсионии муассисаҳои таҳсилоти олии касбӣ, фароҳам овардани шароит ва заминаҳои зарурӣ барои баланд бардоштани сифати хизматрасонии таълимӣ ва ғайра зарур аст.
2	Чопонӣ	Дар ин навъи ҳамгирӣ давлат нақши асосиро мебозад.	Давлат бояд ба институтҳо ва ташкилотҳои илмӣ ғрй расонад, то ки онҳо самарабахш кор карда, дар ҳамин асос самараи кори онҳоро зиёд кунанд. Дар баробари ин ба истифодаи самараноки маблағҳое, ки аз буҷети давлатӣ дар соҳаи тадқиқоти илмӣ ҷудо карда мешаванд, диққат додан лозим аст.
3	Омехта	Дар ин навъи ҳамгирӣ сохторҳои технопарк нақши калидӣ мебозанд.	Бояд ба дастгирии инфрасохтори рушди инноватсионии кишвар таваҷҷӯҳ зоҳир кард. Дар ин замина бо ҷалби муассисаҳои таҳсилоти олӣ, пажӯҳишгоҳҳои илмӣ ва бахши хусусии иқтисодиёт бунёди минтақаҳои замонавии технологӣ муҳим аст. Давлат дар ин раванд бояд ҳамчун кафили асосӣ баромад кунад ва ғайра.

Сарчашма: таҳияи муаллиф дар асоси адабиёти соҳа [6]

Нақши асосии бозор дар ин раванд таъмини мутобикшавии устувори занҷирҳои истеҳсолӣ ва тақсироти самараноки ресурсҳо мебошад, ки ба баланд бардоштани самаранокии истеҳсолот, таҳкими рақобатпазирӣ ва рушди устувори иқтисодии кишвар мусоидат мекунад. Ҳамин тариқ, ҳамгирии инноватсионӣ як воситаи калидии рушди стратегии иқтисоди Тоҷикистон мебошад. Пас дар шароити ҷаҳони муосир рушди иқтисоди рақамӣ ва инноватсияҳо як амри зарурист ва таҳкими низомии миллии инноватсионӣ шарти асосии дастбӣ ба ин ҳадаф мебошад.

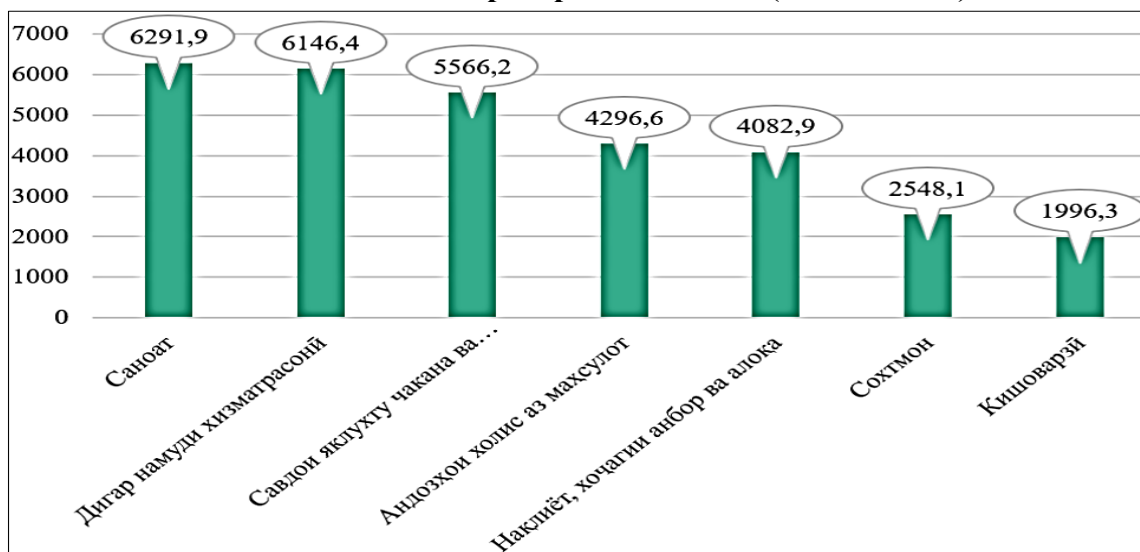
Дар шароити муосир нақши инноватсия дар баланд бардоштани рақобатпазирӣ корхонаҳои саноатӣ муҳим арзбӣ мегардад. Навоварӣ муҳаррики асосии таъминкунондаи рушд ва воситаи асосии ҳалли масъалаҳои соҳаи саноати Ҷумҳурии Тоҷикистон ба шумор меравад.

Дар ин замина саноати инноватсионӣ дар рушди иқтисоди миллий нақши асосӣ дошта, ба рақобатпазирӣ, таъсиси ҷойҳои нави корӣ ва баланд бардоштани сатҳи зиндагии мардум мусоидат мекунад [7]. Ҳарчанд, метавон ба набудани талаботи кофии пардохтпазир ба инноватсия дар бахши воқеии иқтисодиёт ишора намуд, ки ширкатҳо ва корхонаҳо имкони молиявии кофӣ барои ҷорӣ намудани технологияҳои навро надоранд. Ин ҳолат боиси кам будани рақобатпазирӣ маҳсулоти миллии саноатӣ мегардад, ки дар ниҳоят рушди иқтисодиётро маҳдуд месозад.

Аммо бо татбиқи сиёсатҳои созандаи роҳбарияти олии кишвар давоми моҳҳои январ-март соли 2025-ум ҳиссагузори бештар дар рушди иқтисодиёт ба соҳаҳои истеҳсолӣ ба

андозаи 1,8 банди фоизӣ ва ба соҳаҳои хизматрасонӣ 5,3 банди фоизӣ рост меояд, ки дар диаграммаи 1 оварда шудаанд.

Диаграммаи 1. Нишондиҳандаҳои кӯтоҳмуҳлати рушди соҳаҳои асосии иқтисодӣ дар давоми моҳҳои январ-март соли 2025 (млн. сомонӣ)



Сарчашма: Вазъи иҷтимоию иқтисодии Ҷумҳурии Тоҷикистон январ-март, 2025. саҳ. 11. Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон.

Муҳимтар аз ҳама, дар моҳҳои январ-март соли 2025 ҳаҷми истеҳсоли маҳсулоти саноатӣ ба маблағи 6291,9 миллион сомонӣ расид, ки 20,3 дарсади маҷмӯи маҳсулоти дохилии (ММД) кишварро ташкил медиҳад. Ин нишондиҳанда бозгӯи он аст, ки соҳаи саноат дар пешбурди иқтисодиёти кишвар нақши калидӣ мебозад. Маҳз дар “СМР-2030” соҳаи саноат яке аз самтҳои афзалиятнок шинохта шудааст. Стратегия ин соҳаеро муаррифӣ мекунад, ки на танҳо молу маҳсулоти зарурӣ тавлид мекунад, балки ҳамчун муҳаррики асосии рушди иқтисодиёт, татбиқкунандаи ҳадафҳои рушди устувор ва баланд бардоштани сатҳи рақобатпазирии кишвар дар шароити ҷаҳонишавӣ хидмат мекунад.

Лозим ба ёдоварист, ки яке аз масъалаи муҳими иқтисодиёти ба дониш таъякунанда рушди ҳамгирӣ дар байни субъектони гуногуни раванди инноватсионӣ ба ҳисоб меравад. Он яке аз воситаи муҳими ташаккул додани экосистемаи саноатӣ ба ҳисоб рафта, асоси онро шарикӣ муассисаҳои илмӣ, корхонаҳои саноатӣ, давлат ва дигар субъектони фаъолияти иқтисодӣ ташкил медиҳад. Инноватсия дар саноат, ки ба қабул кардани технологияи нав, усулҳои муосир ва моделҳои нави фаъолияти тичоратӣ дахл дорад, метавонад барои татбиқи стратегияҳои самарабахши рушди иқтисодӣ ва устувории экосистемаи саноатӣ кӯмак кунад. Барои ноил шудан ба ин ҳадафҳо, муҳим аст, ки ҳамкорӣ миёни ҳамаи ҷонибҳо ҳамоҳанг ва бо стратегияҳои миллии рушд мутобик бошад.

Ба андешаи мо, иқтидори инноватсионӣ ва азнавсозии техникаву технологияи корхонаҳои бузурги саноатии кишвар асоси ташаккулёбии низоми саноати миллиро ташкил намуда [8], дар ин замина нақши экосистемаи саноатӣ дар рушди иқтисодӣ ва иҷтимоии кишварҳо муҳим арзёбӣ мегардад. Ин раванд дар пешрафтҳои технологӣ, тақмили сифати маҳсулот, беҳтар кардани хизматрасонӣ ва афзун намудани рақобатпазирӣ мусоидат мекунад.

Бо таъя ба нуктаҳои асосии Паёми навбатии ироагардидаи Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ, Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ба Маҷлиси Олии ҷумҳурӣ «Дар бораи самтҳои асосии сиёсати дохилӣ ва хориҷии ҷумҳурӣ»,

панҷсолаи оянда барои рушди иқтисоди рақамӣ бояд ба самтҳои зерин таваҷҷуҳи аввалиндараҷа зоҳир гардад:

“ – якум, такмили ғаврии заминаҳои ҳуқуқӣ ва қабули санадҳои дахлдор дар самти гузариш ба иқтисоди рақамӣ;

– дуум, то шабакаҳои панҷ – қӣ (5G) инкишоф додани инфрасохтори рақамӣ, рушди марказҳои коркарди маълумот, таъсиси маҳзани мукаммали миллии маълумот;

– сеум, рақамикунонии пурраи хизматрасониҳои давлатӣ ва ташкили маҳзани ягонаи хизматрасониҳои давлатӣ;

– чорум, рушди сармояи инсонӣ бо роҳи омӯзиш ва бозомӯзии кадрҳо доир ба технологияҳои иттилоотӣ дар дохил ва хориҷи кишвар ва баланд бардоштани маърифати истифодаи технологияҳои рақамӣ;

– панҷум, истифодаи васеи зехни сунъӣ дар пешниҳоди хизматрасониҳо ва низоми бақайдгирии давлатӣ;

– шашум, андешидани чораҳо дар самти таъмин намудани амнияти киберии маҳзанҳои маълумот;

– ҳафтум, ташаккул додани соҳибкориҳои рақамӣ ва рушди савдои электронӣ” [9].

Метавон гуфт, ки таваҷҷуҳ ба самтҳои зикршуда метавонад ба рушди иқтисоди рақамӣ ва таҳкими рақобатпазирии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар арсаи байналмилалӣ мусоидат намояд. Дар баробари ин, тадбирҳои пешниҳодшуда ба баланд бардоштани самаранокии хизматрасониҳо, таъмини амнияти иттилоотӣ ва фароҳам овардани ҷойҳои нави корӣ равона шудаанд.

Ҳамин тавр, ташаккулёбӣ ва рушди низоми миллии инноватсионӣ ва ҳамгироии инноватсионӣ мавзӯҳои доништа мешаванд, ки бо муҳити рушд ва инноватсия дар саноат ва таъсири он ба ташаккул ва эҷоди экосистемаҳои инноватсионӣ ва иқтисодӣ робитаи зич дорад. Зеро инноватсия метавонад ҳамчун омили муҳим барои рушди кишварҳо ва таъмини пайвастагии бозорҳои миллий ва ҷаҳонӣ амал кунад. Бо ин вазъият, чунин экосистемаҳо имконият фароҳам меоранд, ки тавассути мубодилаи таҷриба, маълумот ва захираҳо барои беҳтар кардани самаранокии маҳсулот ва хизматрасонӣ ба якдигар таъсир расонанд.

Аз ин рӯ, ҳамгироии инноватсионӣ дар саноат метавонад ҳамчун фишанги рушд амал кунад, ки натиҷаҳои мусбат, аз қабили рушди маҳсулоти нав, беҳтаршавии сифати хизматрасонӣ, рушди иқтисоди ватанӣ ва баланд шудани арзиши илмию технологӣ барои бозорро таъмин мекунад.

Дар маҷмӯъ, ҳалли як қатор масъалаҳо дар ин самт ба манфиати кор хоҳад буд. Аз ҷумла, кишварҳо бояд механизмҳои дастгирии навъовариҳои устуворро таҳия намоянд, дар соҳаҳои муҳими тадқиқотӣ сармоягузорӣ кунанд ва низомҳои омӯзишу такмили ихтисосро барои оморасозии кадрҳои баландихтисос рушд диҳанд. Танҳо тавассути чунин муносибат мо метавонем аз суръати рушди илму техника ба таври самаранок истифода барем ва манфиатҳои онро барои тамоми ҷомеа таъмин намоем.

Бо итминони комил метавон гуфт, ки танҳо бо ҳамкориҳои зич ва ҳамроҳангӣ метавонем шароитро фароҳам созем, ки дониш ва технологияҳо дар хизмати мардум бошанд. Аз ин лиҳоз, ташаккули низоми миллии инноватсионӣ – на танҳо вазифаи як бахши алоҳида, балки масъулияти муштарак мебошад. Дар ин росто, тақвияти ҳамкориҳо на танҳо шароити мусоид барои рушди технологияҳо ва татбиқи онҳо дар иқтисодиётро фароҳам меорад, балки ба механизмҳои таъмини рақобатпазирии маҳсулоти миллий дар бозори ҷаҳонӣ заминаи мусоидро фароҳам меорад.

Адабиёт

1. Паёми Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ба Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи самтҳои асосии сиёсати дохилӣ ва хориҷии ҷумҳурӣ». 22.12.2017, ш. Душанбе, [Захираи электронӣ] <https://www.president.tj>.
2. Паёми Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ба Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи самтҳои асосии сиёсати дохилӣ ва хориҷии ҷумҳурӣ». 28.12.2024, ш. Душанбе, [Захираи электронӣ] <https://www.president.tj>.
3. Бобоев Ҷ.И. Таъмини амнияти озуқаворӣ ва саноатикунории босуръати иқтисодиёт омили муҳими рушди устувор [Захираи электронӣ] <https://mts.tj>.
4. Мирсаидов А.Б., Муртазозода О. Идоракунии инноватсионии рушди корхонаҳои саноатӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон / А.Б. Мирсаидов, О. Муртазозода // Паёми Донишгоҳи давлатии тибқи Тоҷикистон. – 2025. – №. 1(56). – Р. 245-255. – EDN RFHGUL.
5. Муртазозода О. Душанбе - пешоҳанги рушди саноати ватанӣ ва татбиқи босамари ҳадафҳои стратегӣ / О. Муртазозода // Тоҷикистон ва ҷаҳони имрӯз. – 2024. – №. 3(87). – С. 120-129.
6. Раджабов Р.К. Интеграция науки, образования и бизнеса - новая парадигма формирования экономики инноваций в Республике Таджикистан / Р.К. Раджабов, Б.Х. Нурдинов // Экономика Таджикистана. – 2020. – № S4-1. – С. 24-28.
7. Раҳимзода Ш. Ҷаҳонишавӣ ва рушди иқтисоди миллӣ / Ш. Раҳимзода. – Душанбе: Эр-граф, 2019. – 219 р. – ISBN 978-99975-928-8-0. – EDN RJGZYJ.
8. Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030. – Душанбе. – 2016 аз 01.12.2016, - №636. с.19.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОСИСТЕМЫ: ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ

Нурдинов Бахриддин Хизралиевич – кандидат экономических наук, начальник отдела сбалансированного развития регионов Государственного учреждения «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономического развития и торговли Республики Таджикистан». Адрес: 734042, Республика Таджикистан, Душанбе, улица Айни 14а Телефон: (+ 992) 988873383. E –mail: bahriddin_11@inbox.ru

Рассмотрены основные критерии и показатели эффективности функционирования региональных инновационных экосистем. Отмечено, что эффективностью является сочетание количественной и качественной характеристики системы, отражающей ее способностей создавать новые ценности для экономики и общества в целом. В основе обеспечения эффективности функционирования региональной инновационной экосистемы положены совокупные подходы, методы и методологические инструментариумы по обоснованию критериев организации инновационной деятельности в соответствии с государственной политики управления экономикой, элементов рыночной среды и формированию системы показателей его развития с учетом количественных и качественных индикаторов роста региональной экономики.

Ключевые слова: инновационная система, экосистемное развитие, инновационная экосистема, эффективность, показатель, региональная инновационная экосистема, инновационный проект, интеграция, регион, инновационная среда и др.

Успешное социально-экономическое развитие региона тесно связано с переходом к целостной системе организации и управления инновационной деятельностью на мезоуровне.

Данный вопрос в Таджикистане до сих пор недостаточно рассмотрена, что требует принятия соответствующего решения. Наиболее важным инструментом решения этой задачи выступает совершенствование методологии управления региональных инновационных экосистем (РИЭ) на базе уточнения критериев и показателей эффективности их функционирования, специфика которой проявляется как «...способность к созданию новых технологий и инноваций при заданном уровне затрат» [8, 218].

При этом важно, чтобы региональные затраты по поддержке инновационной деятельности, источником которой могут быть, как государственный бюджет, так и средства частного сектора, должны совпадать точно с целью и задачами программы социально-экономического развития регионов страны.

Такой подход к управлению регионального развития, с одной стороны, позволяет точечное финансирование научно-исследовательских работ, а с другой – повысить эффективность использования средств хозяйствующих субъектов региональной экономики в интересах его инновационного развития. Динамика последнего напрямую зависит от уровня воздействия внешних и внутренних факторов социально-экономического развития региона. В этой связи, организация эффективной инновационной политики на мезоуровне, опираясь на экосистемный подход, предполагает оптимизацию структуры затрат на поддержку инновационных решений с учетом активизации факторов, определяющих курсы инновационного развития региональной экономики.

Однако важно учесть, что в условиях рынка явления и процессы, связанные с методологией организации инновационной деятельности, постоянно находятся в состоянии непрерывного движения и развития. В таком случае, происходит существенные изменения в организации региональной инновационной политики с учетом дальнейшего решения стратегических задач, изложенных в «Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 г.», среди которых можно отметить «...низкий методический уровень анализа состояния развития, имеющихся ресурсов, учета угроз и факторов развития региона» [12, 44].

Все эти обстоятельства настоятельно требуют, чтобы были выработаны методологические подходы к построению приоритетов инновационного развития регионов страны с учетом дальнейшего совершенствования параметров оценки эффективности их функционирования.

Между тем, несмотря на актуальность данной проблемы, все ещё нет ясности в вопросе о том, какими должны быть основные методологические подходы к оценке эффективности функционирования региональных инновационных экосистем. Более того, традиционные методы и методология анализа инновационной деятельности в основном разрабатывались для оценки уровня инновационного потенциала страны с высоким уровнем научно – технического, кадрового и экономического потенциала, и не учитывают ряд факторов, характерных для развивающихся стран, как Республика Таджикистан.

В результате этого в настоящее время сложилось определенное несоответствие между потребностями в организации инновационной деятельности и развития методического инструментария оценки ее эффективности. Занимаясь решением данного вопроса, следует учесть, что в настоящее время нет единой теории эффективности. Несмотря на это, сегодня эффективность выступает как самостоятельная экономическая категория, содержания которого до сих пор остается дискуссионным. В этой связи сегодня существует множество авторских подходов к определению данного понятия.

В рамках количественного подхода «эффективность» определяется как «соотношение результаты и затраты». Методология оценки в рамках этого подхода предполагает «...сопоставления фактически достигнутого состояния РИС с уровнем в предыдущем периоде или с исходным с точки зрения соотношения полученного результата и произведенных затрат ресурсов, времени, издержек реализации процессов» [10, 82].

Категория эффективность в рамках политико-экономического подхода, в основе которого положено марксистское учение, «...рассматривается в системе законов и категорий. Ее формы и показатели раскрываются во взаимосвязи с законом стоимости, движением превращенных форм прибавочной стоимости» [4, 67].

Последнее «...создается благодаря применению рабочей силы» [5, 57], выступающей как движущей силы инновационного развития общественного производства, эффективность функционирования которого в условиях рынка предполагает оптимальное распределение ресурсов. Согласно теории, предложенному В. Парето (оптим-парето), оптимальный подход к размещению экономических ресурсов, технологий и воспроизводственных процессов являются наилучшим способом достижения эффективности в организации работы, направленных на повышении общественного благосостояния [13, 511].

Сторонники воспроизводственного подхода считают эффективность как «...условия функционирования производительных сил и производственных отношений». Преимущество данного подхода заключается в постоянном возобновлении источники роста экономики за счет организации нового производства, исходя из потребностей общества и активизации следующих структурных элементов воспроизводственного потенциала региона:

- «- потенциал производительных систем (рабочей силы и средств производства);
- потенциал системы производственных отношений;
- потенциал достигнутых результатов;
- потенциал условий (факторов) функционирования региональной экономики» [3, 281].

Однако важно учесть, что воспроизводства, накопления и эффективное использование ресурсов для регионального развития предполагает организацию работы по обновлению основных фондов, построению технологической карты региональных производственных систем и др.

Представители целевого подхода рассматривают эффективность как «степени достижения цели», которая зависит от уровня рационального использовании ресурсов, необходимых для удовлетворения нужды производственного процесса. Переход к данному сценарию развития определяет новые ориентиры и направления для обеспечения эффективности использования местных ресурсов в интересах роста региональной экономики и социальной благополучии.

Последователи стратегического подхода под эффективностью понимают «степень различия между реальным результатом и желаемым результатом». В обоих случаях достижение нужного результата в значительной степени зависит от стратегии развития, разработанного на основе учета факторов, обеспечивающих эффективности использования местных ресурсов.

Особенности генетико-структурного подхода заключается в раскрытии целостного развития системы во времени и его пространственной характеристики. По мнению В.В. Клеймана и А.А. Вшивкова, «...из всех рассмотренных подходов генетико-структурный наиболее точно и системно характеризует категорию «эффективность» [5, 69]. Преимущество

данного подхода заключается в уточнении качественной стороны понятия «эффективность», которая, в конечном итоге, отражает результаты проделанных работ.

Таким образом, исходя из изложенных подходов, эффективности является сочетание количественной и качественной характеристики системы, отражающей ее способности создавать новые ценности для экономики и общества в целом. Количественные составляющие эффективности определяется соотношением результатов и затрат, так как при оценке ее качественной стороны акцент делается на степени достижения цели и запланированных результатов.

В этой связи, занимаясь решением проблемы формирования региональной инновационной экосистемы, необходимо учесть совокупных факторов их количественного и качественного развития, на основе которых возможно определение системы показателей оценки эффективности ее функционирования. Наиболее важным моментом этого процесса является обоснования критерии эффективности, под которой понимается «... отражение целей функционирования и развития объекта» [5, 70].

Другой автор считает критерию «...некоторый признак, на основании которого производится оценка» [15, 258]. В работах И.С. Минко критерии потенциала развития региона делятся на две группы - общие и специальные. К первой группе относятся следующие составляющие региональной социально-экономической системы:

«- величина (размер) и качество имеющихся ресурсов и достигнутых результатов деятельности системы;

- уровень эффективности системы (степень соответствия эталонам);
- динамика роста и развития системы (темпы роста и повышения качества результатов и самой системы);
- степень достижения целей функционирования системы» [9, 109].

В отличие от первого подхода специальные критерии оценки более многочисленны. В таком случае возникает объективная необходимость раскрытия ее структурных составляющих, которые включают социальные и экономические параметры развития региона, в определении которого важную роль принадлежит государству. Последнее формирует пороговые значения индикативных показателей для оценки уровня экономической безопасности и социального благополучия.

Ещё одной из значимых задач государства является установления критерии взаимодействия институтов инноваций в процессе реализации региональных программ социально-экономического развития. Более того, координация действия субъектов инновационного процесса в регионе предполагает установить иерархию в управлении, исходя из элементов внешней среды и внутреннего устройство региональных хозяйственных систем.

Альтернативным способом решения данной задачи выступает установление организационно-управленческих критерий эффективности взаимодействия субъектов региональной экономики по обеспечению согласованности их действия в процессе реализации общей целей развития региона путем перехода на более эффективной системе использования ресурсов (в том числе, природных). Последнее предполагает определить экологическую критерию, как важной составляющей «зеленого» роста экономики.

Таким образом, учет совокупных критериев эффективности при организации инновационной деятельности на мезоуровне позволяет выявить совокупных факторов социально-экономического, институционального, организационно-управленческого и экологического развития региональной экономики. Наряду с этим открытыми остается

вопросы обоснования системы показателей оценки эффективности функционирования региональных инновационных экосистем.

Методологические пояснения и система показателей оценки инновационного развития в Таджикистане представлены в статистических сборниках, подготовленном Агентством по статистике при Президенте Республики Таджикистан на основе данных, полученных органами статистики от предприятий, учреждений, организаций и населения путем сплошного учета, проведения выборочных обследований и других форм статистического наблюдения, данных министерств и ведомств, и др.

В разделе «Наука и инновации» «Статистический ежегодник Республики Таджикистан» выделены следующие показатели, характеризующие уровень развития научного и инновационного потенциала страны, каждое из которых имеет свои особенности, требующей подробного рассмотрения и уточнения [14, 66-67].

- расходы на науку из государственного бюджета;
- число функционирующих научных учреждений, организаций, выполняющих научно-исследовательские работы;
- численность работников основной (научно-технической) деятельности;
- выполнение научно-технических работ;
- численность, прием и выпуск аспирантов.

Так, наиболее важным показателем оценки инновационного развития экономики является расходы на науку из государственного бюджета, направленного на поддержку фундаментальных исследований, практического решения прикладных задач и разработок в соответствии с направлениями науки (естественные, общественные, вузовская и др.) Согласно общепринятому рубрикатору в структуре научноисследовательских организаций Республики Таджикистан основное место занимает «естественные науки», в развитие которой главенствующую роль до сих пор играет государственное финансирование.

При этом эффективная реализация бюджетной политики в сфере науки предопределяет необходимость разработки порогового значения финансирования науки с учетом рыночной инфляции, бюджетных возможностей и ограничений. Это, с одной стороны, позволяет повысить качества бюджетного планирования, а с другой -обеспечить эффективность использования государственных средств за счет увеличения результативности работы научно-исследовательских организаций.

В мировой практике сложился опыт, согласно которому расходы на науку из государственного бюджета определяются к общему расходу государственного бюджета по отношению к валовому внутреннему продукту. Исходя из общемировой практики, это должно составлять не менее 1-3%.

В соответствии с этими методологическими подходами Таджикистан до сих пор сохраняет скромное место среди стран мира, что вызывает необходимость увеличения финансирования науки не только за счет бюджетных средств, но и стимулирования частного капитала и других потенциальных источников инвестирования. Указанная задача должна быть решена с учетом более эффективного использования ресурсного и производственно-научного потенциала каждого региона страны. Это требует рассмотрения параметров развития региональной экономики с учетом достижения современной науки и расширения источников ее финансирования.

По началу средством достижения этой цели должно служить обоснование критериев и параметров развития науки с учетом эффективного использования финансовых ресурсов,

кадрового потенциала и обеспечения стабильности социально-экономического развития территорий страны. Эту задачу нужно подкреплять нормативными документами. Здесь речь идет о разработке порядка установления пороговых значений бюджетного финансирования науки с учетом потребности реального сектора экономики и территориальных факторов его развития, позволяющих повысить эффективность использования бюджетных средств в соответствии с законодательными нормами, условиям рынка и стратегическими целями социально-экономического развития страны.

В этой связи, по мере расширения инструментов государственного ассигнования научного составляющего экономики возникает более важная задача, практическое решение которого требует совершенствование методологии организации бюджетной политики в сфере науки, ссылаясь на реальное применение принципов «равномерности финансирования», «наличие качественного научного ресурса», «результативность научной деятельности», «систематическое внесение корректировки в бюджетную роспись» и др.[7, 197-209]. Также требуются дополнительные усилия для целевого использования бюджетных средств в соответствии с задачами социально-экономического и инновационного развития регионов страны.

Таким образом, расходы на науку из государственного бюджета является не только важным индикатором инновационного развития региона, но и, целенаправленным действием органов власти по обеспечению эффективности научных исследований и активизацию научно-технологического прорыва в экономике. При этом исходным положением повышения эффективности реализации бюджетной политики в сфере науки является соотношение величины финансирования научных исследований и ее результативности, способствующую росту экономики, решению проблем благосостояния и качества жизни населения страны.

Уровень инновационного развития региона во многом зависит от степени взаимодействия субъектов экономической деятельности, занимающейся научно-техническими задачами. Поэтому решение задачи динамичного развития региональной экономики предполагает повышение эффективности использования природно-ресурсного потенциала территорий страны за счет концентрации сил и средств региональных субъектов инновационной деятельности.

При этом должно учитываться необходимость формирования благоприятного климата для дальнейшего функционирования субъектов инновационного процесса, а также задачи повышения результативности их деятельности. Учитывая последнее, к числу важнейших проблем, стоящих перед отечественной наукой, относится обоснование критериев и показателей оценки эффективности функционирования научных организаций и предприятий, а также рациональное их размещение по регионам страны.

Также для расширения диапазона научных направлений большое практическое значение имеют работы в области расширения сети отраслевых научных учреждений и создания современных форм связи науки с производством. Для этой цели необходимо увеличить численность региональных научных учреждений и организаций, способствующих расширению территориальных зон организации инновационной деятельности.

Однако важно учесть, что изменения в численности субъектов сферы инноваций должны соответствовать основным положениям и условиям инновационного развития региональной экономики. Такая потребность, прежде всего, связана с избеганием излишних расходов при их создании. Последнее в условиях ограниченности бюджетных средств имеет большое значение для оптимизации расходов государственного бюджета и создании

потенциальных акторов региональных инновационных систем, практическое решение которых требует повышению общей эффективности отечественной науки, ее влияние на ход научно-технического прогресса в стране.

Таким образом, научные учреждения и организации, выполняющие научно-исследовательские работы, являются не только акторами инновационных систем региона, но и важными драйверами, от которых во многом зависит как расширение «поле науки», так и интенсификации процесса создания новых благ. В этой связи, в перспективе необходимо делать ставку на увеличение численности научных учреждений и организаций, выполняющих научно-исследовательские работы по отношению к общей численности малых предприятий регионов страны в процентных соотношениях.

Данный параметр оценки является важным элементом совокупного показателя международного стандарта статистической отчетности инновационной деятельности. Опираясь на ее, можно определить темпы роста инновационного потенциала страны за счет активизации роли научных организаций в развитии частного сектора экономики.

Наиболее важным элементом оценки инновационного потенциала региональной и национальной инновационной системы является кадровый потенциал науки. При этом одной из главных причин технологического отставания регионов страны является, дефицит научно-исследовательских и инженерных кадров. Поэтому формирование и эффективное использование кадрового потенциала науки является составной частью организации региональной политики инновационного развития.

Следует отметить, что воспроизводство кадрового потенциала науки осуществляется исходя из потребностей реального сектора экономики. Кадровый потенциал науки состоит из числа персонала, имеющего ученую степень, а также вспомогательного персонала, чья деятельность направлена на решение второстепенных задач в организации. Более того, насыщенность науки кадрами высокой квалификаций и с ученой степенью, прежде всего, свидетельствует о привлекательности научной карьеры.

Таким образом, успешность инновационной деятельности в регионе во многом зависит от уровня и динамики развития его научного потенциала. В таком случае, возникает объективная необходимость укрепления научного потенциала регионов страны за счет увеличения численности научного персонала к общей численности занятости населения в экономике и в расчете на 10 тыс. численности постоянного населения страны.

Также при анализе кадрового потенциала науки по отраслевой структуре необходимо вычислить пропорцию распределения научных кадров по секторам экономики. Следуя такому принципу можно минимизировать диспропорцию в подготовке высококвалифицированных научных кадров в соответствии с потребностями экономики страны в специалистах.

Для эффективной организации инновационной деятельности на мезоуровне необходимо усилить работу по качественному выполнению научно-технических работ в соответствии с задачами социально-экономического развития страны. Как элемент совокупного показателя инновационного развития региона научно-техническая работа связана с поиском новых знаний, освоением новых технологий и потенциальных источников роста экономики на базе проведения научных исследований и экспериментов.

В структуре научно-технической политики, реализуемая в регионе, важное место занимает научно-исследовательские работы, в том числе фундаментальные. Согласно данным официальной статистики, на долю последнего приходится большая часть финансирования из государственного бюджета [7, с 68]. Тем не мене, качественное выполнение научно-

технической работы требует учесть все ее составляющие, а именно проектно-конструкторские и технологические работы, изготовление опытных образцов, научно-технические услуги и др.

Вместе с тем, необходимо принять решения по усилению деятельности отдела аспирантуры и докторантуры в структуре научно-исследовательских организациях в стране. Данный подход позволяет определить динамику и тенденции развития системы подготовки научных кадров по отраслям науки с распределением их в группах «с отрывом от производства» и «без отрыва от производства». Важно отметить, что по отношению к первому, последнее имеет большое значение с точки зрения качественной подготовки научных кадров. При этом такая группировка важна для определения уровня мобильности научных сотрудников по отраслевому признаку.

Следует отметить, что за последние годы институт аспирантуры существенно трансформировался. В отличие от Таджикистана, больше всего, такая положительная тенденция наблюдается в зарубежных странах. Развитие научной карьеры через реализации программы аспирантуры в Таджикистане ныне сопровождается определенными трудностями, вызывающими особого внимания. Это могут быть высокая степень инерционности в подготовке научных кадров, которая в итоге привела к значительным отраслевым диспропорциям в их количественном и качественном составе.

Практическое решение подобных проблем требует совершенствования организационно-методических аспектов подготовки научных кадров с учетом динамики роста населения, занятых в экономике, позволяющих, с одной стороны, определить уровень общественного престижа науки, а с другой – активность населения по показателям инновационной деятельности, наиболее развернутая перечень которых систематизированы в аналитическом журнале «Научно-технический потенциал Республики Таджикистан» [11, 7-28].

Однако важно учесть, что данные показатели систематизированы исходя из условий и факторов организация инновационной деятельности на макроуровне. Согласно НСР-2030 «...развития регионов страны является самым важным уровнем осуществления экономических реформ и рассматривается как конечная точка приложения всех усилий правительства» [12, 38], что определяет необходимость совершенствования методологии управления национальных инновационных систем на основе учета региональных факторов его формирования и развития.

Такая постановка вопроса предполагает коренные сдвиги в сторону совершенствования методологии оценки инновационного развития регионов страны в соответствии с международным стандартом статистической отчетности и методологических руководств, отвечая особенностям рыночной экономики, современным реалиям отечественной науки и политики организация инновационной деятельности.

Практическое решение данных задач сделает отечественную статистику в сфере науки и инноваций более понятной для мирового сообщества, укрепляет при этом, концептуальные основы экономического сближения со странами мира, что является важным условием обеспечения дальнейшего развития стратегического партнерства в сфере НИОКР и инвестиций.

Важно, чтобы методологические аспекты организация инновационной деятельности в стране соответствовали региональному параметру его развития. В значительной степени это зависит от ликвидации недостатков в планировании комплексного развития регионов страны и решении концептуальных вопросов их управления. Такая постановка задача обуславливает

необходимость целенаправленного действия по определению траектории инновационного развития региональной экономики на базе установления критерий и показателей эффективности его функционирования.

Также, целесообразным считается выделение регионов по уровню инновационной активности как «сильные инноваторы», «умеренные инноваторы» и «слабые инноваторы». Достижение такого результата возможно лишь только путем сравнительного анализа инновационного потенциала регионов страны с целью выявления их сильных и слабых сторон. Для этого необходимо изучить потенциальные ресурсы инновационного развития каждого региона страны.

Такая формулировка задачи предполагает принятия решения в сторону обоснования методики оценки регионального инновационного потенциала, позволяющего определить «узкие» места в региональной структуре национальной экономики, среди которых в НСР-2030 выделено «...низкая конкурентоспособность национальной экономики, сопровождающаяся отсталостью технологической базы и низким уровнем инновационной активности» [12, 27].

Ликвидация таких проблемных «узлов», вызывающих новых угроз для стабильности регионального развития, должна способствовать созданию конкурентоспособной региональной инновационной экосистемы, отвечающей требованиям государственной политики модернизация региональной экономики и элементов рыночной среды. Преимущество данного подхода заключается в обосновании курса инновационного развития регионов на основе учета интересов института государство и перехода на рыночно-ориентированной инновационной модели управления. Последнее предполагает взять за основу стратегию, направленной на рациональное использование ресурсов, необходимых для создания инноваций и ее дальнейшего распространения с учетом рыночных явлений, и процессов, формирующих условия для продвижения научных разработок в реальном секторе экономики.

Таким образом, в основе обеспечения эффективности функционирования региональной инновационной экосистемы положена совокупных подходов, методов и методологических инструментариев по обоснованию критерий организация инновационной деятельности в соответствии с государственной политики управления экономикой, элементов рыночной среды и формированию системы показателей его развития с учетом количественных и качественных индикаторов роста региональной экономики. Наиболее важным моментом процесса формирования эффективной региональной инновационной экосистемы является учет особенности местной экономики и региональные различия.

В связи с этим, учитывая роли объективных факторов в развитии регионов страны, ныне для Таджикистана крайне важным представляется формирование инновационной экосистемы аграрно-промышленного типа развития, технологического предпринимательства, туристско-рекреационного и экосистемы, поддерживающих управления знаниями в отраслях экономики, кадрового партнерства науки, образования и реального сектора экономики на основе учета основных положений перехода на цифровой модели развития региональной экономики и его «зеленого» роста.

Наряду с этим возрастает значимость совершенствования методологии управления региональных инновационных экосистем на основе теории эффективности, позволяющей обеспечить не только оптимальное распределение ресурсов социально-экономического развития региона, но и, повышение его результативности функционирования.

Литература

1. Ахтариева Л.Г. Современные подходы к оценке инвестиционной привлекательности регионов//Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия экономика и бизнеса. - Уфа, 2014. - №1(17). - С. 233-239.
2. Бабакова Е.В. Экономическая система: структурный и генетический аспекты//Проблемы современной экономики. Серия экономика и бизнеса. - СПб, 2017. – № 2(62). - С. 52-54.
3. Идзиев И.Г. Цапиева О.К. Анализ воспроизводственного потенциала республик Северо - Кавказского Федерального округа//Проблемы современной экономики. Серия экономика и бизнеса. - СПб, 2012. - № 2. - С. 281-284.
4. Маркс К. Капитал. - Санкт- Петербург: СЗКЭО, 2023. - 353 с.
5. Клейман В.В., Вшивков А.А. Разработка категории «эффективность»//Вестник Гомельского государственного технического университета им. П.О. Сухового. Серия экономика и бизнеса. - Гомель, 2001. - № 3-4(6). - С. 67-73.
6. Курс социально-экономической статистики//Учебник/Под ред. М.Г. Назарова. - М.: ООО «Омега-Л», 2006. - 987 с.
7. Лебедев К.В., Глисин Ф.Ф., Калюжный В.В. Сравнительная оценка эффективности науки из региональных бюджетов//Инноватика и экспертиза. Серия экономика и бизнеса. - М., 2014. - №1(12). - С. 197-209.
8. Минат В.Н. Анализ и оценка эффективности региональных инновационных систем США//Вестник Волгоградского государственного университета. Серия экономика. - Волгоград, 2021. - Т. 23. - № 4. - С. 216-225.
9. Минко И.С. Критерии оценки потенциала развития региона//Проблемы современной экономики. Серия экономика и бизнеса. - СПб, 2016. - № 1(57). - С. 109-112.
10. Монастырный Е.А., Спицын В.В., Грик Я.Н. Методологический подход к оценке эффективности инновационного развития региона//Инновации. Серия: экономика и бизнеса. - СПб, 2010. - № 1. - С. 80-86.
11. Научно-технический потенциал Республики Таджикистан в 2017 г. //Аналитический сборник. - Душанбе, 2018. - Вып.12. – 183 с.
12. Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 г.// Утверждено Постановлением Маджлиси намояндагон Маджлиси Оли Республики Таджикистан от 1 декабря 2016 года, № 636. - Душанбе, 2016. - 87 с.
13. Парето В. Компендиум по общей социологии /В. Парето; Пер. с итал. А.А. Зотова; гос. ун-т высш. шк. экономики. - М.: ГУ ВШЭ, 2007. - 511 с.
14. Статистический ежегодник Республики Таджикистан// Статистический сборник. - Душанбе, АСПРТ, 2023. - С. 66-67.
15. Флюшин А.В. Система показателей и критериев эффективности взаимодействия экономических систем в регионе//Проблемы современной экономики. Серия экономика и бизнеса. - СПб, 2011. - №3. - С. 257-259.
16. Хижа О.Н. Эволюция подходов к трактовке понятия «эффективность» в экономической науке//Вестник Челябинского государственного университета. Серия экономики и бизнеса. - Челябинск, 2018. - № 7(417). Вып. 61. - С. 21-27.

ИСТИФОДАИ ТЕХНОЛОГИЯҲОИ РАҚАМӢ ДАР СТРАТЕГИЯҲОИ МАРКЕТИНГИ МУОСИР

Зайнудинов Сафар - н.и.т., дотсент, мудири шуъбаи таъвияти институтсионалии кишвар ва иқтисоди рақамӣ, МД ПИТИ ВРИС Ҷумҳурии Тоҷикистон

Салимов Назаралӣ Сафарович - н.и.ф.м., дотсенти кафедраи иқтисодиёт ва ташкили соҳибкории Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон

Дар замони муосир технологияҳои рақамӣ яке аз қувваҳои асосии тағйирдиҳандаи муносибатҳои бозорӣ ва равандҳои маркетингӣ ба шумор мераванд. Дар мақола таъсири афзояндаи технологияҳои рақамӣ ба стратегияҳои маркетинги муосир мавриди таҳлил қарор гирифтааст. Дар шароити рушди босуръати рақамикунонӣ ширкатҳо маҷбуранд, ки стратегияи маркетингии худро бо усулҳои нави рақамӣ мутобиқ созанд. Дар мақола самтҳои асосии навовариҳои рақамӣ, аз ҷумла истифодаи зеҳни сунъӣ, маркетинги фардӣ, таъсири инфлюенсерҳо, воқеияти маҷозӣ ва ҳақиқӣ ва таҳлили додаҳо баррасӣ шудаанд.

Ҳамчунин, вазъи кунунӣ, омилҳои рушдиҳанда ва дурнамои маркетинги рақамӣ дар Тоҷикистон таҳқиқ гардида, аҳамияти таълими мутахассисон ва татбиқи технологияи нав дар муваффақияти тичорат таъкид гардидааст. Татбиқи дурусти ин равандро метавонад рақобатпазирии ширкатҳоро дар бозори дохилӣ ва байналмилалӣ афзоиш диҳад.

Калидвожаҳо: технологияҳои рақамӣ, стратегияҳои маркетинг, васоити ахбори иҷтимоӣ, контент-маркетинг, SEO, рафтори истеъмолкунандагон, мутобиқшавӣ, маркетинги рақамӣ, зеҳни сунъӣ (AI), додаҳои калон (Big Data), воқеияти маҷозӣ (VR), маркетинги фардӣ, автоматизатсияи маркетинг.

Истифодаи технологияҳои рақамӣ дар стратегияҳои маркетинги замонавӣ масъалаи хеле муҳим ва саривақтӣ мебошад, зеро бо рушди босуръати технологияҳои рақамӣ (digital technologies), низомҳои маркетингӣ низ тағйир меёбанд.

Дар асри XXI, технологияҳои рақамӣ на танҳо усулҳои кор ва иртиботро тағйир доданд, балки қуллан муносибати инсонро ба иқтисодиёт, бизнес ва рабобити бозорӣ дигар карданд. Яке аз самтҳои, ки зери таъсири амиқи рақамисозӣ қарор гирифтааст, маркетинг мебошад. Маркетинги замонавӣ дигар танҳо таблиғу фурӯш нест, балки як маҷмӯи стратегияҳои мебошад, ки бо истифода аз маълумот, алгоритмҳо ва воситаҳои рақамӣ барои ҷалби муштариёни нав ва нигоҳ доштани мизочони мавҷуда равона шудааст. Ҷумҳурии Тоҷикистон низ, дар ҷанд соли охир қадамҳои муҳимро дар самти рақамикунонӣ гузоштааст. Ҳукумати кишвар Стратегияи миллии рушди рақамиро таҳия ва қабул намудааст, ки яке аз ҳадафҳои он гузариш ба иқтисоди рақамӣ ва баланд бардоштани самаранокии идоракунии давлатӣ мебошад.

Барномаҳои давлатии "Таъмини рушди иқтисоди рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон барои солҳои 2021–2025" ва "Технологияҳои иттилоотӣ-коммуникатсионӣ барои рушди устувор" самтҳои афзалиятноки рушд, аз ҷумла рақамикунонии хизматрасониҳои давлатӣ, татбиқи технологияҳои иттилоотӣ дар соҳаи маорифу тандурустӣ ва дастгирии стартапҳо ва соҳибкории инноватсионӣ мебошанд.

Бозори муосир бо рушди динамикии технологияҳо тавсиф мешавад, ки боиси тағйирёбии самтҳои маркетинг мегардад. Воситаҳои рақамӣ ба ширкатҳо имкон медиҳанд, ки гурӯҳҳои мақсадноки худро аз ҳарвақта дида самараноктар ба даст оваранд. Ин равандро аз маркетинг талаб мекунад, ки дар бораи таҷҳизотҳо ва усулҳои нави маркетинги рақамӣ фаҳмиши амиқ дошта бошанд.

Навовариҳои рақамӣ дар соҳаи маркетинг (Digital Innovations in Marketing) имрӯз ба як ҷузъи асосии стратегияи тичоратии ширкатҳо табдил ёфтаанд. Ин навовариҳо ба шарофати рушди технологияҳои иттилоотӣ ва интернетӣ имконият медиҳанд, ки робита бо муштарӣ самараноктар ва фардӣ гардад. Муҳимтарин навовариҳои рақамиро дар соҳаи маркетинг қайд менамоем, ки инҳоанд:

1. Истифодаи зеҳни сунъӣ (AI), ки барои чунин амалҳо пешниҳод шудааст:
 - Пешгӯӣ намудани рафтори харидорон бо таҷлили додаҳои калон (Big Data).
 - Эҷоди муҳтавои автоматикӣ, масалан, навиштани почтаи электронӣ ё паёмҳои таблиғотӣ.
 - Ташкили чатботҳо барои хизматрасонии шабонарӯзӣ ба муштарӣ.
2. Маркетинги фардӣ кунонидашуда (Personalized Marketing) чуунин амалҳоро иҷро карда метавонад:
 - Ирсолӣ паёмҳо ва таблиғот мутобиқ ба шавқу завқи ҳар як муштарӣ.
 - Истифодаи алгоритмҳо барои пешниҳоди маҳсулотҳои мувофиқ ба талабот; масалан, Amazon ва Netflix онро истифода мебаранд;
3. Маркетинги таъсиррасон (Influencer Marketing) барои амалҳои зерин пешниҳод шудааст:
 - Ба кор бурдани параметрҳои шахсиятҳои маъруф дар шабакаҳои иҷтимоӣ барои таблиғи маҳсулот.
 - Фароҳам овардани эътимод дар харидор тавассути таҷрибаи шахсии таъсиррасонҳо (инфлюенсерҳо).
4. Маркетинги мобилӣ чунинанд:
 - Барномаҳои мобилӣ барои фурӯш ва таблиғ.
 - Ирсолӣ огоҳномаҳо (push notifications) бо пешниҳодҳои махсус.
5. Истифодаи воқеияти ҳақиқӣ (AR) ва воқеияти маҷозӣ (VR) барои амалҳои зерин нигаронида шудаанд:
 - Истифодаи таҷрибаи фурӯши интерактивӣ (масалан, чашидан ё дидани маҳсулот пеш аз харид).
 - Тарҳрезии таблиғотҳои фарогир ва ҷолиб.
6. Бозорёбии муҳтавоӣ (Content Marketing), ки як ҷузъи ҷудонашавандаи стратегияҳои аксари ширкатҳо шудааст. Бозорёбии муҳтавоии босифат таваҷҷӯхро ҷалб мекунад ва эътимодро ба вучуд меорад, ки аз инҳо иборат шуда метавонад:
 - Эҷоди блогои видеоҳое, ки муштарӣро ҷалб мекунад.
 - Муҳтавои таълимӣ ё фароғатӣ, ки ба таври ғайримустақим маҳсулотро таблиғ мекунад.
7. Маркетинги ба маълумот асосёфта (Data-Driven Marketing) чунин корҳоро ба сомон мерасонад:
 - Истифодаи таҳлили маълумот барои қабули қарорҳо.
 - Сегментатсия ва ҳадафгузори муштарӣро бо истифода аз маълумоти воқеӣ.
8. Автоматизатсияи маркетинг (Marketing Automation)
 - Барномаҳои автоматикунонидашуда барои ирсолӣ мактубҳо, идораи таблиғот ва CRM (Customer Relationship Management) ташкили васила барои алоқа дар бизнес, ташкилотҳои он ва оптимизатсияи он.
 - Сарфа кардани вақт ва захираҳо дар амалиётҳои тақрорӣ.
9. Email-маркетинг. Email-маркетинг як воситаи самаранок барои ҷалби муштарӣ ва нигоҳ доштани таваҷҷӯҳи онҳо боқӣ мемонад.

10. Таҳлилҳо ва Big Data (додаҳои калон).

Технологияҳои муосир имкон медиҳанд, ки миқдори зиёди маълумот дар бораи рафтори истеъмолкунандагон ҷамъоварӣ ва таҳлил карда шаванд.

Маркетинги рақамӣ (digital marketing) дар Тоҷикистон дар солҳои охир рушди қобили мулоҳиза пайдо кардааст. Гарчанде ки ин соҳа ҳанӯз дар марҳилаи ташаккул қарор дорад, вале бо пешрафти технологияҳои рақамӣ, афзоиши истифодабарандагони интернет ва густариши шабакаҳои иҷтимоӣ, маркетинги рақамӣ тадриҷан ба як ҷузъи муҳими стратегияи тижоратҳо табдил меёбад.

Вазъи феълӣи маркетингро дар Тоҷикистон бо ҷунин қисматҳо тавсиф кардан мумкин аст:

- Дастрасии интернет: Тибқи оморҳои охирин, зиёда аз 70% аҳолии Тоҷикистон ба интернет дастрасӣ доранд. Дар шаҳрҳои калон, монанди Душанбе, Хучанд ва Бохтар, суръати интернет ва истифодаи он нисбатан баландтар аст.

- Истифодаи шабакаҳои иҷтимоӣ: Шабакаҳои монанди Instagram, Facebook, TikTok ва Telegram аз маъмултарин воситаҳои муошират ва таблиғот ба ҳисоб мераванд. Бисёре аз соҳибкорон ва ширкатҳо барои муаррифии маҳсулот ва хизматрасонии худ аз ин платформаҳо истифода мекунанд.

- Фаъолияти тижоратҳои хурду миёна: Тижоратҳои хурд ва миёна (ТХМ) фаъолон ба истифодаи маркетинги рақамӣ рӯ овардаанд. Истифодаи платформаҳои таблиғотӣ, вебсайтҳо, SEO, ва таблиғоти пардохтпазир (Google Ads, Facebook Ads) маъмул гашта истодааст.

Омилҳои рушддиҳандаи маркетинги рақамӣ инҳоянд:

- Барномаҳои омӯзишӣ ва вебинарҳо: Бо зиёд шудани талабот ба дониш дар соҳаи маркетинги рақамӣ, ташкилотҳои хусусӣ ва давлатӣ ба омӯзиши кадрҳо шурӯъ кардаанд.

- Рушди тижорати электронӣ (e-commerce): Платформаҳои онлайнӣ барои фурӯши маҳсулот (мисли "Oson", "Dastafkan", "Somon.tj") ангезаи иловагӣ барои рушди маркетинги рақамӣ мебошанд.

Ояндаи маркетинги рақамӣ дар Тоҷикистон бо амалҳои зерин саҳт марбутанд:

- Таълими мутахассисон дар сатҳи байналмилалӣ.
- Интеграция бо системаҳои мавҷуда, монанди CRM, автоматизатсия ва таҳлили маълумот.

- Мутобиқшавӣ бо технологияи AI ва chatbotҳо барои беҳтар кардани муошират бо муштарӣ.

- Баланд бардоштани маърифати рақамӣ дар байни соҳибкорон ва омма.

Маркетинги рақамӣ дар Тоҷикистон дар марҳилаи афзоиш ва ташаккул қарор дорад. Бо вучуди душвориҳо имкониятҳо барои рушди он зиёданд. Агар инфрасохтор, таълим ва дастгирии сиёсати давлатӣ рушд ёбанд, Тоҷикистон метавонад дар солҳои наздик ба яке аз кишварҳои фаъоли минтақа дар соҳаи маркетинги рақамӣ табдил ёбад.

Технологияҳои рақамӣ маркетингро тағйир дода, имкониятҳои навро барои муошират бо муштарӣ фароҳам меоранд. Ширкатҳо, ки меҳонанд ба ин тағйирот мутобиқ шаванд ва таҷҳизотҳои муосирро истифода баранд, метавонанд дар бозор ба муваффақияти бештар соҳиб шаванд.

Адабиёт

1. Зайнудинов С., Зайнуддинзода С. Ҷ., Зайнудин А., Салимов Н. С. Тичорати электронӣ, китоби дарсӣ, Душанбе 2024.
2. Салимов Н. С., Зайнуддинзода С. Ҷ., Зайнудинов С. Рақамикуноноии масъалаҳои иқтисодӣ, Дастури таълимӣ, Душанбе 2024.
3. Стратегияи миллии рушди рақамии Ҷумҳурии Тоҷикистон барои солҳои 2021–2025.
4. Муассисаи давлатии «Тоҷикстандарт». (2023). Рушди иқтисоди рақамӣ дар Тоҷикистон: имкониятҳо ва монеаҳо.
5. Комилов С. (2022). Нақши шабакаҳои иҷтимоӣ дар рушди маркетинги рақамӣ дар Тоҷикистон. Маҷаллаи иқтисодӣ ва иҷтимоӣ, №4.

ТАҲЛИЛИ ВАЗЪИ МУОСИРИ БОЗОРИ ОЗУҚАВОРӢ ДАР ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН

Ҳамитов Муҳитдин Сайдалиевич - н.и.и, и.в. дотсенти кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон.
Тел: (+992) 934-44-41-77, E-mail: khamit62@mail.ru

Шамсов Файзулло Табарович - муаллими калони кафедраи назарияи иқтисоди Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. Тел.: (+992) 907807744.
E-mail: faizullo_1968@mail.ru.

Дар мақола самтҳои афзалиятноки таъмини амнияти озуқаворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди омӯзиш ва таҳқиқ қарор дода шудааст. Муаллифон қайд намудаанд, ки таъмини амнияти озуқаворӣ Ҷумҳурии Тоҷикистон яке аз самтҳои афзалиятноки амнияти миллии кишвар дар ояндаи дарозмуддат, омили нигоҳдории давлатдорӣ ва соҳибхотирӣ, ҷузъи муҳими сиёсати демографӣ, шартӣ зарурии татбиқи афзалияти стратегияи миллии оид ба баланд бардоштани сатҳи сифати зиндагии аҳоли тавассути кафолат додани стандартҳои баланди таъминоти ҳаёт ба ҳисоб меравад.

Вожаҳои калидӣ: бозори озуқаворӣ, таъмини амнияти озуқаворӣ, бозори истеъмоли, маҳсулоти хӯрокворӣ, комплекси агросаноатӣ.

Дар шароити муосир бахши озуқаворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон маҷмӯи бисёрҷабҳаи мушкили муносибатҳои иқтисодӣ, техникаю технологӣ ва иттилоотию инфрасохторӣ маҳсуб меёбад. Бозори озуқаворӣ як қатор вижагиҳои хосро дорост, ки дар вай молҳое ба фурӯш пешниҳод мешаванд, ки ғайрияти зиндагии одамонро таъмин менамояд ва ба маҳсулоти ниёзи аввалиндараҷа мансуб доништа мешаванд.

Бозори озуқаворӣ дар шароити кунунӣ низоми муносибатҳои мутақобилаи субъектҳои бозор доир ба истеҳсол, нигоҳ доштан, савдои ашёи хоми соҳаи кишоварзӣ ва маҳсулоти хӯрокворӣ, таъмин намудани аҳоли бо ҳаҷми кофии маҳсулоти ғизоӣ аз ҷониби истеҳсолкунандагони ватанӣ ва воридотӣ маҳсуб ёфта, таҳти таъсири сиёсати кишоварзии ҷумҳурӣ ва равандҳои ҳамгироии байналмилалӣ ташаккул меёбад [7].

Бахши озуқаворӣ иқтисодиёти муосир маҷмӯи бисёрсоҳаи мураккаби иқтисодӣ, техникаю технологӣ ва иттилоотию инфрасохторӣ аст. Бозори озуқаворӣ хусусиятҳои хоси худро дорад, ки дар он молҳое фурӯхта мешаванд, ки ғайрияти ҳаёти инсонро таъмин карда, ба молҳои ниёзи аввалия шомиланд. Бозори молҳои озуқаворӣ низоми мураккаби ба қисмҳо ҷудошудаи мубодилаи молӣ аст, ки ба истеҳсолоти кишоварзӣ ва озуқаворӣ алоқамандии зич

дорад ва пеш бурдани онро аз истехсолкунандагон то ба истеъмолкунандагон фаро мегирад [8].

Таъмини амнияти озуқаворӣ яке аз ҳадафҳои афзалиятноки стратегии Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон ба ҳисоб меравад. Баҳри расидан ба ҳадафе, ки ба бехтар шудани неқӯаҳволии сокинони кишвар мусоидат мекунанд, тадбирҳои зиёде андешида шуда истодаанд. Рушди истеҳсоли маҳсулоти кишоварзӣ яке аз омилҳои муҳимтарини таъмини амнияти озуқаворӣ кишвар мебошад.

Амнияти озуқаворӣ - вазъи иқтисодии давлат мебошад, ки аз ҳисоби истеҳсолоти дохилӣ бехатарии озуқаворӣ кишвар таъмин гардида, дастёбии воқеӣ, ки барои ҳаёти солиму ғайол ва рушди демографии ҳамаи аҳоли зарур аст, кафолат дода мешавад;

Таъмини амнияти озуқаворӣ таҳия ва амалӣ намудани чорабиниҳои сиёсӣ иҷтимоӣ, иқтисодӣ, техникӣ, иттилоотӣ ва чорабиниҳои дигаре, ки асосан аз ҳисоби истеҳсолоти дохилӣ бо озуқаи ҳаётан муҳим дар сатҳи меёрҳои муносиби илман асоснок барои қонун намудани талаботи аҳоли ва пешгирии бӯҳронҳои озуқаворӣ равона шудаанд [2].

Амнияти озуқаворӣ ҳадафи ягона ва сиёсати аграриву иқтисодии давлат, ҳолати иҷтимоӣ мебошад, ки дар ҳар лаҳзаи он тамоми қишри ҷомеа имконияти воқеӣ ва иқтисодии дастрас намудани хӯрокворӣ безарарро барои таъмини зиндагии солим доро мебошад.

Амнияти хӯрокворӣ ҳамчун қобилияти кафолат додани давлат дар бобати қонун намудани талабот ба хӯрокворӣ дар сатҳе, ки ғайолияти муътадили ҳаётгузаронии аҳолиро таъмин менамояд, доништа мешавад. Дар мавриди таъмин намудани талаботи физиологии организми инсон бо моддаҳои ғизоӣ ва энергияҳо дар як маврид вазифаҳои пешгирикунанда ва таъминоти иҷро карда мешаванд. Моёи ғамхорӣ бояд ташкили ғизои солим барои тамоми табақаҳои аҳоли бошад.

Бо мақсади баҳо додан мутобиқи ин меёрҳо ба сатҳи муқарраршуда ва дар оянда пешбинишаванда амнияти хӯрокворӣ андозаҳои мутобиқро тибқи минтақаҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон гурӯҳҳои касбӣ ва ҷинсия синнусолии аҳоли қор карда мебарояд. Барои муайян намудани андозаҳои меёрии сатҳи бехатарии ғизои аҳоли аз рӯи миқдор, анвои хӯрок, таркиби моддаҳои ғизоӣ ва басандагии энергетикӣ имкон дорад сабади истеъмоли, ки аз рӯи 25 номгӯи маҳсулот ҳисоб карда мешавад, истифода гардад.

Муқоисаи истеъмолати воқеӣ ва пешбинишаванда аз рӯи ин маҷмӯъе яке аз нишондодҳои асосии сатҳи амнияти хӯрокворӣ ба ҳисоб меравад. Ҳадафи асосии Барномаи амнияти хӯроквории Тоҷикистон низ муайян намудани тадбирҳои муносиби иҷтимоӣ, самарабахшии иқтисодӣ ва аз ҷиҳати молиявӣ ва техникӣ иҷрошаванда, муқаррар намудани афзалиятҳо дар бобати муваффақ гаштан ба амнияти хӯрокворӣ ва рушди устувори бахши аграрӣ мебошад.

Солимии аҳоли бойгари давлат мебошад ва ҳифзи амнияти хӯрокворӣ вазифаи ҳамаи мақомоти назоратии кишвар ба шумор меравад. Дар барномаҳои давлатӣ стратегияи паст кардани сатҳи камбизоатии мардум дар мадди аввали назари Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон қарор дошта, мақсади асосӣ баланд бардоштани истеҳсолот ва сифати маҳсулоти хӯрокворӣ ба ҳисоб меравад.

Сифати молу маҳсулот яке аз масъалаҳои асосии амнияти хӯрокворӣ ва ҳифзи саломатии аҳоли мебошад. Дар ин радиф, аз тарафи Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон оид ба масъалаи болозир қарору қонун ва барномаҳои махсус таҳия гардиданд. Яке аз чунин қонунҳо Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи сифат ва бехатарии маҳсулоти хӯрокворӣ» мебошад. Дар қонуни мазкур вазифаи ҳамаи мақомоти назоратӣ оид ба ҳифзи амнияти бехатарии аҳоли аз маводи ғизоӣ дар алоҳидагӣ муайян карда шудааст.

Бехатарии маҳсулоти хӯрокворӣ ин ҳолати доштани боварии асоснок ба маҳсулоти хӯрокворист, ки истифодаи он дар шароити муқаррарӣ барои саломатӣ зарарнок нест ва ба саломатии наслҳои ҳозираву оянда хатар надорад. Бехатарии маҳсулоти хӯрокворие, ки аз беруни марзи кишвар ворид карда мешавад, тибқи қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳти № 139 аз 31 март 2004 «Дар бораи бақайдгирӣ, барасмиятдарорӣ ва додани ҳулосаи санитарии эпидемиологӣ» сураат мегирад ва назорат карда мешавад. Таъмини амнияти хӯрокворӣ аз самаранокӣ ва рушди устувори соҳаи кишоварзӣ вобастагӣ дорад. Соҳаи мазкур баҳши пешбарандаи иқтисодиёти ҳар кишвар дар алоҳидагӣ ва аз он ҷумла Тоҷикистон низ мебошад.

Рушди соҳаи кишоварзӣ барои таъмини босубот ва мутаносиби аҳолии кишвар бо хӯрокворӣ ба тавассути афзоиши мунтазам ва устувори истеҳсоли маҳсулоти кишоварзӣ, баланд бардоштани сатҳи даромад ва таъмини шугли аҳоли, инчунин ҳифзи захираҳои табиӣ, ки барои тавсеаи тақрористеҳсолкунӣ зарур мебошад, мусоидат менамояд. Амнияти хӯрокворӣ ва ғизо ҳамон вақт таъмин ҳисобида мешавад, ки агар хӯроквории мувофиқ (аз нуқтаи назари миқдор, сифат, бехатар будан) мавҷуд ва дастрас бошад ва ҳамаи табақаҳои ҷомеа ҳама вақт барои таъмини ҳаёти ғайбӣ ва солим чунин хӯроквориро истеъмол намоянд.

Ба ин мақсад масъалаҳои истифодаи оқилонаи замин, баланд бардоштани ҳолати мелиоративӣ ва ҳосилнокии он, содироти меваю сабзавот, аз ҷумлаи вазифаҳои аввалиндараҷа ҳисоб шудаанд. Дар ин самт кори асосӣ бар ӯҳдаи вазорату муассисаҳои дахлдор ва кормандони соҳа вогузор шудааст. Вале, иҷрои он паҳлӯҳои зиёде дорад, ки ниёзмандиро ба ҳамкории хориҷӣ тақозо мекунанд. Аз ҷумла, сохтмони корхонаҳои нави истеҳсоли, рушди технологияи коркарди маҳсулоти кишоварзӣ, парвариши навъҳои нави растанӣ, мубориза бар зидди ҳашароти зараррасон, рушди боғу тоқпарварӣ, чорводорӣ ва ғайра овардани техникаи кишоварзӣ самтҳои мебошанд, ки онҳоро дар ҳамкорӣ бо кишварҳои пешрафта амалӣ кардан мумкин аст.

Натиҷаи ин бояд дар маҷмӯъ афзоиши истеҳсоли маҳсулоти кишоварзӣ ба андозаи қонеъкунанда бошад. Ин нуқтаро Пешвои миллат дар Паёми худ қайд намуданд: “...нишондиҳандаи ҳаҷми истеҳсоли маҳсулоти кишоварзӣ аз 39 миллиард сомони соли 2019-ум ба 73 миллиард сомонӣ дар соли 2024-ум расидааст, яъне дар панҷ сол 1,9 баробар афзудааст. Бо вучуди ин, моро зарур аст, ки бо дарназардошти вазъии ҷаҳони имрӯза, тағйирёбии иқлим, хусусан, камобӣ ва хушксолиҳои пайиҳам дар бисёр кишварҳои дунё, болоравии нархи маводи ғизоӣ дар ҷаҳон ва таъсири манфии омилҳои зикршуда ба бозори истеъмолӣ тамоми имкониятҳоро барои рушди соҳаи кишоварзӣ сафарбар созем. Ҳамзамон бо ин, бо дарназардошти имкониятҳои мавҷуда масъалаҳои коркарди маҳсулоти кишоварзӣ ва дар ин замина таъмин намудани рушди саноати сабук ва хӯрокворӣ, ташкили ҷойҳои нави корӣ, инчунин, ниғаҳдориву афзоиш додани содироти он ба хориҷи кишвар ҳаллу фасл карда шаванд”[6].

Таъмини амнияти озуқавории миллии вазифаи аввалиндараҷаи давлат буда, ҳалли он ба як қатор омилҳо вобаста аст, ки асоси он иқтисодии давлат, нуфузи он дар арсаи ҷаҳонӣ ва рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзӣ, ашёи хом ва хӯрокворӣ дар бозори ҷаҳонӣ мебошад.

Ин шартҳо ду роҳи зерини таъмини амнияти озуқавории давлатро муайян мекунанд:

1. Иштироки ғайбӣ дар тақсими байналмилалӣ меҳнат, бозори ҷаҳонӣ озуқа ва воридоти навъҳои ками рақобатпазирӣ маҳсулот;

2. Тамоюл ба худтаъминии озуқаворӣ, дастгирии истеҳсоли дохилии маҳсулоти кишоварзӣ ва ҳифзи бозори дохилии озуқа аз ғасби таҳвилкунандагони беруна.

Мутобиқи муқаррароти Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030, ҳифзи манфиатҳои миллии давлат дар давраи дарозмуддат, аз ҷумла, баланд бардоштани рақобатпазирии иқтисоди миллий ва ба давлати индустриалӣ-аграрӣ табдил додани Ҷумҳурии Тоҷикистон, ки фаъолиятҳо дар муносибатҳои ҷаҳонӣ ба нигоҳдории устувори стратегӣ ва шарикӣ ба ҳамдигар ғоидабахш нигаронида шудааст, равона гардидааст [5].

Ҳадафи олии рушди дарозмуҳлати Тоҷикистон баланд бардоштани сатҳи зиндагии мардуми кишвар бар пояи таъмини рушди устувори иқтисодӣ маҳсуб меёбад.

Барои ноилшавӣ ба ин ҳадафи олии ҳадафҳои зерини стратегияи рушд то соли 2030 муайян шудаанд:

- ✓ дар навбати аввал, ин таъмини истиқлолияти энергетикӣ ва истифодаи самарабахши неруи барқ мебошад;

- ✓ раҳой аз бунбасти коммуникатсионӣ ва табдил додани Ҷумҳурии Тоҷикистон ба кишвари транзитӣ;

- ✓ таъмини амнияти озуқаворӣ ва дастрасии аҳоли ба ғизои хушсифат мебошад;

- ✓ вусъатдиҳии шугли пурмаҳсул дар миёни аҳолии қобили меҳнат мебошад [1].

Дар кишвари мо мушкilot ҷиҳати таъмини амнияти озуқаворӣ аз қабili паст будани таҳсилоти мосир дар самти кишоварзӣ, дастгирии давлатӣ, молия ва қарз, хатарҳои иқлимӣ, обёрӣ заминҳои хобида, паст будани даромаднокии соҳаи кишоварзӣ, ҳувияти миллии аҳоли дар хариди маҳсулоти ватанӣ ва ғайра дохил мешаванд.

Вазифаҳои асосии таъмини амнияти озуқаворӣ сарфи назар аз тағйироти шароити берунӣ ва дохилӣ, инҳо шуда метавонанд:

- пешгӯии саривақтӣ, ошкор ва пешгирии таҳдидҳои дохилӣ ва берунӣ ба амнияти озуқаворӣ кишвар, кам кардани оқибатҳои манфии онҳо аз ҳисоби омодагии доимии низоми таъмини аҳоли бо маҳсулоти озуқа, ташаккули захираҳои стратегияи озуқа;

- рушди устувори истеҳсоли ватании озуқаворӣ ва ашён хом, ки барои таъмини истиқлолияти озуқаворӣ кишвар кофӣ гардад;

- ба даст овардан ва таъмини дастрасии моддию иқтисодии ҳар як шаҳрванди кишвар бо маҳсулоти озуқаворӣ беҳавф дар ҳаҷм ва намудҳое, ки ба меъёрҳои физиологияи истеъмоли маҳсулоти озуқаворӣ тарзи ҳаёти солим зарурӣ мувофиқат мекунанд;

- таъмини озуқаворӣ беҳатар ва бо сифати табиӣ.

Таҳлили истеҳсоли маҳсулоти асосии кишоварзӣ ба ҳар нафар аҳоли дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар солҳои 2019-2023 нишон медиҳад, ки мҷикҳсоли ҳама маҳсулоти кишоварзӣ ба ҷуз ангур рӯ ба афзоиш ниҳодааст. Дар соли 2023 назар ба соли 2019 истеҳсоли ғалла 13,2%, картошка 4,4% сабзавот 25,6%, полизиҳо 30,4%, мева ва буттамеваҳо 26,8%, гӯшт 32,4% ва тухм 53,3% зиёд гардидааст. Танҳо истеҳсоли ангур 30,2% кам шудааст, ки сабаби асоии коҳишбӣ он сардии ҳавои замишони солҳои 2022-2023 мебошад, ки бинобар сабаби сардии зиёди ҳаво боғҳои ангурро сард зад.

Ҷадвали 1. Истеҳсоли маҳсулоти асосии кишоварзӣ ба ҳар нафар аҳоли дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар солҳои 2019-2023 (кг)

Солҳо Нишондиҳандаҳо	2019	2020	2021	2022	2023	2023/2019 %
Ғалладона	152,2	165,0	161,8	175,0	172,3	113,2
Картошка	107,9	108,7	106,2	109,6	112,4	104,2
Сабзавот	236,7	263,5	264,9	271,0	297,2	125,6
Полизӣ	76,1	80,5	83,5	84,4	99,2	130,4
Мева ва буттамеваҳо	51,4	49,7	45,3	51,3	65,2	126,8
Ангур	26,8	25,4	27,3	30,2	18,7	69,8
Гӯшт (дар вазни кушташуда)	14,8	16,0	16,7	17,5	19,6	132,4
Шир	108,5	108,5	106,3	106,6	109,2	100,6
Тухм, дона	78,7	104,5	107,4	121,4	120,2	153,3

Ҳамзамон, бояд қайд намуд, ки қисми зиёди маҳсулоти истеҳсолшуда барои таъмини бозори истеъмолӣ нигаронида шуда, қисмати ками он ба хориҷа содирот карда мешавад.

Ҷадвали 2. Истеъмоли маҳсулоти асосии ғизоӣ ба ҳар нафари аҳоли дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар як сол (кг) дар давраи солҳои 2019-2023

Солҳо ва меъёрҳо Маҳсулоти ғизоӣ	Меъёри физиологии тавсияшуда и Институти ғизои Ҷумҳурии Тоҷикистон, кг	Истеъмоли воқеӣ					Истеъмоли нисбат ба меъёр дар соли 2023, бо %
		Солҳо					
		2019	2020	2021	2022	2023	
Нон ва маҳсулоти нонӣ	147,7	158,7	165,4	162,4	157,8	155,8	105,5
Картошка	92,0	42,4	41,0	41,16	40,5	41,1	44,7
Сабзавот ва полизӣҳо	166,1	86,4	137,2	126,1	113,4	128,7	77,4
Мева, буттамеваҳо ва ангур	124,0	33,2	30,6	38,4	39,1	35,6	28,7
Гӯшт	40,8	13,1	28,1	26,4	21,8	24,2	59,3
Шир	115,3	63,9	63,3	54,8	41,4	42,3	36,7
Тухм	180,0	92	158	168	158,0	156,0	86,7
Қанд	20,3	15,4	19,5	17,52	15,9	16,4	80,8
Равған	16,6	17,5	18,4	17,2	17,3	19,2	115,7

Таҳлили истеъмоли маҳсулоти асосии ғизоӣ ба ҳар нафари аҳоли дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар панҷ соли охир нишон медиҳад, ки танҳо истеъмоли нон, маҳсулоти нонӣ ва равған ба талаботи меъёрҳо ҷавобгу буда, дигар нишондиҳандаҳои истеъмоли маҳсулоти

ғизой хеле паст мебошад. Истеъмоли картошка картошка ба 44,7%, сабзавот ва полизиҳо 77,4%, мева, буттамева ва ангур 28,7%, гӯшт 59,3%, шир 36,7%, тухм 86,7%, қанд 80,8% баробар гардидааст. Яке аз сабабҳои асосии мувофиқи меър истеъмол нагрдидани маҳсулоти асосии ғизой ин қобилияти пастии харидории аҳоли мебошад, ки наметавонанд сабади истеъмолии худро пурра қонеъ гардонанд.

Дар соли 2024 индекси нархҳои озуқаворӣ тибқи маълумоти Ташкилоти озуқаворӣ ва кишоварзии СММ127 бандро ташкил дода, нисбат ба соли 2023-юм 6,7% зиёдтар мебошад.

Индекси нархи ғалладонагӣ дар муқоиса ба моҳи ноябр бетағйир боқӣ монда, 111,3 бандро ташкил дод, ки нисбат ба соли 2023-юм 9,3% камтар аст.

Индекси нархи рағани растанӣ дар моҳи декабр ба ҳисоби миёна 163,3 бандро ташкил дод, ки нисбат ба моҳи ноябр 0,5 ғоиз камтар аст, аммо дар муқоиса бо моҳи декабри соли 2023-юм 33,5 зиёд мебошад. Пастшавии андаке ба қайд гирифташуда пеш аз ҳама ба паст шудани нархи рағани лубӣ ва офтобпараст вобаста буд. Нархи ҷаҳонии рапс ва рағани офтобпараст низ бинобар кам шудани талабот поён рафт.

Индекси нархи гӯшт дар моҳи декабр 119 бандро ташкил дод, ки нисбат ба моҳи ноябр 0,4% зиёд аст. Нархи гӯшт пас аз се моҳи қоҳиши устувор дар ин давра афзоишро нишон дод.

Ин афзоиш пеш аз ҳама аз сабаби болоравии нархи гӯшти гов, ки дар натиҷаи талаботи қавии ҷаҳонӣ ба вучуд омадааст, инчунин қатъ шудани истеҳсолот аз сабаби ниғоҳдории нақшавӣ дар қорхонаҳои қоркард дар кишварҳои асосии содироткунанда вобаста буд. Нархи гӯшти гӯсфанд дар ҷаҳон низ боло рафтааст, ки ин аз қоҳиши забҳ дар Австралия дар пасманзари беҳтар шудани шароити ҷароғоҳҳо дар натиҷаи боришот сарчашма мегирад. Нархи гӯшти парранда низ аз сабаби захираҳои зиёди содиротӣ дар Бразилия каме поён рафт.

Индекси нархи маҳсулоти ширӣ дар моҳи декабри соли 2024-ум 138,9 бандро ташкил дод, ки нисбат ба моҳи ноябри ҳамин сол 0,7% камтар аст. Ин аввалин қоҳиши арзиши ин маҳсулот пас аз афзоиши пайвастаи ҳафтмоҳа ба қайд гирифта шуд, ки бо вучуди ин нисбат ба ҳамин давраи соли 2023-юм 17% зиёдтар боқӣ монд.

Индекси нархи шакар дар моҳи декабри соли 2024 ба ҳисоби миёна 120 бандро ташкил дод, ки нисбат ба моҳи ноябри ҳамин сол 5,1% қоҳиш ёфтааст. Қоҳиши арзиши ин маҳсулот дар муқоиса бо ҳамин давраи соли 2023-юм 10,6% поёнтар аст. Поён рафтани нархи шакар дар ҷаҳон аз ҳисоби афзоиши истеҳсоли шакар дар Бразилия мебошад.

Нархҳои ҷаҳонаи гӯшти гов ва гӯшти гӯсфанд дар соли 2024 тамоюли афзоиш қасб намуда, ба ҳолати 31-уми декабр 1 кг гӯшти гов 90 сомонӣ ва 1 кг гӯшти гӯсфанд низ 90 сомонино ташкил намуд, ки нисбат ба санаи 2-юми январ мутаносибан 40,6% ва 28,6% зиёд мебошад.

Сабабҳои асосии болоравии нархи гӯшт ин қарон гаштани нархи хӯроқи қорво ва афзоиши талабот арзёбӣ мегардад. Ҳамзамон манъ гаштани парвариш ва ниғоҳубини қорвои ҳонагӣ дар минтақаҳо, ки ба наздикӣ аз ҳаياتи ноҳияҳои атрофи шаҳри Душанбе (ноҳияҳои Рӯдакӣ, Варзоб ва шаҳри Ҳисор) ба ҳаياتи шаҳри Душанбе шомил гаштанд, ба камшавии саршумори қорвои дар ихтиёри аҳолибуда ва ҳалалдор гаштани занҷираи пешниҳод оварда расонд.

Инчунин, омили дигари болоравии нархи гӯшт маҳдуд будани дастрасӣ ба ҷароғоҳҳо мебошад. Дар натиҷа хоҷагӣҳои ҳонагӣ талаботи худро бо ширу гӯшт на аз ҳисоби истеҳсол, балки аз ҳисоби харид таъмин менамоянд, ки бевосита ин омил тавозуни талаботу пешниҳодро ҳалалдор месозад.

Нархи чаканаи гӯшти мурғ дар ин давра устувор буда, ба моҳи декабри соли 2024-ум 32 сомонӣ барои 1 кг-ро ташкил дод, ки нисбат ба 2-юми январ 3,1% кам мебошад.

Нархи чаканаи орди навъи 1-и ватанӣ бо гандуми Қазоқистон нисбатан муътадил буда, ба истиснои болоравии нархи он дар моҳҳои апрел ва май тағйироти ҷиддӣ ба назар намерасад.

Нархҳои чаканаи рағани растанӣ ва шакар дар ин давра муътадил арзёбӣ мегардад, вале нархи тухм бинобар сабаби зиёд шудани талабот дар мавсими сардӣ тамоюли афзоиш дошта, ба ҳолати 31-уми декабр нархи он барои 10 дона 14 сомониро ташкил намуд, ки нисбат ба 2-юми январ 16,7% зиёд мебошад.

Лозим ба қайд аст, ки нархи шир ба истиснои тағйироти ночиз устувор буда, дар нархи он тағйироти ҷиддӣ ба назар намерасад. Нархи биринҷ низ хусусияти мавҷноки тағйирёбӣ дошта, ба ҳолати моҳи декабр 25 сомонӣ барои 1 кг-ро ташкил намуд, ки нисбат ба 2-юми январ 13,6% зиёд мебошад.

Нархҳои чаканаи картошка, бехпиёз, сабзӣ, карам, помидор ва бодиринг, ки маҳсулоти мавсимӣ ба ҳисоб мераванд, дар моҳҳои январ – декабри соли 2024 тамоюли мавҷнок доштанд.

Стратегия то андозае ризоияти иқтисодшиносони кишоварзии ватаниро оид ба самтҳои асосии рушди комплекси агросаноатии кишвар ифода намуда, навосзӣ ва рушди инноватсионии комплекси агросаноатӣ, таъмини озуқаворӣ мамлакат ва тараққиёти устувори деҳот татбиқи муқаррароти СМР-2030-ро пешбинӣ мекунад [5]. Дар Стратегия маҷмӯи тамоми тадбирҳои ба ҳам алоқаманд, такмил додани унсурҳои механизми хоҷагидорӣ пешбинӣ шудааст: низоми обёрӣ, нархгузорӣ, қарздохӣ, субсидия, суғурта, андоз, танзими гумрукию тарифӣ оид ба такмили тақлифҳо пешниҳод карда мешаванд.

Ба андешаи мо самти асосие, ки ба рушди таъмини озуқаворӣ аҳоли мамлакат мусоидат карда метавонад, ин дастгирии молиявӣ истеҳсолкунандагони маҳсулоти кишоварзӣ мебошад, ки дастгирии бевоситаи баъзе навъҳои назарраси маҳсулоти озуқаворӣ, ки ба ҳаҷми истеҳсол ва фурӯши онҳо алоқаманд, ҷорӣ карда шавад.

Самти таъминоти молиявӣ бояд дастгирии ба даст овардани захираҳои моддию техникаӣ дар шароити рақобати шадиди маҳсулоти ватанӣ ва воридоти бошад. Ин ба мошину таҷҳизот, нуриҳои минералӣ, поруандозии заминҳо, воситаҳои муҳофизати растаниҳо ва фурӯши он дахл дорад. Вале, агар сухан дар бораи истифода бурдани таҷрибаи мамлакатҳои хориҷӣ равад, пас инкишоф додани кооперативҳо лозим аст. Як мисол аз соҳаи истеҳсоли шир: вазни қиёсии фурӯши шир ба воситаи кооперативҳо дар Олмон 63%, дар Дания 96%, дар Шветсия 100%-ро ташкил медиҳад [1].

Самти дигаре, ки бояд қайд кард, ин шомилшавии Ҷумҳурии Тоҷикистон ба СУС мебошад. Шомил будан ба ин созмони бонуфуз аз як тараф, робитаҳои иқтисодии хориҷӣ ба таври объективӣ инкишоф диҳад, аз тарфи дигар он ба воридоти маҳсулоти кишоварзии истеҳсолкунандагони хориҷӣ мусоидат мекунад.

Доир ба роҳ мондани сиёсати савдои берунӣ бо мамлакатҳои ИДМ, дар оянда ташкил намудани бозори умумии хоҷагии қишлоқи мамлакатҳои ИДМ хеле муҳим аст.

Дар байни самтҳои афзалиятноки сиёсати савдои хориҷӣ, ки бо таъмини амнияти озуқаворӣ алоқаманданд, инҳоро метавон тақсим намуд:

- ✓ муқаррар намудани механизмҳои таъмини Ҷумҳурии Тоҷикистон бо миқдори нокифояи маводи озуқаворӣ аз давлатҳои воридкунанда;

- ✓ ташкили бозори ягонаи озуқаворӣ кишварҳои ИДМ дар асоси созишномаҳои байниҳукуматӣ, интиқоли озоди молҳои кишоварзӣ ва озуқаворӣ дар қаламрави онҳо;

- ✓ тадричан даст кашидан аз пардохтҳои гумрукӣ ва дигар пардохтҳо аз маҳсулотҳои кишоварзӣ ва озуқаворӣ бо кишварҳои ИДМ;
- ✓ ҷамоҳангсозии сиёсати маркетингӣ, андоз, молия ва қарз;
- ✓ татбиқи барномаҳои муштарак оид ба дастгирии соҳаҳои кишоварзӣ;
- ✓ тақмили кӯмаки суроғавӣ ба қишри аҳолии осебпазир.

Асоси бунёдии амнияти озуқаворӣ ҳар як кишвар метавонад танҳо иқтисодиёти самараноки таъмини озуқаворӣ бошад, аз ин рӯ, дастгирӣ ва ҷавасмандгардонии давлатии соҳаи КАС ниҳоят муҳим арзёбӣ мегардад. Инро мо танҳо ба воситаи низоми танзими давлатӣ иҷро карда метавонем.

Таҷрибаи кишварҳои дорои хоҷагии қишлоқи самаранок нишон медиҳад, ки ҳатто дар шароити сатҳи баланди таъминоти илмию техникӣ ва хизматрасонӣ дастгирии давлатии соҳаи КАС муҳим аст.

Самти дигар ин андозбандӣ мебошад, ки ба таъмини амнияти озуқаворӣ таъсир мерасонад ин ситонидани андоз аз арзиши иловашуда аз таъминкунандагони соҳаи кишоварзӣ мебошад.



Расми 1. Самтҳои афзалиятноки таъмини амнияти озуқаворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон

Яке аз самтҳои таъмини амнияти озуқаворӣ ин концепсияи нави истифода ва азхудкунии минтақаҳои кӯҳӣ-водӣ ва кӯҳсорӣ мебошад, ки нақши онҳо дар ҳалли мушкилоти озуқаворӣ ҳамчун вазифаҳои функционалии ин минтақаҳо, баланд бардоштан ба мақсад мувофиқ аст [1].

Дар оянда дар самтҳои асосии таъмини амнияти озуқаворӣ як қатор вазифаҳои зерин бояд иҷро карда шаванд:

1. Қонеъ гардонидани эҳтиёҷоти ғизоӣ ва хӯроквори аҳолии афзояндаи шаҳру деҳот бо тағйир ёфтани одатҳои истеъмоли ғизо;
2. Афзоиши устувори истеҳсолоти хоҷагии қишлоқ ва ҳосилнокии меҳнат дар онҳо таъмин карда шавад;
3. Қорӣ намудани қарзҳои имтиёзнок дар соҳаи кишоварзӣ;
4. Ташаққул додани устуворӣ ба тағйирёбии иқлим (мутобиқ кардани зироатҳо ва чорво ба тағйирёбии иқлим);
5. Дар шароити рақобати шадид барои захираҳои роҳҳои ҳалли устуворро пайдо кардан;
6. Тамдиди лоиҳаҳои азхудкунии заминҳои нави обӣ;

7. Тартиб додани консепеияи нави истифода ва азхудкунии минтақаҳои кӯхӣ ва баланд бардоштани нақши онҳо дар ҳалли мушкилоти амнияти озуқаворӣ;

8. Пайдо кардани роҳҳои баланд бардоштани ғизои хушсифат ва бехатар.

Ҳамин тариқ, ба ақидаи мо ҳалли ин вазифаҳо дар таъмини устувори амнияти озуқаворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ҳеле муҳим буда, таҳияи механизми нави рушди баҳши кишоварзии мамлакатро тақозо менамояд.

Адабиёт

1. Алиев О. М., Қодирзода Д. Б. Самтҳои асосии таъмини амнияти озуқаворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон // ТГФЭУ. 2023. №4.2 (39). URL: <https://cyberleninka.ru>.

2. Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон дар бораи амнияти озуқаворӣ (Ахбори Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон, с. 2010, №12, қ.1, мод. 830; Қонунҳои ҚТ аз 27.11.2014 с., № 1158; аз 04.04.2019 с., №1591)

3. Омори солони Ҷумҳурии Тоҷикистон. Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. - Душанбе – 2024.

4. Пириев Дж.С., Курбонов М.Р. Новые подходы к аграрной политике в контексте устойчивого развития // Вестник Таджикского национального университета. Серия экономических наук. - Душанбе: Сино, 2014. - № 2/1(121). - С.88-92.

5. Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030, Душанбе 2016.

6. Эмомалӣ Раҳмон. Паёми Асосгузори сулҳу Ваҳдати миллӣ - Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 28.12.2024, ш. Душанбе.

7. Шамсов Ф.Т. Таснифоти бозори молҳои озуқаворӣ ва хусусиятҳои хоסי он. Паёми ДДТТ. 2 (52)/2024. Саҳ. 443-449.

8. Шамсов Ф.Т. Моҳият, нақш ва вазифаҳои бозори озуқаворӣ. Паёми ДДТТ.№1. Душанбе, 2024.

БАЪЗЕ ЧАНБАҲОИ РУШДИ МАРКЕТИНГИ РАҚАМӢ ДАР ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН

Абдурахмон Ҳакимзода - н.и.и., и.в. дотсент, мудири кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. Тел: (+992) 907704890, E-mail: hakimzod-90@mail.ru.

Чафархони Шер - унвонҷӯи кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. Тел: (+992) 988818288.

Дар мақола баъзе чанбаҳои рушди маркетинги рақамӣ дар ҷумҳурии тоҷикистон ва самтҳои афзалиятноки рушди маркетинги рақамиро дар Ҷумҳурии Тоҷикистон муайян ва мавриди омӯзишу таҳқиқ қарор додааст.

Муаллифон қайд намудааст, маркетинги рақамӣ ин пешбурди маҳсулот ва хизматрасонӣ бо истифода аз технология, восита, шабака, усул, интернет – хизматрасониҳо ва дигар имкониятҳои муҳити рақамӣ оид ба пешбурди брендҳои ширкату корхонаҳо дар бозори рақобатӣ ва афзоиши фурӯши маҳсулот мебошад.

Вожаҳои калидӣ: маркетинги рақамӣ, интернет-маркетинг, иқтисодиёти рақамӣ, реклама, рекламаи таргетӣ, контенет-маркетинг, маркетинги иҷтимоӣ, шабакаҳои иҷтимоӣ.

Маркетинги рақамӣ ин як тарзи тичорате мебошад, ки робитаи байниҳамдигарии муштариро бо ёрии воситаҳои коммуникатсионӣ нигоҳ медорад. Бо боварӣ гуфтан мумкин

аст, ки маркетинги рақамӣ на танҳо стратегияи пешбурд бо истифодабарии воситаҳои телекоммуникатсионӣ, балки ҳаммазмунӣ воситаҳои муосири маркетинг ба шумор меравад.

Вобаста ба суръат бахшидани раванди рақамикунонии иқтисодиёт Асосгузори сулҳу Ваҳдати миллӣ - Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон дар Паёми худ ба Маҷлиси олии қайд намуданд: "...суръат бахшидани раванди рақамикунонии иқтисодиёт, инкишофи неруи инсонӣ, баланд бардоштани рақобатнокии маҳсулоти ватанӣ, тақвияти имкониятҳои содиротии мамлакат ва беҳтар гардонидани сифати хизматрасониҳои иҷтимоиро аз ҷумлаи масъалаҳои афзалиятнок эълон намудем"[8].

Маркетинги рақамӣ (digital marketing) ин маркетинги пешбурди маҳсулот ва хизматрасонӣ бо истифода аз шабакаҳои рақамӣ барои фарогирии истеъмолкунандагон мебошад. Дар адабиёти иқтисодӣ вожаҳои гуногун ба монанди, "маркетинги рақамӣ", "digital marketing", "онлайн-маркетинг", "маркетинги нав", "маркетинги электронӣ", "интернет-маркетинг", "маркетинги интерактивӣ" ва ғайраҳо вохӯрдан мумкин аст.

Маркетинги рақамӣ тарҷумаи калимаи англисии "digital marketing" буда, он назар ба интернет - маркетинг маънои васею фарроҳ дошта, дар истифодабарии ҳамаи шабакаҳои интернетӣ асос ёфтааст.

Зери мафҳуми маркетинги рақамӣ одатан сохтан ва паҳн намудани контент ба воситаи сомонаҳо, саҳифаҳои мақсаднок, шабакаҳои иҷтимоӣ, почтаи электронӣ ва замимаҳои мобилӣ фаҳмида мешавад. Он ҷалби истеъмолгарони имконпазир барои хариди мол ва хизматрасониҳои ширкатҳоро дар бар мегирад. Дар он шакл ва тарзҳои гуногун ҷалб ва нигоҳдории муштарӣён бо ҳадафи пешбурди брендҳо ба бозор ва афзоиши фурӯши маҳсулоти ширкатҳо мавриди истифода қарор дода мешавад.

Мафҳуми "digital marketing" нисбат ба мафҳуми "интернет-маркетинг" васеътар буда, он дар худ шабакаҳоеро фаро мегирад, ки истифодаи интернет дар он талаб карда намешавад [7]. Равишҳо ба мафҳуми он дар сарчашмаҳо ба тарзи гуногун маънидод гардидааст, ки он рушди фаъоли маркетинги рақамиро ифода мекунад.

Маркетинги рақамӣ ин истифодабарии технологияи рақамӣ ва воситаҳои ахбори оммавии электронӣ барои пешбурди брендҳои тичоратӣ ё маҳсулот ва ҷалби истеъмолкунандагон мебошад [7]. Маркетинги рақамӣ ин маркетинги пешбурди маҳсулот ва хизматрасонӣ бо истифодаи шабакаҳои рақамӣ барои фаро гирифтани истеъмолгарони имконпазир мебошад [4].

Маркетинги рақамӣ ин пешбурди маҳсулот ва хизматрасонӣ бо истифода аз технология, восита, шабака, усул, интернет – хизматрасониҳо ва дигар имкониятҳои муҳити рақамӣ оид ба пешбурди брендҳои ширкату корхонаҳо дар бозори рақобатӣ ва афзоиши фурӯши маҳсулот мебошад [1].

Вазифаҳои асосии маркетинги рақамӣ ин пешбурди мол ва хизматрасониҳо инчунин, афзоиши амалисозии онҳо бо кӯмаки усулҳои гуногун мебошад. Маркетинги рақамӣ дар худ интиҳоби зиёди усулҳои маркетингии пешбурди мол, хизматрасониҳо ва брендҳоро тақозо мекунад.

Аввалин маротиба мафҳуми маркетинги рақамӣ соли 1990 дар ҷаҳон истифода шудааст. Асри рақамӣ бо пайдо шудани Интернет ва рушди платформаи "Web 1.0", ки барои ёфтани маълумоти лозимӣ ба воситаи интернет истифода мешавад, робитаи зич дорад. Он замон маркетингологҳо дар тамоми ҷаҳон ба платформаи рақамӣ ва амалӣ гаштани стратегияҳои худ, ки он замонҳо интернет он қадар васеъ паҳн нашуда буд, боварӣ надоштанд. Соли 1993 аввалин баннери интерактивӣ ба вуҷуд омад, ки баъди он "HotWired" чандин чунин

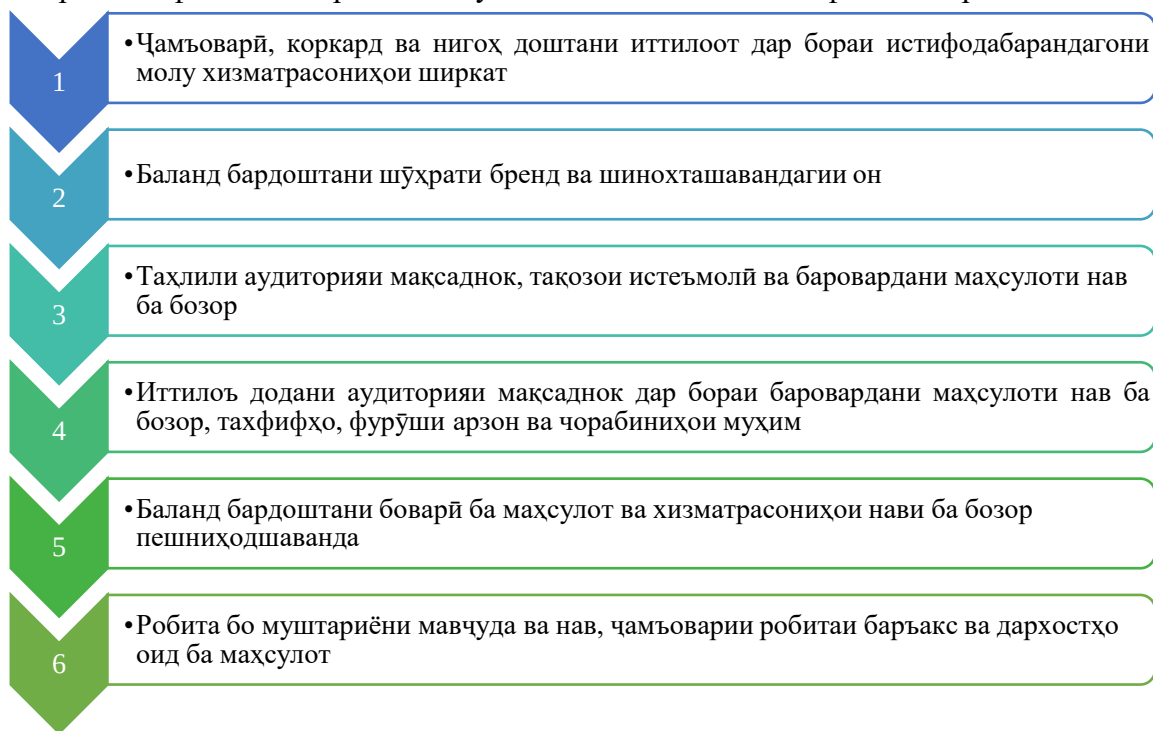
баннерҳоро барои рекламаи худ ихтироъ кард. Дар соли 1994 дар бозори рақамӣ технологияҳои нав пайдо гардид.

Ҳамзамон, “Yahoo” ҳамчун роҳнамо ба марддӯм хизмат мерасонд. Соли 1996 инчунин якчанд низомҳои ҷустуҷӯӣ, аз қабилӣ: “HotBot”, “LookSmart” ва “Alexa” бароварда шуд. Соли 1998 ширкати “Google” ба вуҷуд омад. Ҳамзамон ширкати “Microsoft” низоми ҷустуҷӯи худро бо номи “MSN” ва “Yahoo” ба бозор пешниҳод кард. Баъди ду соли рушди интернет аксари низомҳои ҷустуҷӯи худро мавқеи худро аз даст дода, ҷойи онҳоро ширкатҳои бузург гирифт.

Дунёи маркетинги рақамӣ соли 2006 ҳангоми рушди тахминии бастаҳои низомҳои ҷустуҷӯӣ ба 6,4 млрд. дар як моҳ якбора ташаккул ва рушд намуд. Баъдан чандин низомҳои нави ҷустуҷӯӣ ва шабакаҳои иҷтимоии муосир пайдо гардиданд, ки ба рушди маркетинги рақамӣ ва интернет-маркетинг замина гузоштанд.

Ба чунин тарзҳо ва шаклҳои амалигардонии маркетинги рақамӣ технология, воситаҳо, шабакаҳо, усул, интернет-хизматрасониҳо ва дигар имкониятҳои муҳити рақамӣ оид ба пешбурди брендҳои ширкату ташкилотҳо дар бозори рақобатӣ дохил мешаванд [9].

Ба ғайр аз технологияи мобилӣ ТВ-и анъанавӣ ва радио усулҳои маркетинги рақамӣ интернетро ба сифати миёнараи коммуникатсионии асосӣ истифода мебаранд.



Расми 1. Вазифаҳои асосии маркетинги рақамӣ

Вазифаи “digital” - робитаҳои маркетингӣ ин интиқол ва мубодилаи иттилоот байни тарафҳо, таҳияи ташкили воқеияти нав ҳангоми иштироки фаъоли тарафҳо мебошад.

Тарафҳо дар ин ҷо истехсолкунандаи реклама ва истеъмолкунандаи он ба шумор мераванд.

Як тараф истеҳсолкунандаи реклама тавассути маҷмӯи чорабиниҳо харидорони имконпазирро оиди брендҳои ширкати худ бо ҳадафи амалисозии интихоби харидкунӣ хабардор мекунад. Дигар тараф бошад истеъмолкунандаи иттилоотро қабул, коркард ва интихоби бошуури хариди худро амалӣ месозад.

Маркетинги рақамӣ ин маркетинги пешбурди маҳсулот ва хизматрасониҳо бо истифода аз шабакаҳои рақамӣ буда, барои фаро гирифтани истеъмолгарони имконпазир равона мегадад.

Мутахассиси соҳаи маркетинги рақамӣ пайваста ба пешбурди бренди ширкат машғул шуда, муштариёро тавассути шабакаҳои рақамӣ ба молу хизматрасониҳои ширкат машғул мешавад.

Дар навбати аввал вазифаи ӯ ин пешбурди молу хизматрасониҳои ширкат ба воситаи сомонаи ширкат, блогҳо, шабакаҳои иҷтимоӣ ва онлайн-рекламаҳо мебошад.

Мутахассиси соҳаи маркетинги рақамӣ бояд аз ӯҳдаи чунин малакаҳо ба хубӣ баромада тавонад:

- Стратегияи маркетингии ширкатро сохта тавонад;
- Аз ӯҳдаи гузаронидани таҳқиқоти бозор ба хубӣ барояд;
- Дар муҳити интернетӣ хуб кор карда, молу хизматрасониҳои ширкатро фурӯхта тавонад;
- Аз ӯҳдаи банақшагирӣ ва сохтани контенти ҷолиб ба хубӣ баромада тавонад;
- Аз ӯҳдаи идоракунии захираҳо, ташкили кори интернет-маркетинг бе душворӣ баромада тавонад;
- Аз ӯҳдаи таҳлили натиҷаҳои ҷораҳои маркетингӣ ба хубӣ барояд.

Маркетинги рақамӣ барои ҷалби муштариёни бештар тавассути шабакаҳои рақамӣ ва интернет мусоидат мекунад. Барои ин аз шабака ва воситаҳои гуногуни интернет-маркетинг васеъ истифода мебаранд.

Шабакаҳои маркетинги рақамӣ ин фазои моддӣ – техникае мебошанд, ки барои ташкили алоқа байни тарафҳо, интиқол ва мубодилаи иттилоот таъин гардидаанд. Вазифаи шабакаҳои маркетинги рақамӣ – ташкили алоқа, интиқол ва мубодилаи иттилоот мебошад.

Барои таъсири байниҳамдигарии тарафҳои манфиатдор маркетинги рақамӣ дастгоҳҳои электрониро (компьютор, смартфон, телефонҳои мобилӣ, планшет ва ғайраҳо) истифода мебаранд.

Технологияи аз ҳама машхуре, ки дар маркетинги рақамӣ истифода бурда мешавад, аини замон веб - сомонаҳо, почтаи электронӣ, блогҳо, замимаҳо барои смартфонҳо, банерҳои рекламавӣ ва шабакаҳои иҷтимоӣ ба ҳисоб мераванд [1].

Ба воситаҳои маркетинги рақамӣ ҷорабиниҳое дохил мешаванд, ки онҳо имконият медиҳанд, миқдори зиёди одамонро хабардор ва тавачҷӯҳи аудиторияи мақсаднокро ба маҳсулот ё хизматрасониҳои ширкат ва корхона ҷалб намоянд. Бештари ҳолатҳо, онҳо бо якҷанд воситаҳои маркетинги рақамӣ муштарақан кор меkunанд.

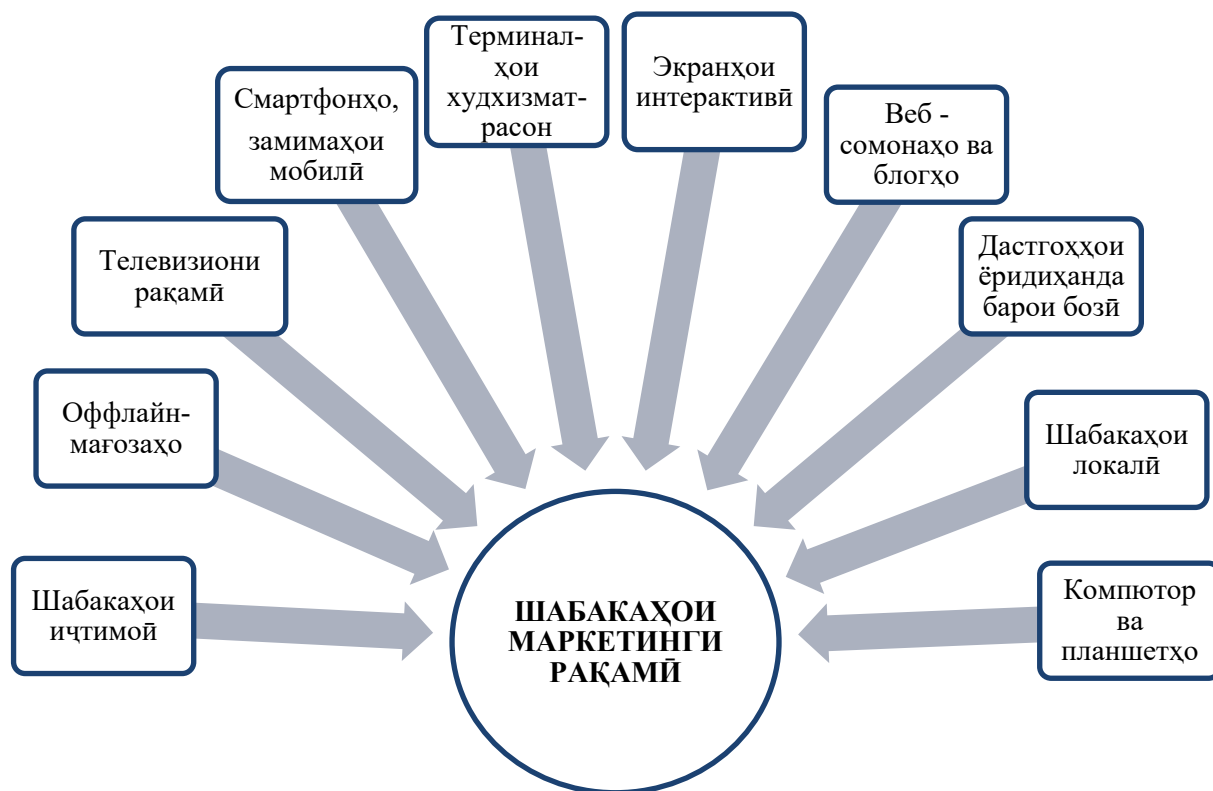
Ба шабакаҳои асосии маркетинги рақамӣ компьютер ва планшетҳо, смартфонҳо, телефонҳои хушманд, веб-сомонаҳо ва блогҳо, шабакаҳои иҷтимоӣ, хостинги видеӣ, POS – терминалҳо, видеикамераҳо, шабакаҳои локалӣ, телевизиони рақамӣ, экранҳои интерактивӣ, дастгоҳҳои ёридиҳанда барои бозӣ, худхизматрасонии терминалӣ, QR рамзҳо дар плакатҳои рекламавӣ ва маҷаллаҳо дохил мешаванд.

Дар маркетинги рақамӣ ба рекламаи пешбурд тавассути шабакаҳои анъанавӣ ба монандӣ: эълонҳо дар рӯзномаву маҷаллаҳо, реклама дар телевизион, дар раио, реклама дар нақлиёт, рекламаи беруна, реклама бар бомпӯшҳо, реклама дар воситаҳои шӯноидиҳанда ва дар билбортҳо дохил намешаванд.

Гарчанде, ки агар дар билборт QR-рамз мавҷуд бошад ҳам, бо ёрии он метавон ба сомона ворид шуда, аллакай он маркетинги рақамӣ шуда метавонад. Моҳияти интернет – маркетинг бошад ин истифодабарии шабакаҳои рақамӣ мебошад.

Дар маркетинги рақамӣ аз дигар шаклҳои маркетинг хусусиятҳои хоси худро дорад, ки дар шароити рушди босуръати технологияҳои иттилоотӣ он ҳам зина ба замин рушд намуда истодааст. Он бо тағйиротҳои ҳаррӯзаи технологияҳои рақамӣ алоқамандии зич дорад.

Таваҷҷӯҳи бештарро аз байни онҳо ба интернет ва воситаҳои электронӣ равона месозанд, ки бо кӯмаки онҳо мумкин аст ба шабакаи умумичаҳонӣ (тавассути компюторҳо, планшетҳо, смартфонҳо ва ғайра) ворид шавем. Дар як қатор ҳолатҳо маркетинги рақамӣ шабакаҳои локалиро низ истифода мебарад. Мисол: дар дохили ноҳияҳои шаҳрҳо (бештар васеъ истифода мешаванд). Инчунин ба сифати шабакаҳои паҳнкунии иттилооти рекламавӣ воситаҳои мобилиро васеъ истифода мебаранд.



Расми 2. Шабакаҳои маркетинги рақамӣ

Мутахасисони “digital marketing” вақте, ки оид ба шабакаҳои интиқоли контент суҳан меронанд, вожаи “медияҳои рақамӣ”-ро дар назар доранд.

Воситаҳои асосии маркетинги рақамӣ инҳоянд:[10]

- Контент – маркетинг (интишорот дар сомонаҳои мавҷӯӣ, дар блогҳо ва ғайра;
- Email – маркетинг (паёмҳои почтавӣ, ки як қисми контент-маркетинг мебошанд;
- SMM (пешбурди гурӯҳ дар шабакаҳои иҷтимоӣ);
- Рекламаи таргетӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ;
- Рекламаи контекстӣ;
- Рекламаи медиявӣ;
- SEO (пешбурди сомона дар низомҳои ҷустуҷӯӣ);
- Барномаҳои шарикӣ;
- Сомонаи ширкат;
- Аудио ва видео – рекламаҳо (реклама дар подкастҳо, онлайн-радио ва ғайра).

Аз рӯйи акидаи Дзяков С.А. ва Глазкова У.А. ба шабакаҳои рақамии асосии амалисозии маркетинги рақамӣ рекламаи контекстӣ ва тизерӣ, пешбурд дар медияҳои иҷтимоӣ ва блогҳо, сохтани замимаҳои мобилӣ барои смартфонҳо, планшетҳо ва рекламаи вирусӣ дохил мешавад[6].

Контент-маркетинг. Сохтани контент ин раванди пурра намудани фазои медиявӣ бо иттилоот (мақолаҳо, видео, инфографика, блогҳо, тасвирҳо ва ғайра) барои ҷалби диққати аудитория ба маҳсулот ё хизматрасонӣ мебошад. Контенти шавқовар ва муфидро сохта, ширкат дар бозор мавқеъ ба даст меорад [10].

Email – маркетинг. Воситаи анъанавӣ-фиристондани иттилоот дар бораи маҳсулот бо ёрии почтаи электронӣ ба ашхоси мушаххас ё гурӯҳи истеъмолгарон мебошад.

Агар суроғаҳои паёмхоро дуруст ва оқилона муайян карда тавонем, он гоҳ воситаи мазкур метавонад, ки тарзи самараноки фурӯш гардад.

SMM ё маркетинги иҷтимоӣ. Ин ҷалби трафик таваҷҷӯҳи аудитория тавассути шабакаҳои иҷтимоӣ мебошад. Шабакаҳои иҷтимоӣ тавассути аудиторияи калони ғайри худ барои пешбурди бренд ва ҳам барои васеъ намудани аудитория ва ҳатто барои фурӯшҳои ғайри низ истифода бурда мешавад.

Он ҳамзамон, оид ба ҷустуҷӯи аудиторияи шавқовар кӯмак намуда, ғайринокии истифодабарандагонро меафзояд.

Рекламаи таргетӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ. Шабакаҳои рекламавӣ ин як воситаи онлайн-пешбурд наздик ба маркетинги шарикӣ аст. Моҳияти он пешниҳоди баста, истифодабарандагон ба супоришдиҳанда ва пардохти амали мушаххаси истифодабаранда мебошад. Ин яке аз воситаҳои сода ва аниқ мебошад.

SEO (пешбурди сомона дар низомҳои ҷустуҷӯӣ). Қабули баста дар низомҳои ҷустуҷӯӣ буда, воситаи дуру дароз мебошад, ки ҳам корҳои техникӣ (муносибгардонии сомона, кор бо РТМІ ва пайнавиштҳо) ҳам бо контентҳо, ки на танҳо рейтингро дар низомҳои ҷустуҷӯӣ баланд мекунад, балки боварино ба маҳсулот ва ширкат ташаккул медиҳад.

Барномаҳои шарикӣ. Муносибати тарайни сӯдманд бо дигар ширкатҳо мебошад, ки дар ҳама соҳа ғайрилоят мекунад, аммо бо маҳсулоти ширкат рақобат намекунад. Тавассути он мумкин аст, ки шинохтани бренд, васеъ намудани аудитория, баланд бардоштани сифати истифодабарандагон тавассути ҳамкорӣ бо дигар ширкатҳо ба даст оварда шавад.

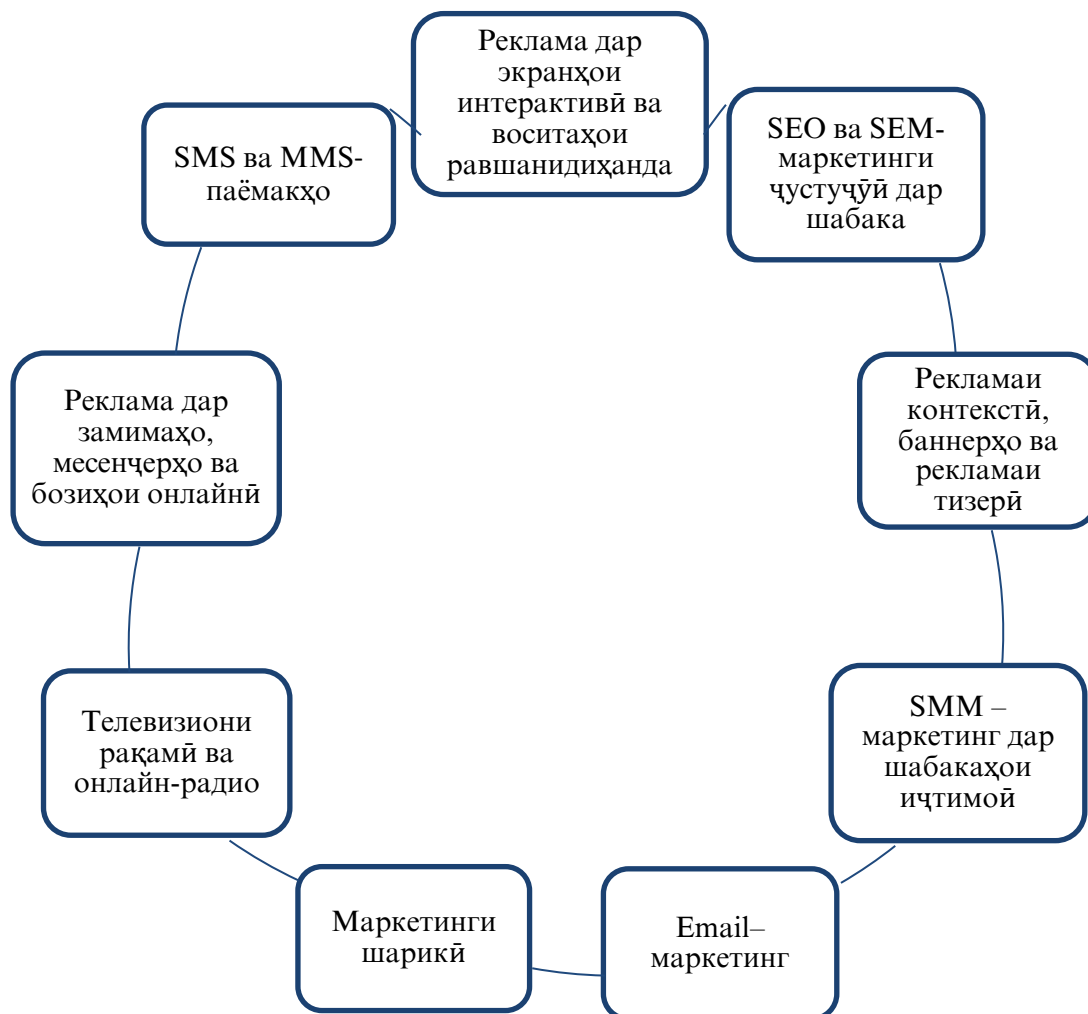
Шабакаи маркетингии шарикиро истифода бурда, модели пешбурд бо кӯмаки дигар ширкатҳо (дистрибюторҳо, ширкатҳои маркетингӣ ва ғайра) манфиатовар аст. Ин восита ба онҳое, ки таҷриба надоранд кӯмак мерасонад. Ширкат таваккали камтаринро пеш бурда, натиҷаи мушаххасро пардохт мекунад. Дар навбати аввал бояд саҳифаи маҳсулот бо сифати таҳия карда шавад. Матни рекламавӣ, видео, кор бо рейтинг ва дархостҳо ҳамаи ин ба муваффақияти корхона таъсир мерасонад. Кор бо васоити ахбори омма (ВАО) ин идоракунии паҳнкунии иттилоот тавассути ВАО-и электронӣ ва анъанавӣ буда, бо контент аз бисёр ҷиҳат алоқамандӣ дорад. Аммо дар ин ҷо иттилооти дар бораи маҳсулот нашршударо ба пуррагӣ назорат кардан ғайриимон аст.

Дастгирии истифодабарангон ин ба муштариён пешниҳод намудани хизматрасониҳо қабл аз харид дар вақти харид ва баъди он мебошад. Дастгирии дурусти истифодабарандгон имкон медиҳад, ки камбудии маҳсулот бартараф карда шуда, дараҷаи назарҳои бад кам карда шавад. Истифодабаранда бояд ғамхорӣ ва кӯмакро оид ба беҳтар намудани маҳсулоти ширкат эҳсос намояд.

Таҷрибаи истифодабарӣ ин ҷабҳаҳои гуногуни таъсири байниҳамдигарии одам бо маҳсулот аз ҷумла, бо интерфейс, нақша, дизайн ва контент мебошад. Бояд ҷалби бештари истифодабарандагонро ба даст оварем. Агар замима ё маҳсулоти ширкат дар бозор нодир набошад, он гоҳ таҷрибаи истифодабаранда яке аз нишондиҳандаҳои асосии таъсир ба интихоби он ба шумор меравад.

Намудҳои аз ҳама маъмули маркетинги рақамӣ инҳо мебошанд: [10]

- ✓ Телевизиони рақамӣ ва онлайн-радио;
- ✓ Реклама дар замимаҳо, месенҷерҳо ва бозиҳои онлайнӣ;
- ✓ SMS ва MMS-паёмҳо;
- ✓ Реклама дар экранҳои интерактивӣ ва воситаҳои равшанидиҳанда дар кӯчаҳо, дар терминалҳои худхизматрасонӣ;
- ✓ SEO ва SEM-маркетинги ҷустуҷӯӣ дар шабака;
- ✓ Рекламаи контекстӣ, баннерҳо ва рекламаи тизерӣ;
- ✓ SMM – маркетинг дар шабакаҳои иҷтимоӣ;
- ✓ Email–маркетинг;
- ✓ Маркетинги шарикӣ, ки дар он вебмастер барои ҷалби ҳар як воридшаванда ё харидор маблағи муайян ба даст меорад.



Расми 3. Намудҳои аз ҳама маъмули маркетинги рақамӣ

Маркетинги рақамӣ ҳамчун шакли пешбурди маҳсулот ва хизматрасонӣ бо истифода аз технология, восита, шабака, усул, интернет – хизматрасониҳо ва дигар имкониятҳои муҳити

рақамӣ оид ба пешбурди брендҳои ширкату корхонаҳо дар бозори рақобатӣ ва афзоиши фурӯши маҳсулот нигаронида шудааст.

Малакаҳои касбӣ ин дониш ва таҷрибае, ки барои корманд ба кори худ аз рӯи ихтисос зарур аст. Мисол: дизайнери граффикӣ бояд малакаи тасвир намудани логотипро дошта бошад. Малакаҳои зарурӣ чун қоида дар ибтидо дар ҷойҳои кориҳои холи нишон дода мешавад. Талабот ба ҳар як вазифаҳо дар ширкатҳои гуногун аз якдигар фарқ мекунанд. Фарқият аз намуди фаъолият ва штати кормандон вобастагӣ дорад. Мисол: веб-маркетолог барои шабакаҳои иҷтимоии ширкат ҷавобгар аст, агар дар штати кормандон вазифаи SMM-менечер мавҷуд набошад.

Малакаҳои асосие, ки ба ҳар як корманди соҳаи маркетинги рақамӣ зарур аст:

- ✓ Доштани малакаи самаранкони муошират;
- ✓ Қобилияти дар тим ё гурӯҳ кор карда тавоништан;
- ✓ Масъулият;
- ✓ Манфиатдор будан дар таҳассус;
- ✓ Ташаббус нишон додан;
- ✓ Малакаи худомӯзӣ доштан.

Ҷадвали 1. Афзалият ва камбудии маркетинги рақамӣ

Афзалиятҳо	Камбудии
✓ Ҳавасмандгардонии фаъолияти корхонаҳои хурд ва баланд бардоштани самаранокӣ фаъолияти амалиёти онҳо; ✓ Бартараф намудани маҳдудиятҳои ҷуғрофӣ; ✓ Дастрасии 24/7 рӯз дар ҳафта; ✓ Сарфаи захираҳо барои рекламаи ҷалби муштариён; ✓ Ба даст овардани омори пурра; ✓ Фардикунонӣ ва имконияти реклама намудани танҳо аудиторияи мақсаднок - таргетинг; ✓ Мавҷудияти имкониятҳои хонандагон ва мухлисон, ки контентҳоро истифода мебаранд; ✓ Зиёд намудани шумораи муштариён; ✓ Васеъ фаро гирифтани аудитория; ✓ Зиёд намудани муддати вақти рекламавӣ барои ширкат; ✓ Баланд бардоштани дараҷаи дараҷаи садоқати муштариён ва пурзур намудани шуҳрат дар интернет тавассути истифодабарии шабакаҳои иҷтимоӣ; ✓ Имконияти муқаррар намудани робитаи бевосита бо аудитория ва алоқаи зудӣ баръакс бо истеъмолкунандагон; ✓ Сабуки ва босуръат гузаронидани онлайн-муомилотҳо ҳангоми хариди молҳо; ✓ Афзоиши мол ва хизматрасониҳо; ✓ Универсалӣ будан, зеро ки амалан барои ҳамаи соҳаҳои фаъолият мувофиқат кардан.	✓ Мавҷуд набудани робитаи рӯ ба рӯ; ✓ Зарурияти таъмин намудани бехатарӣ ва махфӣ будан; ✓ Мавҷуд намудани боварӣ; ✓ Вобастагӣ доштан аз технология; ✓ Харочотҳои хизматрасонии техникӣ; ✓ Дараҷаи пасти сохторҳои рақамӣ; ✓ Шиддат ёфтани рақобати нархӣ; ✓ Шиддат ёфтани рақобати ҷаҳонӣ дар шароити ҷаҳониварӣ; ✓ Дараҷаи пасти донишҳои техникӣ маркетингоӣ, мавҷуд набудани фаҳмиши принципҳои асосии кор дар муҳити рақамӣ; ✓ Интиҳоби шабакаҳои трафик; ✓ Мавҷуд набудани автоматикунонӣ; ✓ Мавҷуд набудани ягонагӣ; ✓ Суръати пасти интернет; ✓ Арзиши баланди интернет.

Таҳқиқотҳо нишон медиҳанд, ки 73%-и истеъмолкунандагон аз мағозаҳои бештар молу маҳсулот харидорӣ мекунанд, ки дар бораи онҳо тавассути интернет ё шабакаҳои иҷтимоӣ маълумоти бештар доранд [6].

Онҳо натавонанд маҳсулот ва хизматрасониҳои ширкати харидорӣ мекунад, балки харидҳои такрорӣ намуда, ба широкони дӯстон низ он мағозаҳо тавсия медиҳанд, агар сифати маҳсулот ва хизматрасонии онҳо талаботашонро қоне карда тавонад.



Расми 4. Самтҳои афзалиятноки маркетинги рақамӣ

1. Web – таҳиягар дар умум барои сохтани сомонҳо, замида дар телефонҳои хушманд ва дастгирӣ онҳо машғул аст. Самти дигари фаъолияти он фронтенд – таҳиягар мебошад, ки интерфейси веб – захираҳо иҷро мекунад. Ҳамзамон, матахассиси бэкенд ҳаст, ки майдонҳои интернетро меофарад.

Фулстак – ин мутахассиси бисёрвазифа буда, сомонро ба пуррагӣ аз дохил то саҳифаи аввал ё сарсаҳифа месозад. Ин тахассус дар бозор серхаридор буда, он бояд ҳамакора бошад. Барои таҳияи фронтенд чунин воситаҳо ба монанди: забони “JavaScript” истифода бурда мешавад. Бэкенд бошад ба забони “Python + PHP”, ё “Java” ва “Node.js” навишта мешавад.

Барои гузаронидани чунин кор ба мисли сохтани сомон аз аввал то охир ба фулстак – таҳиягар донишҳои зиёде лозим аст. Аз ин лиҳоз, музди меҳнати онҳо низ баланд аст.

“Python” – таҳиягар забони “Python” – ро медонад, ки он забони универсалии рамзгузори буда, ҳалли маҷмӯи вазифаҳои гуногунро тавассути он ҳал мекунад. Ба мисли, навиштани замида ва скриптҳо, тестикунонӣ ва коркарди базаи маълумотҳо.

2. Таҳлил – яке аз самтҳои касби таҳлилгар – “Data Scientist” мебошад. Ин мутахассис ҳамчунин маълумотҳо чамбӯварӣ намуда, меомӯзад, аммо қонуниятҳо дар он нисбатан мураккаб буда, ҳаҷми зиёди иттилоотро дар бар мегирад. Он ба оянда назар карда, модел сохта, онро меомӯзонад ва месанҷад.

3. Интернет – маркетинг. Веб – маркетинг бо пешбурди маҳсулот ва хизматрасониҳои корхона дар интернет машғул аст. Он аудиторияи мақсаднокро баҳогузори намуда, тақлифоти рақибонро меомӯзад. Дар асоси маълумотҳои бадастовардашуда интернет – маркетинг стратегия таҳия намуда, нақшаи маблағгузори тартиб дода, ҷорабиниҳои рекламавиरो ташкил мекунад.

Дар оянда мутахассис кори гузаронидаи ӯ чӣ қадар самаранок аст ва ё ба он тағйирот даровардан мумкин аст, баҳогузори мекунад. Ба малакаи веб – маркетинг копирайтинг, таҳия ва танзими видео, аудио ва тасвирҳо дохил мешаванд.

Таргетолог – ин мутахассисе, ки рекламоро дар шабакаҳои иҷтимоӣ сохта, танзим ва таҳлил мекунад. Маъноӣ асосии ин касб – омӯзиши муштарӣро имконпазир ва аудиторияи мақсаднок мебошад, ки ба маҳсулоти пешниҳоднамуда завқ доранд.

Таргетолог таҳлилро гузаронида, қарорҳои ҷолибро ҷустуҷӯ мекунад. Ҳар қадаре, ки ҷорабиниҳои рекламавӣ гузаронидани ӯ истеъмолагарони зиёди имконпазирро ҷалб кунад, ҳамон қадар даромади он зиёд мегардад.

4. Веб – дизайн. Веб – дизайнер қисми визуалии брендро месозад. Он инчунин ба ороиши қисми дидашавандаи сомона машғул шуда, деталҳои ширкатро таҳия мекунад. Ҳамзамон ӯ ба коркарди услуб машғул мешавад.

UX/UI – дизайнер симои берунаи сомона ё замиро сохта, на танҳо ба зебогии веб – захира, балки барои истифодабаранда қуллаи будани он ҷавоб мегӯяд. Ӯ инчунин макети интерфесро низ таҳия мекунад. Ӯ бояд асосҳои маркетинг, ҳалли бизнес – вазифаҳо ва лоиҳаҳои мураккабро донанд.

5. Менечмент. Менечмери лоиҳаҳо ҷорабиниро аз аввал то охир ташкил намуда, вазифаи асосии он ҳамроҳанг кардани қори коллектив мебошад. Дар ҷое, ки одамон дар тим ғайрифаъолият мекунанд, бе мутахассиси соҳаи менечмент пешрафти фаъолияти онҳо ғайриимкон аст.

Дар соҳаи технологияҳои иттилоотӣ чунин мутахассис хизматрасониҳо, сомонаҳо ва замиро месозад. Ба вақолати ӯ муошират бо муштарӣро, таҳияи нақшаи фаъолият дохил шуда, муҳлати иҷроиши онҳоро назорат мекунад.

Менечменти лоиҳаҳо бояд соҳаи фаъолияти технологияҳои иттилоотиро сарфаҳм рафта, маҳорати шартнома бастанро дошта, бояд ба асабоният тобовар бошад.

Ӯ инчунин, бояд вазифа ва ӯҳдадоҳои ҳар як мутахассисро доништа, донишҳои появии дар бораи алгоритмҳо ва забонҳои барномасозиро дошта бошад.

Ҳамин тариқ, маркетинги рақамӣ яке аз соҳаҳои ояндадори иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба ҳисоб рафта, ҳангоми таҳияи стратегияи дуруст метавонад бисёр афзалиятҳоро барои ширкатҳои бузурги ватанӣ таъмин намояд. Барои ташаккули маркетинги рақамӣ сараввал бояд мушкilot ва омилҳои таъсиррасон ба рушди он муайян ва бартараф карда шаванд.

Аз омӯзиш ва таҳлилҳо ба хулосае омадем, ки барои рушди маркетинги рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон андешидани ҷораҳои асосии зерин мувофиқи мақсад мебошад:

- ✓ Мустаҳкам намудани донишҳои назариявӣ оид ба маркетинги рақамӣ, технологияҳои рақамӣ, Интернет ва интернет - маркетинг;
- ✓ Баланд бардоштани маърифати техникӣ ва истифодаи Интернет;
- ✓ Ташкил ва гузаронидани ҷорабиниҳои илмӣ - амалӣ оид ба муҳимият ва аҳамияти истифодаи интернет-мағоза ва интернет-маркетинг байни омма;
- ✓ Беҳтар намудани сифати хизматрасониҳои интернетӣ дар кишвар;
- ✓ Баланд бардоштани суръати интиқоли интернет дар минтақаҳои дурдаст ва деҳот;
- ✓ Қоҳиш додани арзиши бастаҳои интернетӣ;
- ✓ Барқарор намудани тамоси шахсӣ;
- ✓ Зарурияти таъмин намудани беҳатарӣ ва махфият;
- ✓ Мустаҳкам намудани боварии муштарӣро ба молу хизматрасониҳои ширкат;
- ✓ Маркетологҳо бояд муштарӣро бовар қунонанд, ки муносибатҳои мутақобила, ки дар олами маҷозӣ сурат мегирад, ба мисли дунёи воқеӣ мебошад;
- ✓ Рушди технологӣ. Дароҷаи рушди технология метавонад ба сатҳи рушди инфрасохтор дар як қатор минтақаҳо мувофиқат накунад;

- ✓ Тағйирёбии хизматрасониҳои техникӣ дар шароити муҳити доимо тағйирёбанда;
- ✓ Баланд бардоштани шаффофияти нархгузорӣ ва ҷоннок намудани рақобати нархӣ дар бозорҳои мақсаднок;
- ✓ Баланд бардоштани дараҷаи дониш, фарҳанги техникии маркетингҳо ва ба вуҷуд овардани принципҳои асосии кор дар муҳити рақамӣ;
- ✓ Интиҳоби дурусти шабакаҳои баста. Бештар ҳамаи соҳибмулкони тиҷорат шабакаҳои нисбатан машҳур, аз қабилӣ: “Google” ва “Яндекс”-ро дар шабакаҳои иҷтимоӣ истифода мебаранд;
- ✓ Дар шароити муосир дигар шабакаҳои иҷтимоиро низ ширкатҳо бояд васеъ истифода баранд;
- ✓ Такмили ихтисос ва баланд бардоштани дараҷаи тахассуси мутахассисони соҳаи технологияҳои рақамӣ, интернет – маркетинг, маркетинги рақамӣ ва менеҷмент;
- ✓ Ба мизочон дастрас намудани маводҳои методӣ ва иттилоотӣ оид ба афзалиятҳои истифодаи воситаҳои маркетинги рақамӣ.

Адабиёт

1. Абдурахмон Ҳ., Шамсов Ф.Т. // Афзалиятҳо ва хусусиятҳои маркетингӣ рақамӣ дар шароити муосир // Конференсияи байналмилалӣ илмию амалӣ дар мавзӯи: “Рушди технологияҳои рақамӣ дар шароити муосир”. Душанбе, 2022.
2. А.А. Мирзоалиев. Идоракунии рушди иқтисодии кадрӣ савдои чакана дар шароити ташаккули иқтисоди рақамӣ: назария, методология ва амалия. Диссертатсияи докторӣ. Душанбе, 2023. С. 6.
3. Винарский Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 269 с.
4. Горохов М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21.
5. Горнштейн М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд.. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 16 с.
6. Дзяков С.А., Глазкова У.А. Диджитал маркетинг: Основные тенденции и перспективы развития//Экономика и социум. 2016. №5-1.
7. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. – М.: Альпина Паблицер, 2019. – С. 35.
8. Паёми Асосгузори сулҳу Ваҳдати миллӣ - Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон аз 28.12.2023, ш. Душанбе.
9. Шевченко Д. А. Маркетинг образования в России. – М.: ЮнитиДана, 2017. – С. 221.
10. Шахшаева Л.М. Учебное пособие по дисциплине «Digital-маркетинг» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2022. - С. 25.

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аскарова Санавбархон Султонходжаевна - к.э.н. старший преподаватель кафедры мировой экономики Государственное образовательное учреждение «Худжандский государственный университет имени академика Б.Гафурова», Республика Таджикистан, Согдийская область, г. Худжанд. Телефон: +992 926165557. E-mail: sanam85@mail.ru

В статье рассматривается проблемы развития пищевой промышленности Согдийской области Республики Таджикистан на базе использования факторного анализа. Отмечается, что вопросы обеспечения продовольственной безопасности с учетом доступа населения к качественной продукции питания существенным образом зависят от состояния и тенденции развития предприятий пищевой промышленности в стране и ее регионов. Важнейшим условием развития конкурентных преимуществ предприятий пищевой промышленности является уровень их концентрации, степень эффективности схем их специализации и интеграционного взаимодействия, направленных на достижение синергетического эффекта.

Ключевые слова: регион, промышленность, факторы развития, инновация, инвестиции, энергообеспеченность, кластеризация.

Развитие промышленной системы региональной экономики в значительной степени связывается с качеством и эффективностью организационно-экономического механизма управления интеграционными и кооперационными процессами, способствующие повышению уровня конкурентоспособности отдельных субъектов, более рациональному использованию имеющихся ресурсов, обеспечению оптимального взаимодействия науки и производства, а также максимизацию синергетического эффекта от взаимосвязи различных элементов целой системы. Кластерный подход считается наивысшим уровнем развития интеграционных процессов, требующий соответствующего механизма управления его формирования и развития. Последнее актуализирует анализа современного состояния и тенденции развития промышленной системы региона с учетом определения наиболее приоритетных отраслей в качестве сферы для реализации кластерного подхода.

Проблемы развития промышленной системы региональной экономики рассмотрены в работах зарубежных и отечественных авторов. Социально-экономическое развитие страны и ее регионов напрямую зависит от уровня мощи ее промышленных предприятий. Промышленность региона рассматривается как важный элемент экономической структуры страны и имеет отличительные особенности, определяющие ее вклад в национальную экономику.

Изучение условий и изменений социально-экономических процессов промышленного развития показывает, что каждое промышленное предприятие имеет особую среду и характерные для него организационные, экономические, социальные, производственные, институциональные и другие структуры, определяющие организационно-экономического механизма ее управления (функционирования). Соответственно, ключевым фактором стабильного и устойчивого функционирования промышленных предприятий региональной экономики выступает организационно-экономический механизм ее управления. При этом, географическое расположение региона, природно-ресурсный потенциал, региональная специализация, уровень технологической развитости, специфика протекания демографических процессов и т.п., в совокупности, определяют характеристику структурных

особенностей организационно-экономического механизма управления экономических субъектов.

В большом экономическом словаре, пищевая промышленность характеризуется как «совокупность отраслей, производящих пищевые продукты: мясная, молочная, рыбная, мукомольнокрупяная, хлебопекарная, сахарная, кондитерская, консервная, масложировая и др.» [1, с.14-56]. При этом, в международной стандартной отраслевой классификации пищевые производства отнесены к разделу обрабатывающей промышленности, самостоятельными подразделами в которой выделены производство пищевых продуктов (код 10), производство напитков (11) и производство табачных изделий (12) [23]. Структура пищевой промышленности в настоящее время представлена следующим образом: мясная, рыбная, переработка фруктов и овощей, масложировая, молочная, мукомольная, крахмальная, хлебобулочная, сахарная, кондитерская, консервная, макаронная, производство блюд, готовых к употреблению, производство кормов для животных.

Разнородность структуры пищевой промышленности вызывает необходимость использования различных механизмов управления этой важной отрасли. Существенным отличием пищевой промышленности выступает то, что отрасль находится между различными отраслями сельского хозяйства и промышленности.

Другим важным отличием пищевой промышленности является вне сезонности потребления ее продукции, в то время как сырьё для производства пищевой продукции в основном имеет сезонный характер [9, с.176-185].

В Согдийской области развитие отраслей пищевой промышленности имеет давнюю историю. Территория современной Согдийской области Республики Таджикистан находился на перекресте «Шелковой пути», вызывая, тем самым, развития различных отраслей сельского хозяйства, ремесленничества и торговли. Исторические факты свидетельствуют о бурном развитии таких отраслей сельского хозяйства и дальнейшей переработки их продукции как скотоводства, садоводства, виноградарства, овощеводства и др. В работах многих авторов отмечается высокий уровень активности местного населения, талантливость, трудолюбие и способность к реализации инновационных идей.

Основы современного комплекса пищевой промышленности Согдийской области заложены в годы Советского союза. До восстановления Советской власти в Северном Таджикистане действовало всего 4 хлопкоочистительных завода, которые в 1913 году произвели всего 627 тонн хлопка. В ходе восстановления народного хозяйства в Худжандском районе работал хлопкоочистительный завод, на котором работало 100 человек. А в Восточной Бухаре до 1924 года существовал хлопкоочистительный завод в Сарой-Камаре. Одним из основных направлений индустриализации Таджикистана стала пищевая промышленность. В 1926 г. в Душанбе был основан маслозавод. В связи с увеличением общего сбора зерновой продукции возникает острая необходимость регулирования мельничной работы, поскольку кустарные мельницы не могли обеспечить помол зерна. В 1926 г. Государственный план Республики Таджикистан рассмотрел вопрос о создании в республике мукомольных заводов и постановил начать реализацию плана [8, с.242-246].

Н. А. Хайитбаева отмечает, что «Первыми предприятиями пищевой промышленности в регионе стали: Канибадамский консервный комбинат по переработке плодов и овощей, Пенджикентский винный завод, Худжандский консервный комбинат, Кистакузский консервный комбинат, Исфаринский консервный комбинат и Ганчинский консервный комбинат. По сравнению с другими регионами, пищевая промышленность в Согдийском

регионе достаточно развита, многие предприятия пищевой промышленности специализированы» [22]. Безусловно, после распада Советского Союза многие прежние производственные связи, с трудом созданные в результате комплекса мер по территориальному размещению, были разорваны. Некоторые предприятия приостановили свою деятельность, другие сокращали объем производства и преобразовались в другие субъекты хозяйственной деятельности. В настоящее время идет процесс возрождения отраслей пищевой промышленности уже под влиянием рыночных факторов и частично по сценариям государственной (региональной) политики развития отраслей промышленности.

Важно отметить, что в Согдийской области развитие предприятий пищевой промышленности в значительной степени активизировались только после 2012 г. Это означает, что рыночная турбулентность, отчасти связанная с периодом проведения экономических реформ, уже стабилизируется. Продолжается процесс сближения отраслей промышленности и сельского хозяйства с учетом влияния рыночных факторов, отражающие эволюционные закономерности углубления интеграции, специализации и кооперации предпринимательских структур. Постепенно формируются крупные компании в сфере переработки сельскохозяйственной продукции, предназначенные для пищевой промышленности, в т.ч., с участием иностранного капитала [7, с.81-92].

Существует мнение о том, что: «На современном этапе нужно в корне менять подход в части размера и района создания пищевых предприятий - отказаться от гигантских их размеров, наподобие Худжандского консервного комбината, крупных плодоовощных консервных заводов. Необходимо строить небольшие, средние специализированные, технически и технологически высоко оснащенные предприятия, выпускающие конкурентоспособную продукцию, непосредственно в районах сосредоточения сырья» [3, с.138].

Автор данного высказывания исходит из того, что в условиях развития малого и среднего предпринимательства в пищевой промышленности необходимость в организации крупного холодильного хозяйства для длительного хранения сырья, характерного для крупного производства, отпадает. По его мнению, расстояние и плохое качество дорог, отсутствие складов по хранению пищевых продуктов и неразвитость других логистических элементов функционирования отрасли не позволяют вовремя обеспечить поставку продукции в нужное время и в нужном объеме. Мы считаем недостаточно обоснованным мнение Д.Н. Гуфронова по этому поводу.

Безусловно малые и средние предприятия выступают в качестве детерминирующего фактора развития отрасли. Однако формирование крупных компаний, способных, в первую очередь, аккумулировать инвестиционные ресурсы в реализации инновационных проектов является необходимым условием обеспечения конкурентных преимуществ отечественных предприятий. Что касается логистических структур, выступающих посредником между производителями и потребителей, их можно привлечь в состав кластерных образований.

В настоящее время пищевая промышленность Согдийской области занимает лидирующее место среди других регионов республики. Удельный вес производства продукции пищевой промышленности Согдийской области в структуре регионов страны составляет 30,8 %, что является наибольшим показателем по отношению к другим регионам (рис. 1).

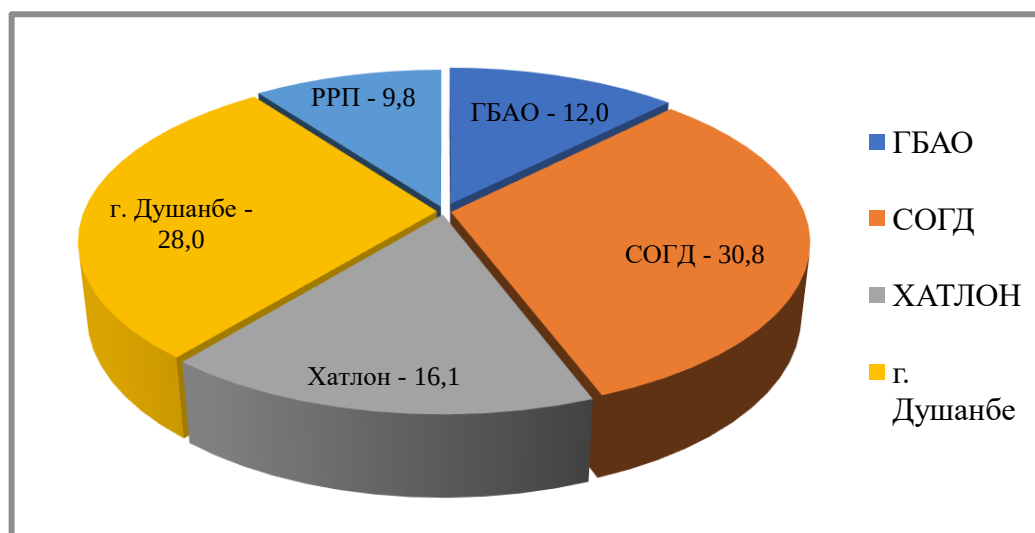


Рис. 1 Удельный вес производства продукции пищевой промышленности по регионам Таджикистана, 2023 г., % [13, с.17]

Это при том, что Хатлонская область, например, как по территорию, так и по численности населения превосходит Согдийскую область. Более того, отрасли сельского хозяйства в Хатлонской области по таким показателям как обеспеченность земельными и водными ресурсами имеют существенные преимущества по сравнению с Согдийской областью.

В структуре регионального промышленного комплекса пищевая промышленность характеризуется стабильным ростом (табл. 1). В рассматриваемый период наибольший рост количества предприятий приходится именно на пищевую промышленность (186 % против 168,1 и 174,8 %). Объем промышленной продукции в регионе вырос в 2,1 раза, продукции обрабатывающей промышленности также в целом в 2,1 раза, а продукции пищевой промышленности вырос на 2,3 раз.

Таблица 1. Динамика показателей развития пищевой промышленности Согдийской области в структуре регионального промышленного комплекса

ПОКАЗАТЕЛИ		2019	2020	2021	2022	2023	2023/2019, %
Число промышленных предприятий, ед.	I	657	693	733	860	1105	168,1
	II	565	594	624	747	988	174,8
	III	179	187	204	245	333	186,0
Объем промыш. продукции, млн. сомони	I	13053,5	15573,2	21064,8	24326,3	26188,1	2,06 раз.
	II	8350,5	11588,8	13291,1	15608,6	16778,6	2,09 раз.
	III	3055,7	4902,9	5239,8	7497,5	7168,9	2,3
Темп роста объема продукции промышленности %	I	-	-	-	-	-	-
	II	126,5	127,1	109,5	121,4	113,4	- 13,1
	III	115,9	1,7	108,1	1,5p	116,1	+ 0,2
Структура отраслей промышленности, %	I	100	100	100	100	100	
	II	63,6	74,4	63,1	64,2	64,1	+ 0,5
	III	22,6	31,5	24,9	30,8	30,8	+ 8,2

Примечание: I - вся промышленность; II - обрабатывающая промышленность; III - пищевая промышленность.

Рассчитано по: [19, с. 125,126,129,130].

Показатели темпа роста объема пищевой продукции тоже отличаются более высокими величинами по сравнению с показателями всей промышленности и обрабатывающей промышленности в целом.

В целом, анализ показал, что, как по сравнению с пищевой промышленностью других регионов, так и по сравнению с другими отраслями промышленности в области, пищевая промышленность Согдийской области имеет наилучшие показатели роста. Последнее сильно обнадеживает перспективы реализации кластерного подхода в пищевой промышленности региона. Здесь следует отметить, что инфраструктура пищевой промышленности в регионе, как объектов по хранению, переработке и транспортировке (перевозка) сельскохозяйственной продукции, недостаточно развиты [12,с.14-22]. В связи с этим, на наш взгляд, необходимо привлечь финансирование для создания мясомолочных и плодоовощных комбинатов, что создаст условия для формирования соответствующих условий по развитию кластерных образований. Динамика производства продукции пищевой промышленности имеет тенденции к возрастанию. Анализ показал (табл. 2), что после периода реформ и восстановления экономики (с 1991 по 2000 гг.), наблюдается стабильный рост объема производства продукции пищевой промышленности.

При этом, по многим наименованиям пищевой продукции наиболее высокий рост наблюдался в 2019 г. Последующее снижение можно связывать с периодом пандемии. Наблюдалось снижение производства продукции, за исключением мясной продукции, и производства молочной продукции. Снижение объема производства таких товаров можно также связывать с рядом причин, среди которых: структурный кризис экономики, снижение деловой активности (покупательной способности населения), а главное, устаревшие технологии производства и низкая конкурентоспособность продукции. Важно отметить, что одной из причин сокращения численности занятого населения в регионе является, в частности, устаревшая материально-техническая база, которая привела к выходу из строя ряда промышленных предприятий.

Таблица 2. Динамика производства основных видов продукции пищевой промышленности в регионе, 1991-2023 гг.

Продукции	1991	2000	2015	2019	2022	2023	2023/2015, %
Мясо, включая субпродукты 1 категории, тыс. тонн	13,7	48,6	17,4	27,3	22,7	24,8	142,5
Колбасная изделия, тонн	3252	46	1198	2259	2199	1584,3	132,2
Цельномолочная продукция, тыс. тонн	41,8	1,0	6,6	7,2	8,1	9,6	145,4
Растительное масло, тыс. тон	24,1	5,0	4,1	5,1	5,0	5,5	134,1
Водка, тыс. декалитров	333	151	34	25	21	20,3	59,7
Консервы, млн .усл. банок	214,8	106,0	12,9	20,3	30,7	36,3	2,8 раз.

Рассчитано по: [19, с. 189,190].

В структуре предприятий по производству продукции пищевой промышленности в настоящее время преобладают Акционерные общества с ограниченной ответственности. Наиболее крупными компаниями, имеющие положительную динамику показателей доходности и объема производства, являются следующие: ООО «Афзали Сугд» (р. Б.Гафуров), ООО «Аджр», (р. Б. Гафуров), ООО «Исфарафуд» (г. Исфара), ООО «Кабири Худжанд» (г. Худжанд), ООО «Канд К2 (г. Канибодом), ООО «Махмудов Г.Н.» (г. Худжанд), ООО «Мурги аьлосифат» (р. Гулистон), ООО «Орди Фатир» (р. Б. Гафуров), ООО «ОРО Исфара» (г. Исфара), ООО «Паррандапарварии Мастчох» (р. Матча), ООО «Порсои Худжанд»

(г. Худжанд), ООО «Сомон Гизо саноат» (р. Б. Гафуров), ООО «Сомон кишоварз» (р. Дж. Расулов), ООО «Сомон парранда» (р. Б. Гафуров), ООО «Султони Хаким» (р. Спитамен), ООО «Фароҳам» (р. Б. Гафуров), ООО «Хубдҷамъ инвест» (р. Б. Гафуров) и др.

Независимо от достигнутых результатов развития предприятий пищевой промышленности, в том числе, с учетом углубления схем их интеграции и последующей кластеризации препятствуют ряд факторов, имеющих объективных характер.

Одним из наиболее тревожных факторов, сдерживающих развитие пищевой промышленности региона, является фактор энергообеспеченность, особенно, в зимний период, в связи с чем часто промышленные предприятия будут вынуждены остановить свою деятельность.

Следует отметить, что Согдийская область входит в число регионов с частичным дефицитом энергии и занимает третье место в Таджикистане по производству электроэнергии. По данным энергобаланса региона, ежегодно производится около 5,3 млрд кВтч электроэнергии, а ее потребление составляет более 6,3 млрд кВтч⁵².

При этом в рассматриваемый период (2010-2023 гг.) наблюдался значительное снижение показателя энергоемкости ВРП, который является одним из основных показателей эффективности использования энергосистемы региона. Энергетическая система Согдийской области граничит с энергетическими системами Республики Кыргызстан и Узбекистан и в нужное время года электроэнергия импортируется в регион из этих стран.

Следует отметить, что во все периоды объем электроэнергии, произведенной в регионе, превышал объем электроэнергии, полученной из-за пределов региона. В этом случае регион не всегда смог бы покрыть свои потребности за счет внутреннего производства, что можно было бы отнести к избытку энергии. Особенностью пищевой промышленности является высокая зависимость от сезонного спроса.

В зимний период, когда спрос на многие продукции пищевой промышленности достигают высокого уровня, предприятиям приходится часто остановить производства продукции и пересмотреть свою стратегию развития. Сырьевая продукция часто портится из-за перебоев в подаче электроэнергии, в ряде случаев производятся компенсационные выплаты за несоблюдение производственных контрактов, иногда из-за перебоев в подаче электроэнергии повреждается производственное оборудование, такое как дорогостоящие высокотехнологичные машины и устройства.

Литература

1. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. А. М. Прохоров. - 2-е изд., перераб и доп. - Москва: Большая Российская энциклопедия; Санкт-Петербург: Норинт, 1997, 1999, 2001, 2004. - 1456 с.

2. Вельдина, Ю. В. Особенности американской пищевой промышленности (на примере молочного производства) / Ю. В. Вельдина, Е. А. Вольникова // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. - Пенза, 2019. - Т. 8, № 2(46). - С.127-130.

3. Гуфронов Д. Н. Особенности и инновационно-приоритетные направления развития легкой и пищевой промышленности Согдийской области//Вестник Педагогического университета. Естественные науки. - Душанбе, 2023. - № 2(18). - С.138. (136-139.).

4. Ермолаев Д.В. Принципы формирования и управления промышленными кластерами//Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. - Тула, 2015. - № 1-1. - С.31-35.

5. Исмоилзода М.Х., Назаров Б.И. Анализ состояния изобретательской деятельности в Республике Таджикистан в период независимости: перспективы и развитие // Таджикистан и современный мир. - Душанбе, 2024. - № 2(86). - С.121-139.

6. Киреенко, Н. В. Новые тренды в мировой пищевой промышленности / Н. В. Киреенко // Белорусский экономический журнал. - Минск, 2024. - № 1(106). - С. 23-35.

7. Мирбобоев Р.М. Формы участия иностранного капитала региональных партнеров в экономическом развитии Республики Таджикистан//Вестник Академии. - М., 2024. - № 1. - С.81-92.

8. Мирзоев Ф.А. Состояние промышленного развития Таджикистана в 20-30-е годы XX века/Вестник Педагогического университета. - Душанбе, 2024. -№ 2 (109). - С.242-246.

9. Мухсинова П.А. Основные факторы и принципы формирования и развития промышленных кластеров в регионе//Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. - Душанбе, ТНУ, 2022. - № 5. - С.176-185.

10. Низамова, Т. Д. Государственная кластерная политика: вопросы выбора реализации / Т. Д. Низамова, П. А. Мухсинова // Таджикистан: экономика и управление. - Душанбе, 2020. - № 1. - С. 39-44.

11. Статистический ежегодник Республики Таджикистан. - Душанбе, 2022. - С. 218-225; Статистический ежегодник Согдийской области/ Статистический сборник. - Худжанд: Главное управление АСПРТ в Согдийской области, 2022. - С.171-176.

12. Статистический ежегодник Согдийской области //Статистический сборник. – Худжанд, Главное управление Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан в Согдийской области, 2024.

РУШДИ ИҚТИДОРИ ҚАРЗИ БАЙНАЛМИЛАЛИИ БОНКҲОИ ТИҶОРАТӢ ДАР ИҚТИСОДИЁТИ ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН

Шарипова Дилафрӯз Маҳмудовна - н.и.и., дотсенти кафедраи иқтисодиёти ҷаҳонии МДТ “Донишгоҳи давлатии Хучанд ба номи академик Б.Ғафуров” тел: +99292 606 7775 E-mail: muhammed_sharipo@mail.ru

Қосимов Муҳидин Нуридинович - магистранти курси 1-уми ихтисоси иқтисодиёти ҷаҳонии факултети иқтисодии МДТ “Донишгоҳи давлатии Хучанд ба номи академик Б. Ғафуров”. Тел: +99292 606 7775. E-mail: muhammed_sharipo@mail.ru

Дар мақола усулҳои арзёбии иқтисодии қарзии бонкҳои тиҷоратӣ дар минтақа мавриди таҳқиқ ва таҳлил қарор гирифтааст. Зикр гардидааст, ки айни замон се муносибати аз ҳама роиҷ ба арзёбии иқтисодии қарзии минтақа мавҷуд аст: таҳлили қиёсӣ, усули гурӯҳбандӣ, усули иқтисодӣ-омории арзёбии устувории депозитҳо. Дар асоси таҳлили усулҳои мавҷуда усули нави истифодааш қулай ва ба шароити бӯҳрони молиявӣ мувофиқи арзёбии иқтисодии қарзӣ пешниҳод шудааст.

Вожаҳои калидӣ: иқтисодии қарзӣ, гурӯҳбандии муштарӣ бонк, таҳлили қиёсӣ, усули иқтисодию омории баҳодиҳии устувории депозитҳо.

Рушди иқтисодии қарзии байналмилалӣ дар шароити иқтисодиёти бозор аҳамияти махсус дорад, зеро иқтисодии қарзии байналмилалӣ ҳам ба иқтисодиёти байналмилалӣ ва ҳам ба фаъолияти дигар бонкҳои тиҷоратӣ таъсири назаррас мерасонад. Он имконияти аз ҷониби бонкҳои тиҷоратӣ, ки дар ҳудуди минтақа ҷойгиранд, зиёд кардани массаи пули дар гардиш

бударо ҳам дар сатҳи давлат ва ҳам дар сатҳи минтақа бо роҳи пешниҳоди қарз ба корхонаҳо ва аҳоли муайян мекунад.

Таҳлили адабиёти иқтисодии ватанӣ ва иҷтимоӣ, ки ба усулҳои баҳодихии иқтидори қарзии минтақа бахшида шудааст, нишон медиҳад, ки масъалаи мазкур ба қадри бояду шояд диққати олимони соҳаро ба худ ҷалб накардааст. Зарурати тадқиқи методҳои баҳодихии иқтидори қарзии минтақа ва пешниҳоди усули навро, ки дар истифодаи амалия қулай ва ба шароити бӯҳрони молиявӣ мутобиқ бошад, беш аз пеш эҳсос мегардад.

Алҳол, се усули баҳодихии иқтидори қарзии минтақа нисбатан роиҷанд: усули таҳлили муқоисавӣ; усули гурӯҳбандӣ; усулҳои иқтисодӣ – омории баҳодихии устувории депозитҳо. Гузаронидани таҳлили муқоисавӣ барои муайян кардани ҷой ва нақши иқтидори қарзии ҳар як намуди захира ва контрагентҳои дахлдори иқтисодӣ имконият медиҳад. Ҳангоми таҳлили миқдории воситаҳои худӣ, ҳиссаи воситаҳои худӣ дар сохтори пасивҳо, ҳамчунин унсурҳои таркибии сармоя дар сохтори воситаҳои худӣ, муайян карда мешаванд.

Таҳлили сифатии воситаҳои худии бонкҳои тижоратӣ имкон медиҳад, ки манбаъҳои ташаккули онҳо ҷудо карда шаванд. Воситаҳои худии бонкҳои минтақа аз фондҳои мухталифе иборатанд, ки таъиноти мақсаднок ва манбаъҳои гуногун ташаккул доранд. Қисми асосии пасивҳои бонкҳои тижоратиро воситаҳои ҷалбшуда ташкил мекунанд, ки то ба қариб ба таҳлили ин захираҳо диққати ҷиддӣ дода намешуд.

Дар марҳилаи бӯҳронӣ, бонкҳо бо муаммои ташаккули иқтидори сифатӣ дучор шуданд. Таҳлили сифатии қиёсии сохтори воситаҳои ҷалбшуда аз рӯи гурӯҳҳои муштарӣ ва мӯҳлатҳо сурат мегирад. Ин имкон медиҳад, муайян карда шавад, ки аз кадом бахшҳои иқтисодиёт ва ба кадом мӯҳлат массаи асосии воситаҳо ба бонк ҷалб мешавад. Таҳлили сохтории ҳам воситаҳои ҷалбшуда ва ҳам воситаҳои худии бонкҳо муайян кардани вазни қиёсии ҳар як зергурӯҳ ё якҷанд зергурӯҳро дар маблағи умумии воситаҳои ҷалбшударо дарбар мегирад.

Ин таҳлил ба муайян кардани нақши ҳар як контрагенти молиявӣ дар ташаккули иқтидори қарзӣ имконият медиҳад [2,с.20]. Яке аз паҳншударин усулҳои баҳодихии иқтидори қарзӣ, гурӯҳбандии муштарӣ бонк дар асоси нишондодҳои аз рӯи якҷанд меёриҳо маъмул гардида, масалан, дисперсияи бақияи суратҳисоб (ҳисоби ҷорӣ) ва ҳаҷми миёнаи бақия дар ҳисоб.

Барои ба даст овардани натиҷаҳои қаноатбахш, қатори бефосилаи омории нишондодҳо ё интихобери истифода бурдан лозим аст, ки муаррифро таъмин наояд. Масалан, муштарӣ бонк аз рӯи бақияи дисперсия, гурӯҳбандӣ мешаванд: баланд (коэффисиенти тижорати вариатсия бештар аз 200%), аз миёна баланд (100% - 200%), паст (аз 50% кам). Аз рӯи аломати ҳаҷми бақияи миёна низ якҷанд гурӯҳ ҷудо карда мешавад. Дар марҳилаи оянда таҳлили робитаи мутақобилаи дисперсия ва бақияи миёна гузаронида мешавад. Ҳамин тариқ, якҷанд гурӯҳи муштарӣ захираи нақдина (пардохтпазирӣ) муайян карда мешавад.

Маблағи умумии захираи нақдина (пардохтпазирӣ) аз ҳосили ҷамъи лимитҳои хусусии захираи нақдина (пардохтпазирӣ) ба даст меояд. Усули гурӯҳбандӣ ба нисбатан дақиқ муайян кардани иқтидори қарзӣ имконият фароҳам меорад, вале аз нуқтаи назари амалӣ меҳнатталаб мебошад [4, с.262]. Барои баҳодихии иқтидори қарзӣ ҳамчунин усулҳои иқтисодӣ-омории баҳодихии устувории депозитҳо истифода мешаванд [5,с.12]. Сатҳи таҳшиншавии воситаҳо, суръати афзоиши захираҳои ҷалбшударо дар давраи таҳлил, нишон медиҳад.

Сатҳи таҳшиншавии воситаҳо (Y) аз рӯи формулаи зерин ҳисоб карда мешавад:

$$100\%, \text{ Бв Бо УВ} - = * 100\%$$

дар ин ҷо, **Бв** – бақияи воситаҳо дар охири марҳила; **Бо** – бақияи воситаҳо дар оғози марҳила; **В** – воридоти воситаҳо аст. Ин нишондиҳандаро бо ёрии муносибати зерин то дараҷаи муайян тақмил додан мумкин аст. Дар аввал, муайян кардани нишондиҳандаи устувории як қисми депозитҳоро дар давраи муайян (масалан, дар як моҳ) ҳамчун хусусӣ аз тақсими селай воридшавии воситаҳо дар ҳамин давра ба ҳаҷми умумии маблағи депозитҳо муайян кардан ба мақсад мувофиқ аст. Ин кор тавассути муайян намудани ҳиссаи умумии маблағи депозитҳо дар ҳар моҳ бо назардошти зарибҳои ҳосилшуда иҷро мегардад. Мӯҳлати миёнаи нигоҳдорӣ, шумораи миёнаи рӯзҳоро инъикос мекунад, ки дар давоми он воситаҳои дархостӣ (дархостшаванда) нигоҳ дошта мешаванд. Ин имкон медиҳад мӯҳлати ҷойгиронии захираҳо дар активҳои коркунандаро муайян намояд.

Мӯҳлати миёнаи нигоҳдорӣ (**Мм**) аз рӯи формулаи зерин ҳисоб карда мешавад:

$$\text{Мм} = \text{Бмм}/\text{В} * \text{Д}$$

дар ин ҷо, **Бмм** – бақияи миёна дар рафти марҳила; **Д** – воридоти воситаҳо дар рафти марҳила аст. Ҳиссаи маблағҳо аз пули фурӯши нақшавӣ, ки дар суратҳисоб таҳшин мешавад ва онро дар депозити мӯҳлатнок ҷойгиронидан мумкин аст, имкон медиҳад ҳиссаи воситаҳои ҷалбшудаи нисбатан устувори корхонаю ташкилотҳо муайян карда шаванд. Ҳиссаи воситаҳо аз маблағи фурӯши нақшавии корхонаҳо, ки онҳоро дар депозити мӯҳлатнок дар давраи ба нақша гирифта ҷойгир кардан мумкин аст (**Хвф**) тибқи формулаи зерин ҳисоб карда мешавад:

$$\text{Хвф} = \text{Вмс} * \text{Бмм}/\text{Ввок} * 100\%$$

дар ин ҷо, **Вмс** – воридоти мунтазира ба суратҳисоб (нақшаи фурӯш) дар давраи ба нақша гирифта; **Бмм** – бақияи миёнаи маблағ дар суратҳисоб дар марҳилаи дахлдори соли гузашта мебошад, ки дар асоси бақияи воқеӣ чун миёнаи хронологӣ ҳисобу китоб мешавад; **Ввок** – воридоти воқеӣ ба суратҳисоб дар марҳилаи дахлдори соли гузашта аст. Коэффисиентҳои мазкур имкон медиҳанд вазъи воқеии депозитҳо дар санаи мушаххас ва дар динамика (ба шартӣ ҳисобу китоби мунтазами онҳо дар давоми давраи нисбатан тӯлонии вақт) баҳодихӣ гарданд ва дар асоси додаҳои ба даст омада дар бобати вазъи иқтисодии қарзӣ ҳулоса бароварда, дурнамои самти оптимизатсияи он муайян карда шавад. Барои баҳодихии устувории депозитҳо ҳамчунин нишондиҳандаҳои дигарро низ истифода бурдан мумкин аст. Бо устувории воситаҳои иқтисодии қарзӣ ӯҳдадорихии калоне, ки аз ҳаҷми миёнаи супурдаҳо ба бонк зиёдтар ҳастанд, таъсир мерасонанд.

Вобастагии бонкҳо аз ӯҳдадорихии калон (**В**) аз рӯи формулаи зерин ҳисобукитоб мешавад.

$$\text{В} = (\text{Ук} - \text{См}) / (\text{Ад} - \text{См})$$

дар ин ҷо, **Ук** – ӯҳдадорихии калон; **См** – сармоягузориҳои муваққатӣ; **Ад** – активҳои даромаднок аст. Азбаски сурати муодилаи воситаҳои кӯтоҳмуддати ба тағйирёбии сатҳи мизони фоиз ҳассосшавандаро ифода мекунад, ки бештар ба шахсони ҳукуқӣ пешниҳод менамоянд, қимати мусбат ва баланди вобастагии бонкҳо аз қарзҳои калон таваккали муайяни нақдинаро (пардохтпазириро) пешбинӣ мекунад. Қимати (қариб 50%) ин нишондиҳанда барои бонкҳои калон мӯътадил ба ҳисоб меравад, барои бонкҳои хурд бошад ҳисобукитоби он на ҳамеша самарабахш аст, зеро онҳо ӯҳдадорихии калони зиёд надоранд ва маблағҳои калонро дар сармоягузориҳои муваққатӣ нигоҳ медоранд.

Дар чунин бонкҳо қимати ин нишондиҳанда аксаран манфӣ аст. Ин нишондиҳанда бо нишондиҳандаи гирдгардиши воситаҳои ҷалбшуда пурра мешавад, ки он низ ба баҳодихии устувори иқтисодии қарзӣ имкон медиҳад. Агар ҳаҷми умумии воситаҳои ҷалбшуда ба 100%

баробар бошад, пас коэффисиенти устуворӣ (K_y) аз рӯи формулаи зерин ҳисобукитоб карда мешавад:

$$K_y = (100\% - X)$$

дар ин ҷо, X – вазни қиёсии қисми ноустувори воситаҳои ҷалбшуда (ки аз рӯи миёнаи хронологӣ ҳисоб шудааст) дар ифодаи фоиз аз ҳаҷми умумии воситаҳои ҷалбшуда мебошад. Ҳар як бонки тичоратӣ меъёрҳои худии миқдорӣ ба қисми устувор ё ноустувор мансуб шуморидани воситаҳои ҷалбшударо муқаррар мекунад, зеро ба ин нишондиҳандаҳо як қатор омилҳои зерин таъсир мерасонанд: ҳаҷми сармоя, активҳо, пасивҳо, афзалиятҳои гуногун ҳангоми гузаронидани сиёсати қарзӣ ва ғайра.

Қисми ноустувори воситаҳои ҷалбшударо чун супурдаи (депозит) компанияҳои суғуртавӣ, молиявӣ, брокерӣ ва супурдаҳои калон муайян кардан мумкин аст. Ҳангоми ҳисобкунии қисми устувори супурдаҳо(депозит) муайян кардани ҳиссаи бақияи устувори ҳар гурӯҳи супурдаҳо (депозит) (бо фоиз) ва онро ба ҳиссаи ҳар гурӯҳ дар массаи умумии супурдаҳо (депозит) вазн кардан ба мақсад мувофиқ аст. Дар ин маврид бузургҳои миёна, ки аз рӯи миёнаи хронологӣ ҳисоб карда шудаанд, мавриди истифода қарор мегиранд. Дар амалияи бонкии хориҷӣ истилоҳи “супурдаҳои (депозитҳои) пойгоҳӣ” васеъ истифода мешавад.

Муҳаққиқони амрикоӣ пасандозҳои(депозитҳои) на он қадар калонро (то сад ҳазор доллар)-ро ба ҳисоб мегиранд, ки аз тарафи компанияҳои миёнаи ғайримолиявӣ ва амонатгузaronи хусусӣ гузошта шудаанд. Пасандозҳои пойгоҳӣ пасандозҳое мебошанд, ки дар тағйирёбии дилҳои вазъи иқтисодӣ дар бонк мемонанд. Ба ибораи дигар, онҳо ба тағйирёбии сатҳи мизони фоиз ҳассосияти калон надоранд. Маҳз ҳамин пасандозҳо пойдевори пойгоҳи пасандозӣ ба ҳисоб мераванд. Вале, чӣ тавре ки таҷриба нишон медиҳад, ҳамин ки эътимодӣ ба бонк аз байн равад, ин пасандозҳоро гирифта метавонанд.

Дар мавриди тағйир ёфтани вазъи макроиқтисодӣ (баланд бардоштани сатҳи мизони фоиз) ё бад шудани вазъи молиявии бонк муайян кардан зарур аст, ки дар бонк чанд қадар маблағ мемонад.

Муносибати пасандозҳои пойгоҳӣ ба маблағи умумии супурдаҳо устувории пасандозҳоро ба тағйирёбии макроиқтисодӣ тавсиф мекунад. Устувории пойгоҳи пасандозҳо ($U_{пс}$) аз рӯи формулаи зерин ҳисоб карда мешавад:

$$U_{пс} = Пп/Пм$$

дар ин ҷо, $Пп$ – пасандозҳои пойгоҳӣ; $Пм$ – пасандозҳои мӯҳлатнок аст. Барои муайян кардани қисми устувори пасивҳои ҷорӣ ва марзҳое, ки дар ҳудуди онҳо бонк онро бидуни расонидани зарар ба пардохтпазирӣ барои қарздиҳӣ истифода бурда метавонад, коэффисиенти устуворӣ ва гирдгardiши пасивҳои ҷорӣ (яъне вақте, ки дар давоми он бақияи миёна дар ихтиёри бонк аст)-ро истифода бурдан мумкин аст.

Коэффисиенти муътадилӣ (K_m) аз рӯи формулаи зерин ҳисобу китоб мешавад:

$$K_m = 100 - qX/X_{бм} * 100\%$$

дар ин ҷо, X – тағйирёбии стандартӣ аз бузургии пасивҳои ҷорӣ; $X_{бм}$ – бузургии миёнаи пасивҳои ҷорие, ки дар давраи таҳлилшаванда аз рӯи формулаи миёнавазний муайян карда мешавад. Маъмулан, коэффисиентҳои аз ҳама баланди устуворӣ ва гирдгardiши сусти аз рӯи ҳисобҳои тавозунӣ бо теъдоди аз ҳама зиёди ҳисобҳои шахсӣ ба мушоҳида мерасад. Ҳамин тариқ, диверсификатсатсияи бақия дар ҳисобҳои ҷорӣ ва ҳисобҳои дархостӣ (дархостшаванда) ба иқтидори қарзӣ таъсири тасбиткунанда мерасонад. Ин усул ба муайян кардани ҳисобҳои муштариёни алоҳида бо гирдгardiши сусти ва бақияҳои аз ҳама устувор ва асоснок намудани

бузургии ҳадди ақалли бақияи миёнаи устувор, ки онро чун фарқи байни бақияи миёна ва инҳирофи стандартӣ ҳисоб кардан мумкин аст, имкон медиҳад. Хусусиятнокии фаъолияти бонкӣ ва пуёи селай пул ба бонк барои амалигардонии трансформатсияи таъчилии воситаҳои иқтидори қарзӣ имконияти воқеӣ ба вучуд меоранд.

Тарҷибаи ватанӣ ва хориҷӣ шаҳодат медиҳад, ки трансформатсияи воситаҳои иқтидори қарзӣ яке аз сабабҳои асосии тезутундшавии пардохтпазирии бонк мебошад. Бонк ҳамеша барои нигоҳ доштани активҳои дарозмуддат маблағ қарз мегирад. Дар сурати дар бозор набудани маблағи зарурӣ ё қарз гирифта натавонистани бонк, он, яъне бонк ўҳдадорихои худро рўйпўш карда наметавонад ва дар натиҷа муваққатан пардохтнопазир мегардад. Ҳамчунин ҳангоми трансформатсияи воситаҳои иқтидори қарзӣ таваккали (хавфи) фоизӣ ба миён меояд. Агар бонк қарзи дарозмуддатро бо фоизи собит пешниҳод кунад маблағхоро тахти фоизи собит ё шиновар ҷалб намояд, дар сурати боло рафтани сатҳи мизони фоиз, мизони фоизи қарзҳои кўтоҳмуддат аз мизони қарз (вом) баландтар мешавад. Масалан, дар амалияи бонки Фаронса барои муайян кардани номутаносибӣ аз рӯи мўҳлати активҳо ва пасивҳо коэффисиенти дигаргуншавии иқтидори қарзӣ (**К**) истифода мегардад, ки он аз рӯи формулаи зерин ҳисоб карда мешавад [6,с.43]:

$$K = \frac{R}{S} * 100\%$$

дар ин ҷо, **R** – захираҳои кўтоҳмуддат; **S** – қарзҳои кўтоҳмуддат аст. Дар шроити мо гардиши дебетӣ аз рӯи додани қарзи кўтоҳмуддат ва дигар пасандозҳои кўтоҳмуддати мўҳлаташон то як сол шабеҳи бузургии **S** аст; гардиши қарзӣ аз рӯи воридоти маблағ ба ҳисобҳои депозитӣ (мўҳлаташон то як сол, аз ҷумла ҳисобҳои дархостӣ) ба бонки тичоратӣ шабеҳи **R** аст. Дар ин маврид, ҳаҷми супурдаҳои иловагии дарозмўҳлат (**Ҳси**) аз рӯи формулаи зерин ҳисоб карда мешавад:

$$H_{си} = H_{кк} * K$$

дар ин ҷо, **Ҳкк** – ҳаҷми қарзҳои кўтоҳмуддат (пасивҳо) аст. Дар шароити ҳозира, ки бо хавфҳои баланди ҳолатҳои ногувор хуруҷи депозитҳо марбут аст, тасҳеҳи ин ҳаҷмхоро бо назардошти ҳам ҳисобгирии бузургии хавфи мазкур ва ҳам қимати муайянкардаи бузургии меёри пардохтпазирии дарозмуддат амалӣ гардонидан лозим аст. Дар шароити бўҳрони молиявӣ иқтидори қарзии минтақаро бо ёрии категорияҳои зерини иқтисодӣ баҳодихӣ кардан мумкин аст: пасивҳои ташкилотҳои қарзии дар минтақа ҷойгиршуда; маблағҳои муштариён дар минтақа (симоҳои воқеӣ ва ҳуқуқӣ), ҳаҷми ҳисобии захираи пардохтпазирӣ, ҳаҷми қарзҳои додашуда дар минтақа ва воситаҳои давлат, ки ба низоми бонкии минтақа ворид шудааст. Дар назарияи бонкдорӣ иқтидори қарзии бонки тичоратӣ чун фарқи байни бузургии умумии маблағҳои ба бонк сафарбаршуда ва захираҳои пардохтпазирӣ муайян карда мешавад [3,с.42].

Захираи пардохтпазирии бонк ба аввалияю сонавӣ (дуюминдараҷа) чудо мешавад. Захираи аввалияи пардохтпазирии бонк сарчашмаи асосии пардохтпазирии бонк мебошад. Он аз активҳои мутлақо бозоргир, ки даромад намеоранд ва таваккали сифрӣ ё ҳадди ақалл доранд, иборат аст. Захираи аввалияи бозоргирӣ иборат аст аз: нақдинаи ҳазина, бақияҳо дар ҳисобҳои Бонки марказӣ, чекҳо ва дигар ҳуҷжатҳои пардохтӣ дар раванди инкассатсия ва бақияҳо дар ҳисобҳои бонкҳои муросил ё коргузор. Захираи сонавӣ активҳои бозоргириашон баланди дорои даромади на он қадар зиёдро дарбар мегирад, ки бо тавқифи ҳадди ақалли вақт ва хавфи ҷузъии талафи арзиш метавон онҳоро ба пули нақд ё воситаҳои пардохти адо кардани ўҳдадорихои қарзии бонк табдил диҳад.

Бонки тичоратии дилхоҳ ба ташкил кардани захираи ҳадди ақалли воситаҳои бозоргир ва таъмини ҳадди аксари иқтидори қарзӣ дар асоси эътимодноқӣ, бозоргирӣ ва ғоидаоварӣ

чидду ҷаҳд менамояд, ки рушди устувори фаъолияти амалиётҳои қарзиро ҳам дар бозори дохили ва ҳам дар бозори беруна бо усулҳои анъанавии истифода мешуда амалӣ гардонад. Дар таҷрибаи ҷаҳонӣ, баҳодиҳи оид ба нигоҳ доштани захираи аввалия дар сатҳи 5-10%-ро дар бар гирифта захираи сонавӣ тақрибан 10-15%-ро аз ҳаҷми умумии депозитҳо ҳамчун сатҳи мусоид ҳисобида мешавад, ки дар ҳамин меъёр амонатҳо нигоҳ дошта мешаванд.

Ҳамин тариқ, захираи умумии бозоргирӣ аз ҳаҷми депозитҳо 10-25%-ро ташкил мекунад [1,с.97]. Дар асоси меъёрои мазкур ҳаҷми ҳисобии иқтидори қарзии минтақа намуди зерин дорад (ҷадвали 1).

Ҷадвали 1. Ҳаҷми ҳисобии иқтидори қарзии байналмилалӣ

Нишондиҳандаҳо	Санаи ҳисобӣ
Пассивҳои ташкилоти қарзие, ки дар байналмилалӣ ҷойгиранд, ҳаз.сомонӣ	
Маблағи муштарӣ дар байналмилалӣ, аз ҷумла (сомонӣ): - симоҳои ҳуқуқӣ, ҳаз.сомонӣ; - симоҳои воқеӣ, ҳаз.сомонӣ	
Маблағи давлат, ки ба низоми бонкии байналмилалӣ ворид карда мешавад, ҳаз.сомонӣ	
Ҳаҷми ҳисобии захираи бозоргирӣ (15-25% аз ҳаҷми маблағҳои муштарӣ ва давлат), ҳаз.сомонӣ	
Ҳаҷми ҳисобии иқтидори қарзии байналмилалӣ (пассивҳо – захираи бозоргирӣ), ҳаз.сомонӣ	

Ҳангоми баҳодиҳии иқтидори қарзии байналмилалӣ коэффисиенти самарабахшии иқтидори қарзии байналмилалиро истифода бурдан лозим аст, ки аз рӯи формулаи зерин ҳисоб карда мешавад:

$$\text{Киик} = \text{КДУ} / \text{ХҲИК}$$

дар ин ҷо, **Киик** – коэффисиенти истифодаи иқтидори қарзии байналмилалӣ; **КДУ** – қарзҳои додашуда умуман; **ХҲИК** – ҳаҷми ҳисобии иқтидори қарзии байналмилалӣ аст. Аз рӯи формулаи мазкур баҳодиҳии иқтидори қарзии байналмилалӣ аз нуқтаи назари самарабахшии истифода намуди зеринро дорад (ҷадвали 2).

Ҷадвали 2. Баҳодиҳии иқтидори қарзии байналмилалӣ аз нуқтаи назари самарабахшӣ

Нишондиҳандаҳо	Санаи ҳисобӣ
Умуман қарзи дар минтақа додашуда, аз ҷумла (ҳазор сомонӣ): - қарзҳо ба симоҳои ҳуқуқӣ ва соҳибкорон, ҳаз.сомонӣ; - қарзҳо ба аҳоли, ҳаз.сомонӣ; - бонкҳо, ҳазор сомонӣ	
Ҳаҷми ҳисобии иқтидори қарзии байналмилалӣ (пассив – захираи бозоргирӣ), ҳаз.сомонӣ	
Коэффисиенти истифодаи иқтидори қарзии байналмилалӣ, ҳазор сомонӣ	

Усули мазкур меҳнатталаб нест ва дар истифода хеле қулай мебошад. Бо ёрии ин усул иқтидори қарзии байналмилалиро дар зарфи фосилаи дилхоҳи вақт баҳодиҳӣ карда шуда, дар асоси нишондодҳои ба даст омада бо риояи як қатор шартҳо, аз қабili зарурати ҳадди ақалли бозоргирӣ, истифодаи тамоми маҷмӯи воситаҳои иқтидори қарзии байналмилалӣ, фоидаи ҳаддалимкон баланди иқтидори қарзии байналмилалӣ иқтидори қарзии байналмилалиро самарабахш идора кардан мумкин аст.

Адабиёт

1. Киселев В.В. Управление банковским капиталом: теория и практика \ В.В.Киселев, М.: ОАО “Изд-во “Экономика””, 1997. – 256 с.
2. Ключников М.В. Экономико-статистический анализ структуры и динамики показателей активных и пассивных операций коммерческого банка \ Финансы и қарз. 2003. № 1. – С. 18-23.
3. Панова Г.С. Анализ финансово-го состояния коммерческого банка \ Г.С.Панова. М.: Финансы и статистика, 1996. – 304 с.
4. Панова Г.С. Кредитная политика коммерческого банка \ Г.С.Панова. М.: ИКЦ “ДИС”, 1997. 464 с.
5. Рыкова И.Н. Кредитный потенциал коммерческого банка, его роль в деятельности банка и методология оценки \ И.Н.Рыкова, Н.В.Фисенко \ Финансы и қарз. 2005. № 25. С. 10-21.
6. Ширинская Е.Б. Операция коммерческих банков и зарубежный опыт \ Е.Б. Ширинская. М.: Финансы и статистика, 1993. – 160 с.

ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Аминов Фотехджон Иномджонович - кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, маркетинга и экономики труда Таджикского государственного университета коммерции, Адрес: 734061, Республика Таджикистан, г. Душанбе, ул. Дехоти 1/2.

E-mail: aminov_f@mail.ru, Тел.: (+992) 935763355.

Ключевые слова: малый бизнес, стратегия, предприятия, развитие предприятий, менеджмент, формирование, особенности.

Процесс формирования стратегии развития предприятия аналогичен процессу принятия решений, так как приходится искать альтернативные решения существующих на предприятии проблем.

Создание стратегии развития малого бизнеса – крайне важная задача, которая во многом основывается на прогнозировании влияния постоянно меняющихся внешних факторов. В соответствии с влиянием на бизнес внешних факторов первоначальная стратегия может требовать внесения изменений. Если это игнорировать, то предприятие может начать терять свои позиции.

Важной характеристикой любой стратегии является то, на какой период времени она рассчитана. В начальный период перехода экономики использовались почти только краткосрочные стратегии, период которых составлял около 1 года. Это вполне разумно при условии многочисленных изменений экономики государства. Сейчас, когда положение малого бизнеса более-менее стабильно, применяются более длительные стратегии, рассчитанные на несколько лет.

Обычно формирование стратегии небольшой фирмы – это прерогатива предпринимателя. В таком случае весь процесс по разработке стратегии значительно упрощается, ввиду снижения временных и финансовых затрат. В условиях малого бизнеса упрощение разработки стратегии практически не сказывается на качестве итогового результата. Основными компонентами такой стратегии являются начальная оценка состояния бизнеса, влияние внешних факторов, определение целей.

На специфику разработки стратегии для небольших предприятий влияют сами особенности малого бизнеса [4, с.256]:

1. Единство менеджмента, ввиду единства собственности. Все стороны стратегии, обычно, прорабатываются руководителем компании.

2. Малое количество собственником подразумевает отсутствие существенных выплат дивидендов. А, значит, часть прибыли может идти на развитие бизнеса.

3. Единство менеджмента также способствует быстрому реагированию на меняющиеся условия рынка и более тесному взаимодействию бизнес-команды, направленному на достижение целей компании.

4. Приблизительная жизнь мелких предприятий – 3-5 лет. Потом уже должно приниматься решение о целесообразности перехода малого бизнеса в разряд среднего. Эта особенность непосредственно влияет на период стратегии.

5. Малый бизнес является неконкурентоспособным по отношению к более крупным компаниям. Поэтому небольшие предприятия нацелены на сравнительно малые сегменты рынка. И в этом случае процесс формирования стратегии упрощается.

6. Зачастую малые компании находятся в зависимости от более крупных. Например, нахождение в собственности крупных компаний оборудования, земли, используемых малым бизнесом.

Итак, пользуясь вышеперечисленными особенностями, выделим специфичные способы формирования стратегий предприятий малого бизнеса [4, с.282]:

1. Определение цели и стратегии – задача руководителя, интересы которого совпадают с интересами фирмы. Этот момент является особенно значимым, ведь опыт и знания менеджера будут играть одну из ключевых ролей во всей бизнес-кампании.

2. Условие действия малого предприятия только в рамках небольшого рыночного сегмента позволяет направлять все инвестиции в один единственный вид деятельности компании.

3. Разработка стратегии с учётом ориентирования на индивидуальные особенности выбранного сегмента, а также с учётом возможности поставки продукции более крупным компаниям. В таком случае рынок сбыта будет более стабильным.

4. Активное внедрение бизнес-идей и последующая возможность становление среднего бизнеса. Такие варианты тоже предусматриваются заранее.

Обобщая существующую практику и базу профильных научно-теоретических исследований, представляется возможным предложить следующую логику формирования стратегии развития малого предприятия (табл. 1).

Таблица 1. Этапы разработки стратегии развития малого предприятия [1, с.214]

Этапы	Разработка стратегии развития малого предприятия
1	комплексный финансово-экономический и маркетинговый анализ деятельности организации
2	формирование целей и направлений развития предприятия
3	оценка и выбор варианта стратегии развития организации

На начальном этапе осуществляется аналитическая работа с информацией, которая поступает с внутренней и внешней среды. Информация перерабатывается, адаптируется для нужд компании (первый этап – комплексный анализ компании). Полученные сведения в базе выступают в качестве основы для разработки вариантов возможных действий, альтернатив, а также согласований направлений развития между собой (второй этап – формирование

направлений, целей развития компании). Разработанные варианты оцениваются, что дает возможность сделать обоснованный выбор в пользу определенного сценария (третий этап – оценка, выбор варианта стратегии развития компании).

Основу формирования стратегии развития малого предприятия составляют тенденции, которые имеют место в момент ее разработки. Следовательно, стратегия развития должна носить адаптивный характер, быстро реагировать на перемены, которые связаны с внешним окружением компании.

Если говорить об особенностях разработки стратегии развития компаний малого бизнеса, то их можно разделить на отраслевые и корпоративные стратегии (табл. 2).

Таблица 2. Стратегии развития предприятий малого бизнеса [4, с.295]

Кооперативные стратегии:	• совершенствование функций управления и организация деятельности; • усиление микроэкономических взаимодействий внутри малого бизнеса; • усиление горизонтальных взаимодействий малых предприятий.
Отраслевые стратегии:	• минимизация издержек; • дифференциация; • диверсификация.

Стратегия совершенствования функций организации и управления своей деятельности. Вместо традиционных проблем выживания на первое место при разработке стратегии выдвигаются вопросы эффективного финансового, производственного менеджмента, минимизации транзакционных издержек, рационального применения ресурсов, четкой координации партнерских отношений, а также деловых связей. Это все описывает начало нового этапа становления малого бизнеса, который характеризуется более высоким уровнем хозяйственной зрелости, а также способности к самоорганизации, к созданию новых организационных структур малого бизнеса.

Стратегия усиления макроэкономических отношений в малом бизнесе. Ранее небольшие компании преимущественно взаимодействовали с крупными производственными структурами. Сегодня же, в условиях кризиса, положение большинства крупных компаний ухудшилось. Сотрудничество малого бизнеса с крупным бизнесом стало неперспективным. Но, с другой стороны, достигнут уровень концентрации малых компаний в некоторых сферах народного хозяйства. На фоне слабой поддержки со стороны государства это сформировало предпосылки для их активного взаимодействия.

Стратегия усиления горизонтальных связей между малыми предприятиями. Так, взаимодействие крупного и малого предприятий формировалось преимущественно за счет вертикальной интеграции (малая компания «подстраивалась» под технологическую цепь крупной компании), то сегодня характерным видом макроэкономических взаимодействий малых предприятий выступают горизонтальные связи (экономические агенты взаимодействуют с однотипным видом производства). И такое положение дел – не случайно, так как усиление связей внутри сектора малого бизнеса в основном реализуется по горизонтали. Малые предприятия с трудом могут сами выстроить технологическую цепочку производства многостадийной, сложной продукции (как правило, налаживаются парные взаимосвязи, которые предусматривают взаимодействие двух малых производств). В то же время альянс группы малых компаний, которые имеют однотипное производство, проще создать. Основу данного альянса составляет общность экономических интересов, стремление

малых компаний минимизировать транзакционные издержки, реализовать довольно сложные, капиталоемкие проекты, которые не под силу каждому из них, и так далее.

Исходя их особенностей создания стратегии развития компаний малого бизнеса, отраслевые стратегии делятся:

- на транспорт;
- на строительство;
- на розничную и оптовую торговлю. [4, с.301].

Чтобы минимизировать остроту конкуренции с крупными компаниями и лучшим образом применять собственные преимущества, малые компании используют 4 главные стратегии развития бизнеса (табл. 3).

Таблица 3. Стратегии развития малого бизнеса [3, с.101]

№	Стратегии развития малого бизнеса
1.	Стратегия копирования
2.	Стратегия оптимального размера
3.	Стратегия участия в продукте крупной фирмы
4.	Стратегия использования преимуществ крупной фирмы

Две первые стратегии относятся к самостоятельному развитию малой компании. Две другие стратегии связаны с возможностями встраивания малой компании в работу крупного предприятия.

Стратегия копирования. В рамках этой стратегии малая компания может пойти по одному из двух путей. Первый путь – выпуск по лицензии марочного продукта крупной компании. Второй путь – освоение и выпуск копии, прообразом которой выступает определенный оригинальный продукт.

Стратегия оптимального размера. Она состоит в освоении мелкомасштабных и специализированных рынков, тех сфер деятельности, в которых крупное производство – не эффективно. Оптимальным считается малое предприятие (мелкие магазины, кафе, компании в сфере бытовых услуг, ориентированные, в частности, на удовлетворение узконаправленного или особого спроса). В данных сферах деятельность крупных компаний осложнена. Причина тому – недостаточная прибыль, высокие расходы на зарплату, высокий риск не технологичной продукции.

Такой подход к развитию компании в некоторых ситуациях называют «премудрым пескарем». Малые компании существуют под девизом премудрого пескаря: «не высовываться». Если компания придерживается такой стратегии, то возможности роста ограничиваются. Малые размеры, которые помогают выживать, служат препятствием на расширение.

Стратегия принятия участия в продукте крупной компании. В рамках крупного производства максимальные издержки приходятся на участки малотехнологичного и мелкого производства. Крупной компании порой выгодно отказаться от таких работ, покупая отдельные комплектующие и детали у мелких компаний.

Кроме того, в данной ситуации малая компания может получить субподрядный заказ, а также преимущества, которые с тем связаны. Для того чтобы избежать опасной зависимости от крупной компании, небольшие предприятия часто применяют тактику «ограничения доли оборота», который приходится на одного крупного клиента», согласно которой они стремятся к тому, чтобы часть поставок каждому крупному клиенту в целом по продажам не была больше 20%, например.

Независимое мелкое предприятие является так называемым «скальпелем», который отсекает от крупной компании небольшие непроизводительные подразделения. Крупной компании выгоднее отказаться от собственного неэффективного производства и покупать продукты - аналоги у малой компании [2, с.156].

Важно отметить, что для малого предприятия отдельный мелкий компонент – это конечный, а не промежуточный продукт, как для мелкого подразделения крупной компании. Большое количество малых компаний заставляют крупные фирмы избавляться от непроизводительных подразделений, что снижает издержки крупных компаний.

При активном сотрудничестве с несколькими крупными компаниями, малые компании приспособляются к их организационным и технологическим требованиям, к дисциплине поставок, к уровню качества, колебаниям рыночной конъюнктуры, инновационным процессам.

Итак, в конкурентной борьбе за заказы крупных компаний они образуют весьма динамичную среду субподрядного рынка, стимулируя тем самым крупные компании к дальнейшему снижению собственных внутренних издержек.

Стратегия применения преимуществ крупной компании. В ходе исследований было установлено, что примерно 50% вновь созданных компаний распадается по причине недостатка финансов, из-за неумения планировать и управлять, ориентироваться в ситуациях рыночной экономики. Решить эту ситуацию можно посредством системы взаимовыгодного партнерства малого и крупного предпринимательства – франчайзинга.

Избранная стратегия оценивается при анализе правильности и достаточности учета в процессе выбора главных факторов, которые определяют возможности осуществления стратегии. В итоге процедура оценки подчинена одному: приведет ли избранная стратегия к достижению компанией собственных целей. Это есть основной критерий оценки. Если стратегия отвечает целям компании, то дальнейшая ее оценка осуществляется по следующим направлениям:

- соответствие избранной стратегии состоянию, требованиям окружения: проверяется, как стратегия связана с требованиями главных субъектов окружения, в какой мере учтены факторы рыночной динамики, а также динамики развития жизненного цикла продукта, приведет ли реализация стратегии к возникновению новых конкурентных преимуществ и так далее;

- соответствие избранной стратегии возможностям и потенциалу компании. В данной ситуации проводится оценка того, насколько выбранная стратегия связана с прочими стратегиями, отвечает ли стратегия возможностям работников, дает ли возможность существующая структура с успехом реализовывать стратегию, выверена ли программа реализации стратегии по времени и так далее;

- приемлемость риска, который заложен в стратегии. Оценивается оправданность риска по трем направлениям: реалистичность предпосылок, которые заложены в основу выбора стратегии; к каким отрицательным последствиям для компании может привести провал стратегии; оправдывает ли возможный положительный результат риск утрат от провала в развитии стратегии [5, с.165].

В конечном итоге отметим, что стратегия дает возможность понять, как, посредством каких действий компания может достичь собственных целей при постоянно меняющемся окружении. Единая стратегия для всех компаний не разработана. Каждая компания в своем роде – уникальна. Следовательно, особенности разработки стратегии для каждой организации

– свои. Это определяется позицией компании на рынке, динамикой ее развития, потенциалом, поведением конкурентов, характеристиками производимого товара, оказываемыми услугами, состоянием экономики и прочим.

Литература

1. Басовский, Л.Е. Стратегический менеджмент: учебник / Л.Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 365 с.
2. Булов А.А. Основы менеджмента / А.А. Булов, Т.А. Кислова. – СПб.: СПГУВК, 2016. – 385 с.
3. Гуськов, Ю.В. Стратегический менеджмент: учебник / Ю.В. Гуськов. - М.: Альфа-М, 2016. - 192 с.
4. Зайцев, Л.Г. Стратегический менеджмент: учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. - М.: Магистр, 2013. - 528 с.
5. Тебекин, А.В. Стратегический менеджмент: Учебник для бакалавров / А.В. Тебекин. - М.: Юрайт, 2016. - 320 с.

МАСЪАЛАҲОИ МУБРАМИ ИДОРАКУНИИ КАДРҲО ДАР КОРХОНАҲОИ САВДОИ ЧАКАНА

Кабутзода Қурбоналӣ Мирзо – н.и.и., и.в. дотсент, декани факултети молия ва қарзи
Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. Тел: (+992) 935242191,
E-mail: kabutov-83@mail.ru.

Айни замон Ҷумҳурии Тоҷикистон бо мушкилоти асосии марбут ба оmodасозӣ, ҷалб ва нигоҳ доштани захираҳои меҳнатӣ дар корхонаҳои савдои чакана рӯ ба рӯ гардида истодааст. Мақолаи мазкур ба масъалаҳои мубрами идоракунии кадрҳо дар корхонаҳои савдои чакана, ки ҳалли он барои мувозинати бозори меҳнат дар савдои чакана имконияти воқеӣ муҳайё мекунад, бахшида шудааст. Диққати махсус додан ба тайёр намудани кадрҳои баландхаттисос, ҷалби онҳо, нигоҳ доштани кадрҳои соҳибтахассус ва механизми ҳавасмандгардонии фаъолияти меҳнатӣ ба рушди савдои чакана муосидат мекунад. Ба таври воқеӣ баҳо додан ба ҳосилнокии меҳнат, талаботи корхонаҳо ба кадрҳои баландхаттисос шартҳои муҳим мебошад.

Калидвожаҳо: савдо, савдои чакана, корхонаҳои савдо, шабакаҳои савдо, маркетинг, иқтисодии кадрӣ, идоракунии кадрҳо, кадрҳои баландхаттисос, ҳосилнокӣ.

Яке аз соҳаҳои муҳими иқтисоди миллӣ, ки айни замон сатҳи зарурии рушдро нигоҳ медорад ин савдои чакана мебошад. Он ҳамчун зерсоҳаи савдои дохилӣ, ки аҳамияти махсуси иқтимоиро дорост, дар амалӣ намудани сиёсати иқтисодии мамлакат мавқеи хоссаро соҳиб аст. Савдои чакана зимни амалӣ намудани вазифаҳои асосии худ дар таъмини аҳоли бо молҳои истеъмолӣ, ғанӣ гардонидани бучети зинаҳои гуногун, ташкили ҷойҳои нави корӣ ва баланд бардоштани сатҳи шуғлнокии нақши муҳимро иҷро мекунад.

Имрӯзҳо зернизомии чаканаи савдои дохилӣ қариб 90 %-и гардиши моли мамлакатро таъмин карда, низомии мураккабе дар доираи муҳити иқтисодиву иқтимоии зудтағйирёбандаи бозорӣ мебошад. Ҳамаи чараёнҳои мусбат ва манфие, ки дар ҳаёти иқтисодиву иқтимоии мамлакат ба амал меоянд, пеш аз ҳама дар фаъолияти субъектҳои савдои чакана инъикос меёбанд. Ҳиссаи он ҳамчун бахши махсуси иқтисодиёти миллӣ дар истеҳсоли ММД-и мамлакат дар соли 2021-ум 12,4 %-ро ташкил додааст [2]. Дар шароити муосир ҳиссаи шуғли аҳоли дар соҳаи савдо ва хӯроки омма тадриҷан зиёд гардида, тибқи маълумотҳои омӯрӣ беш аз 6,3 %-и шумораи аҳолии фаъоли иқтисодиро ташкил медиҳад.

Савдои чакана ин фаъолият оид ба фурӯши мол ва хизматрасониҳо бевосита ба истеъмолкунандагони ниҳой барои истифодабарии шахсии ғайритичоратӣ мебошад [6].

Мафхуми савдои чакана дар Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон “Дар бораи савдо ва хизматрасонии маишӣ” чунин тавсиф шудааст: “Савдои чакана – намуди савдо вобаста ба хариду фурӯши молҳои ниёзи истеъмолкунанда дар раванди қонё гардонидани эҳтиёҷоти шахсӣ мебошад”[4].

Бояд қайд кард, ки ислоҳоти иқтисоди миллӣ дар солҳои 90-уми асри гузашта дар асл аз қабули санадҳо доир ба савдои озод бо мақсади рушди бозори истеъмолии мамлакат, ҳавасмандгардонии рақобат, аз байн бурдани падидаҳои инҳисорӣ дар савдои чакана ва фароҳам овардани замина барои рушди шабакаҳои савдо ва фаъолияти миёнаравӣ дар шароити нархгузори озод замина гузошт. Савдо дар ин давра ба яке аз намудҳои дастраси фаъолияти иқтисодӣ табдил ёфта, бештар корхонаҳои хурд ва соҳибқорони инфиродӣ ба он машғул мешуданд.

Дар давраи гузариш ба иқтисоди бозорӣ соҳаи савдо барои пешбурди зиндагии қисмати зиёди аҳоли, ки вобаста ба ҳолатҳои маълум ҷойи қорӣ хешро аз даст дода буданд, шароит фароҳам овард. Дар натиҷа ба соҳаи савдо аксари аҳолии касбу қори мухталиф ба таҳсилот рӯ овард. Албатта, ин омил танҳо ба қонё намудани тақозои истеъмолгарон дар дараҷаи хеле паст мусоидат менамуд.

Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ – Пешвои миллат, муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон дар Паёми хеш оид ба омода намудани кадрҳои баландиқтисос чунин қайд намуданд: “...аз ҳисоби ҷавонон омода намудани кадрҳои баландиқтисос ва бо ҷойи қор таъмин қардани онҳо яке аз вазифаҳои муҳим мебошад.

Муҳайё қардани шароити беҳтарин барои тарбияи кадрҳо, пешниҳод намудани имтиёзҳои гуногун, ҳавасмандгардонии мутахассисони самти технологияҳои иттилоотӣ ва бозомӯзӣ дар муассисаҳои пешқадами ҳориҷӣ зарур доништа мешавад”[8].

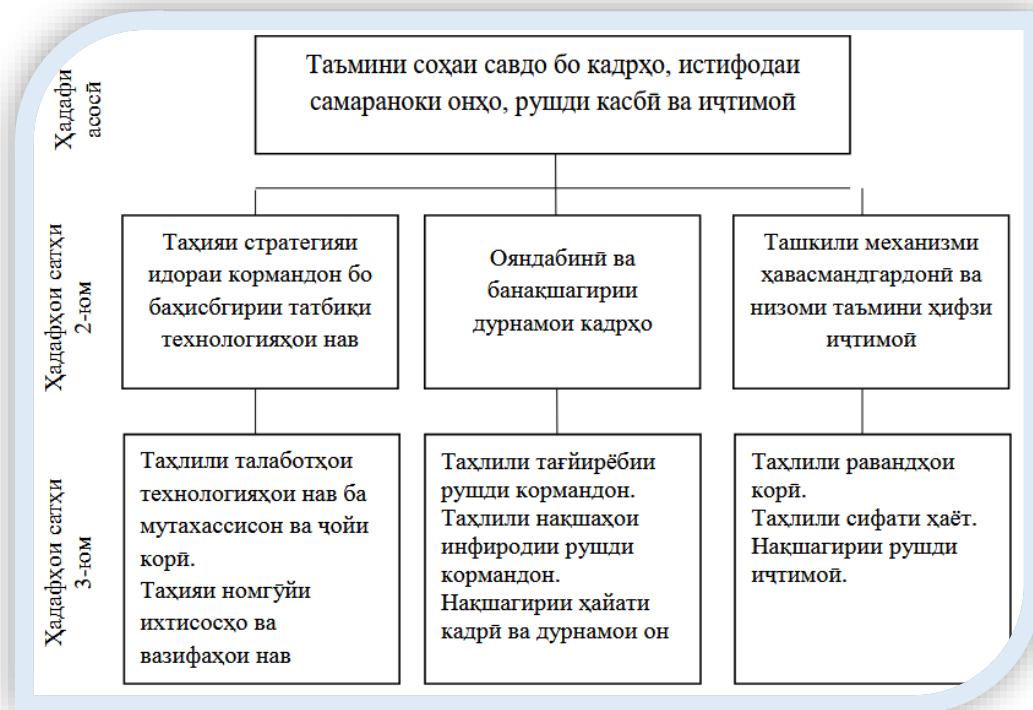
Ба андешаи мо, нарасидани кадрҳои баландиқтисос ва сатҳи пасти омодагии касбии қормандони соҳаи савдои чакана яке аз сабабҳои асосие мебошад, ки ба рушди устувори соҳаи мазкур дар мамлакат монеа эҷод месозад. Дар шароити муосири иқтисоди миллӣ ва рақобат дар бозори истеъмолӣ ба даст овардани нишондиҳандаҳои баланди қурӯш танҳо аз ҳисоби автоматикунонии равандҳои савдою технологӣ ва татбиқи технологияҳои иттилоотӣ ғайриимкон аст. Барои он ки ҳароҷот барои таҷҳизот ва технологияи муосир самарабахш бошад, қормандони соҳаи савдои чакана ва субъектҳои он бояд дорои донишу таҳассуси баланд бошанд.

Рушди босуботи савдои чакана ҳамчун зернизомии муҳими соҳаи савдо барои дурнамо ва ноил шудан ба ҳадафҳои иқтимоию иқтисодии он, дар қатори дигар омилҳои таъсиррасон, аз бисёр ҷиҳат аз таъмин будани соҳа бо кадрҳои босалоҳият вобастагии қалон дорад. Маҳз ташаккули низомии самараноки таъмини кадрӣ ҳамчун заминаи татбиқи стратегияи рушди иқтидори қадрии савдои чакана имконият фароҳам меорад, ки самтҳои дарозмуддати рушди онҳо муайян шуда, ҳадафҳо аниқ ва роҳҳои ноил шудан ба онҳо муқаррар қарда шаванд. Ҳама ин тадбирҳо самаранокии соҳаи савдои чаканаро дар самти амалӣ намудани вазифаҳои иқтимоию иқтисодӣ таъмин ва ба рушди минбаъдаи онҳо заминаҳои устувор мегузоранд.

Қорхонаҳои савдои чакана барои нигоҳ доштани рақобатпазирӣ бояд ба таҳаввулоти нав қавран воқуниш нишон дода, навоқариқоро пешниҳод намуда, дар фаъолияти худ истиқода намоқнд.

Бояд тазақкур дод, ки дар бозори савдои чаканаи ҷумқурӣ дар самти таъминоти қадрии савдои чакана мушқилот ва масъалаҳои қалталаб хеле зиёданд. Дар робита ба ин масъалаи тайёр намудани кадрҳо, маҳсусан кадрҳои зинаи миёнаи соҳаи савдо, ки бевосита ба

истеъмолгарон хизматрасонӣ мекунад, қайд кардан бамаврид аст. Таҳлилҳо нишон дод, ки чунин хулоса бароварда шавад, ки сатҳи салоҳияти касбии ин категорияи кормандон дар сатҳи хеле паст қарор дорад. Ҳамчунин фарқияти хеле зиёд дар самти сифати хизматрасонӣ ва салоҳияти касбӣ дар байни кормандони марказҳои савдо ва бозорҳои фурӯши чакана ба назар мерасад.



Расми 1. Ҳадафҳои асосии ташаккули низоми таъмини кадрӣ корхонаҳои савдо

Се масъалаи муҳим аз нуқтаи назари мо, мушкилоти идоракунии кадрҳои савдо, ки имрӯз ҳамаи ширкатҳои тиҷоратии Тоҷикистон бо он рӯ ба рӯ мешаванд, ҳалли мушкилоти кам кардани хароҷоти кормандон мебошад.

То имрӯз идоракунии кадрҳо дар ташкилотҳои савдои чакана масъалаи мушкилтарин мебошад. Мураккабии асосии он қарор дар он аст, ки дар Тоҷикистон мисли бисёр кишварҳои дигар вазъи демографӣ рӯз аз рӯз меафзояд. Категорияҳои аз ҳама серталаби кормандони корхонаҳои савдои чакана савдогарони касбӣ, ҳазиначӣ, менечер, маркетолог, мерчендайзер, боркашон, кормандони истеҳсолот ва фаррошон мебошанд. Таҳлили бозори меҳнат нишон медиҳад, ки музди меҳнати кормандони асосӣ дар шабакаҳои калони савдо тақрибан дар як сатҳ қарор дорад.

Мушкилоти болозикрро бо роҳҳои зерин ҳал кардан мумкин аст:

1. Бояд ширкатҳои аутсорсингиро фаъолона ҷалб кард, ки хатари ба қор қабул кардани кормандонро ба дӯши худ гиранд. Ҳоло дар кишварҳои тараққикарда қариб ҳамаи ширкатҳои шабакавӣ ин низомро барои ҷалби мутахассисон истифода мебаранд.

2. Ба андешаи мо, ташкилотҳои савдо бояд робитаи худро бо макотиби олий, ки мутахассисони самти савдори тайёр мекунад, ҷоннок намоянд. Онҳо бояд сарпарастии барномаҳо, иштирок дар раванди таълим, пайвастании илм бо истеҳсолотро бо омӯзгорон ва донишҷӯёни муассисаҳои таълимӣ ва олии мамлакат мувофиқи талаботи воқеӣ дар ташкилотҳо ва корхонаҳои савдои чакана ҷорӣ намоянд.

3. Барномаҳои нигоҳдории кормандон бояд фаъолона иҷро карда шаванд.

Нигоҳ доштани кормандон яке аз масъалаҳои мубрам дар соҳаи идоракунии кадрҳо дар ташкилотҳои савдо мебошад. Онҳо метавонанд бо пайдо кардани ҷойи кори муносиб, ки музди меҳнати баланд дорад, аз корхонаи шумо корро тарк кунанд. Мо бояд пеш аз ҳама шароити корӣ, музди меҳнати муносиб ва пеш аз ҳама шароити мусоиди кориро дар муҳити корхона ташкил намоем. Садоқати кормандро ба даст овардан ин худ санъат ва ҳунари махсус аст, ки на ба ҳар роҳбар муяссар мегардад. Ҳавасмандгардонии моддӣ ва маънавӣ дар аксар мавридҳо боиси баланд гардидани садоқати кадрҳо дар корхона мегардад. Дар аксар ширкатҳои савдо чӣ тавре, ки мушоҳида мегардад, сатҳи музди меҳнати кормандон нисбатан яхела аст. Дар ин робита саволе ба миён меояд пас, чӣ гуна як ширкат бояд дар муқоиса бо ширкати рақиб ҷолибтар ва пешсаф бошад? Пурсиши кормандони корхонаҳои савдо нишон дод, ки кормандони асосӣ одатан ба се масъалаи зерин афзалият ва воқуниш нишон медиҳанд:

1. Шаффофият ва саривақт пардохти музди меҳнат;
2. Низоми муносиб, одилона ва фаҳмо барои коргарони одӣ мукофотпулӣ, ки бояд аз як қатор мукофотҳо, иловапулӣ (аз рӯи мукофотҳои асосӣ) иборат бошад натиҷаҳои кор, барои солҳои хизмат, барои касбияти баланд ва ғайра);
3. Рейтинги мукофотҳои моддӣ кормандон вобаста ба маблағ аз таҳассуси ӯ, яъне ҷорӣ намудани категорияи мансабҳо ва таъриф категорияҳои корманд дар асоси низоми арзёбии объективӣ. Низоми ҳавасмандкунии ғайримоддӣ маҷмӯи калони ҷузъҳоро дар бар мегирад.

Дар байни самараноктарин онҳо дар савдои чакана инҳоянд: [5].

- ✓ чадвали кории кулай;
- ✓ барномаҳои иҷтимоӣ: хӯроки ройгон, роҳхатҳои истироҳатӣ барои кормандон ва фарзандони онҳо, суғуртаи тиббӣ;
- ✓ рушди касб - пешбурди вазифа дар асоси тартиби объективӣ арзёбӣ ва ташаккули захира;
- ✓ барномаҳои ҳавасмандгардонӣ: тахтаҳои фахрӣ, супоридани ҷоиҷаҳо, грамотаҳо, ҷашнҳо - муваффақият;
- ✓ барномаҳои мутобиксозӣ барои навгонҳо (тренингҳо, мураббигӣ, таҷрибаомӯзӣ) - домҳо дар шӯъбаҳои гуногуни ширкат);
- ✓ омӯзиши ройгон дар марказҳои таълимии ташкилотҳо, роҳнамоӣ дар таълим - омӯзиш дар муассисаҳои таълимии махсус, ширкатҳо;
- ✓ фазои мусоиди психологӣ дар коллектив.

Роҳҳои баланд бардоштани ҳосилнокии меҳнат дар савдои чакана хеле зиёд мебошанд. Муносибсозии равандҳои логистикӣ, шакли таҳвили молҳо, танзими ҷараёни харид ва ғайра мисол шуда метавонанд.

Самтҳои мубрами муносибсозии равандҳои меҳнатӣ инҳоянд:

- ✓ ҳисобкунии дурусти хароҷоти меҳнатии кормандон ва меъёрҳои меҳнатии истеҳсолот;
- ✓ сохтани чадвалҳои чандир, ба ҷараёни харид мутобиксозии корҳо;
- ✓ васеъ намудани вазифаҳои кормандон ва азхудкунии ихтисосҳои марбута (ҳазиначӣ - фурӯшанда, фурӯшанда - ҳазиначӣ, фурӯшанда - ҷобачогузори мол, боркаш - фурӯшанда);
- ✓ истифодаи кормандони муваққатӣ.

Ҳамин тариқ, аз масъалаҳои болозикр ба ҳулосае оамдан мумкин аст, ки вазифаи идоракунии кадрҳо дар корхонаҳои савдои чакана хеле муҳим буда, вазифаҳои маркетинг, табиғ, идоракунӣ ва назорат, таъсиси ҳадамоти пурраи кадрҳоро талаб мекунад.

Дар баробари вазифаҳои анъанавии пешбурди корҳои кадрӣ, ҳифзи меҳнат, ҳадамоти кадрӣ бояд усулҳои муосирро истифода баранд. Ба интихоби кадрҳо, баҳодиҳӣ, аттестатсия, рушд, таҳияи мутобикшавӣ - барномаҳои ҳавасмандгардонӣ, иҷтимоӣ, банақшагирӣ ва рушди фарҳанги корпоративӣ диққати махсус зоҳир намоянд. Доништан муҳим аст, ки захираҳои меҳнатӣ (ба монанди захираҳои молиявӣ ва моддӣ) аз ҷониби ширкат сармоягузори ҷиддиро талаб мекунанд, аммо бояд таҳлил намуд, ки бозгашти онҳо чӣ гуна самара медиҳад. Андозагирӣ ҳосилнокии коргарон ва ҷустуҷӯи роҳҳои баланд бардоштани он инчунин яке аз вазифаҳои муҳимтарини ҳадамоти кадрӣ ширкатҳои тиҷоратӣ мебошад, ки на ҳамеша аз ҷониби роҳбарони он дарк карда мешавад

Адабиёт

1. Вазъи иҷтимоию иқтисодии Ҷумҳурии Тоҷикистон. Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, Душанбе 2022. Саҳ. 53.
2. Кабутов Қ.М. Таъмини кадрӣ рушди савдои чакана дар шароити иқтисоди бозорӣ. Автореферат. Матбааи «Тоҷир». Душанбе, 2023.
3. Қ. Қ. Толибов. Механизми ташкилию иқтисодии рушди соҳибкорӣ тиҷоратӣ: назария, методология, амалия. Диссертатсия барои дарёфти дараҷаи илмӣ доктори илмҳои иқтисодӣ. Душанбе - 2021
4. Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон “Дар бораи савдо ва хизматрасонии маишӣ”, Қарори Аҳбори Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон, с. 2013, №3, Боби 1. Муқаррароти умумӣ.
5. Литвинюк А.А., Косарева Е.А. Актуальные проблемы управления персоналом в розничной торговле // эпп. 2020. №3. url: <https://cyberleninka.ru>.
6. Ф. Г. Панкратов., Н. Ф. Солдатова. Коммерческая деятельность: Учебник /— 13-е изд., перераб. и доп.—М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”, 2012. — 202 с.
7. Ҳамитов М.С., Урунова С.А., Шамсов Ф.Т., Абдурахмон Ҳ. Асосҳои фаъолияти тиҷоратӣ (комплексӣ таълимӣ-методӣ барои донишҷӯёни равияи иқтисодии муассисаҳои таҳсилоти олии касбӣ) – КВД “Матбаа”, Душанбе 2022. Саҳ. 108.
8. Эмомалӣ Раҳмон. Паёми Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ - Пешвои миллат ба Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе аз 28.12.2024.

РОҲҲОИ МУКАММАЛГАРДОНИИ СИФАТИ ХИЗМАТРАСОНИҲО ДАР РАВАНДИ ИСТИФОДАИ НИЗОМҲОИ ГУМРУКӢ

Турсунов Хушруз Муталибович – н.и.и., мудири кафедраи Донишқадаи тақмили ихтисоси ҳадамоти гумрук, майори ҳадамоти гумрук, E-mail: tursunov.hushruz@mail.ru.
Тел.: (+992) 901-22-87-78

Ғаюрий Раъно Саидмурод – н.и.и., мудири кафедраи фаъолияти гумруки Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон. Тел.: +992909113378, E-mail: gaurovarano@gmail.com

Дар мақола омилҳои асосии баланд бардоштани сатҳи сифати хизматрасониҳо ва истифодаи низомҳои гумрукӣ, ки - ин пурра гузаштан ба декларатсиякунонии электронии моли таҳти расмиёти гумрукии транзити байналмилалӣ қарордошта мебошад таҳлилҳо гузаронида шуда, пешниҳодҳо оварда шудааст. Ин имконият медиҳад ба иштирокчиёни ФИБ пешниҳоди якмаротибаи ҳуҷҷатҳои барои гузаронидани амалиёти гумрукӣ зарурӣ имконият дода шавад.

Вожаҳои калидӣ: низомҳои гумрукӣ, хизматрасониҳои гумрукӣ, расмиёти гумрукӣ, назорати гумрукӣ.

Дар раванди пешбурди фаъолияти гумрукӣ ҳалли масъалаи арзёбии сатҳи сифати хизматрасонии гумрукӣ дар раванди истифодаи низомҳои гумрукӣ ҷойи махсусро ишғол мекунад. Ин раванд пеш аз ҳама ҳангоми афзоиш намудани ҳаҷми амалиётҳои содиротӣ-воридотӣ ва шумораи субъектҳои фаъолияти иқтисодӣ байналмилалӣ, бартараф намудани камбудҳои ҷиҳати ҳуҷҷатгузорӣ зиёд шуда, аз мақомоти гумрукӣ бехдошти фаъолиятро тақозо менамояд. Пеш аз ҳама ҳалли ин масъалаҳо баланд бардоштани самаранокии назорати гумрукӣ ва риояи қонунгузориро ҳангоми иҷрои амалиётҳои гумрукӣ, тақмил додани системаи менеҷменти сифатӣ, ҷавобгӯӣ будан ба талаботи стандартҳои байналмилалӣ амалкунанда равона карда шудааст.

Дар раванди гузаронидани таҳлили рушди хизматрасониҳои гумрукӣ ва истифодаи низомҳои гумрукӣ муайян кардани омилҳо ва сабабҳои, ки ба сатҳи сифати онҳо таъсир мерасонанд ҳело муҳим аст ва ин аз фаъолияти пурсамари кормандони мақомоти гумрук вобаста аст.

Дар асоси таҳлили фаъолияти ҷузъу томҳои гумрукӣ мо муайян кардем, ки ба сатҳи сифати хизматрасонии гумрукӣ мавҷуд будани ҳатогиҳо ҳангоми ҳуҷҷатгузорӣ ва истифодаи низомҳои гумрукӣ таъсири бевосита мерасонад. Ин ҳатогиҳо ҳангоми пур кардани декларатсияҳои гумрукӣ ва ҳуҷҷатҳои дигар аз ҷониби иштирокчиёни фаъолияти иқтисодӣ байналмилалӣ ва кормандони гумрук руҳ медиҳад.

Дар баъзе ҷузъу томҳои мақомоти гумрукӣ ин ҳатогиҳо беш аз 25% -ро ташкил медиҳанд, ки аз омили инсонӣ, истифодаи нодурусти воситаҳои техникаю типографӣ ва роҳ додан ба ҳатогиҳои грамматикӣ ва тавсифи нопурраи молҳои интиқол дода шуда ба вуҷуд меояд. Дар бисёр ҳолатҳо ин аз безътиноии кормандони масъули гумрукӣ сураат мегирад.

Аз тарафи дигар кормандони ҳадамоти гумрук на ҳамеша таҳлили сифатии ҳуҷҷатҳои пешниҳодшударо анҷом дода, тарҷумаҳоро аз/ба забонҳои хориҷӣ, инвентаризатсияи дақиқи ҳуҷҷатҳо, ҳулосаи коршиносон, ҳуҷҷатҳои нопурраи техникӣ намегузаронанд ва пешниҳоди ҳуҷҷатҳои иловагиро талаб намеkunанд. Ин боиси он мегардад, ки дар асоси онҳо пардохтҳои иловагии гумрукӣ ситонида нашуда ё парвандаҳои ҳуқуқвайронкунии маъмурий оғоз карда шаванд.

Дар ин раванд инчунин мушкилоти маъмултарин мавҷуд будани дараҷаи сифати пасти хизматрасонии гумрукӣ аз қисматҳои зерин иборат аст:

- истифодаи нодурусти рамзи номгӯӣи молҳои фаъолияти иқтисодӣ байналмилалӣ ва кишвари истехсолкунандаи мол;
- вуҷуд надоштани асос барои тасдиқи маълумотҳои, ки дар ҳуҷҷатҳои пешниҳодшуда мавҷуданд;
- нодуруст пур кардани декларатсияи гумрукии бори электронӣ, нишон додани қурби асъор ва санаи тартиб додани ҳуҷҷатҳо, бақайдгирии аризаҳо оид ба тағйир додани декларатсияи гумрукӣ ва ғайра.

Аз ин лиҳоз, пеш аз ҳама имрӯз ташкил ва амалисозии бозомӯзии кадрҳо ҷиҳати оморасозии ҳуҷҷатҳо, ислоҳ намудани камбудҳои нисбати вайронкунандагони қоидаҳои гумрукӣ зарур мешуморем. Аз тарафи дигар пурзур намудани назорати раванди натиҷагирӣ нисбати тартиб додан ва дуруст пур кардани ДГБ, риояи қонунгузории гумрукиро ҳангоми иҷрои амалиёти иқтисодӣ байналмилалӣ, зарурияти пешгирии ҷунин ҳолатҳоро мувофиқи мақсад мешуморем.

Дар ҷадвали 1 омилҳои, боиси кам шудани ҳаҷми воридоти мол ба Тоҷикистон гардидаанд, оварда шудааст.

Ҷадвали 1. Омилҳое, ки боиси кам шудани ҳаҷми воридоти мол ба Ҷумҳурии Тоҷикистон гардидаанд

№ б/т	Номгӯии омилҳо
1.	Татбиқи имтиёзҳои гумрукию андозӣ нисбат ба воридоти таҷҳизоти технологияи истеҳсолӣ ва санадҳои меъёрии ҳукукии қабулнамудаи Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон барои таъмини раванди устувори соҳибкории истеҳсолӣ дар кишвар
2.	Озод намудани воридоти таҷҳизоти ҳозиразамони истеҳсолию технологӣ аз супоридани пардохтҳои гумрукӣ
3.	Паст намудани меъёри бочҳои гумрукӣ барои ворид намудани ашёи хом барои истеҳсоли маҳсулоти воридивазшаванда ва зиёд намудани ваъзе аз меъёрҳо
4.	Маҳдуд намудани ниёзи бозори дохилӣ аз моли хориҷӣ, ҳамчун заминаи устувор барои рушди истеҳсоли молҳои ватанӣ
5.	Муносибати нодурусти кормандони гумрукӣ бо субъектҳои фаъолияти иқтисодӣ байналмилалӣ ва сифати пасти дараҷаи кории онҳо
6.	Давра ба давра маҳдуд намудани воридоти молҳое, ки истеҳсолшавон дар кишвар ба роҳ мондашудааст: (семент, ангишт, орд ва маҳсулоти аз орд тайёршуда, маҳсулоти либосворӣ (либоси ҳарбӣ ва мактабӣ), маҳсулоти қолинӣ, қаннодӣ, мебел, рангҳои сохтмонӣ, маводҳо барои шустушӯӣ, маҳсулоти аз асбест тайёршуда, маҳсулоти аз оҳан тайёршуда ва ғайра)

Сачашма: пешниҳоди муаллиф.

Инчунин ҳангоми баҳодихии натиҷаи пешбурди фаъолияти гумрукӣ баррасии омилҳои иҷро нагардидани нақшаи воридоти пардохтҳои гумрукиро ҷудо кардан зарур аст. Пеш аз ҳама ба ин омилҳо дохиланд:

- фаъолияти мавсимии гузаргоҳи сарҳадии Ҷумҳурии Халқии Хитой бо Ҷумҳурии Тоҷикистон (дар фасли зимистон);
- мушкилоти транзити молҳо тавассути қаламрави Ҷумҳурии Ислонии Афғонистон вобаста ба вазъи ноороми сиёсии ин кишвар;
- гарон будани тарифҳои транзитӣ (маҳсусан тариқи роҳи оҳан) дар Ҷумҳурии Узбекистон;
- тафовути меъёри андозбандӣ ва то ҳол шаффоф мондани сарҳад миёни ҷумҳуриҳои Тоҷикистон ва Қирғизистон ва ғайра.

Ба ҳатоғиҳое, ки аксар вақт мутахассисон ҳангоми барасмиятдарории гумрукӣ ба он роҳ медиханд, аз қабилӣ нодуруст ҳисоб кардан ё ситонидани пардохтҳои гумрукӣ, додани имтиёзҳо; надоштани маълумот дар бораи шиносномаи муомила, тарҷумаҳои ҳуҷҷатҳо, пур кардани нодурусти нусхаҳои электронии декларатсияҳои гумрукӣ, нишон додани санаи ҳуҷҷатҳо, рамзҳои асбӯрӣ ва ғайра мебошанд.

Бо назардошти ин амалӣ намудани чораҳои зеринро зарур мешуморем:

- таҳлили ҳамаҷонибаи камбудҳои дар раванди барасмиятдарории гумрукӣ мавҷудбуда, бо муайян кардани масъулияти шахсии кормандон;
- ба роҳ мондани тақмили ихтисоси кормандони мақомоти гумрукӣ дар асоси мунтазам омӯختани кор бо ҳуҷҷатҳои меъёрӣ, ташкили семинарҳо, таҷрибаомӯзӣ, гузаронидани аттестатсияи кормандон зарур аст;
- зиёд кардани шумораи мутахассисоне, ки шаҳодатномаи тахассусӣ доранд;
- огоҳкунӣ ва ба роҳмондани пешбурди корҳои мақсаднок оид ба кам кардани хавфҳои иштирокчиёни фаъолияти иқтисодӣ байналмилалӣ;

- баланд бардоштани истифодаи расмиёти содагардонидашудаи гумрукӣ ҳангоми интиқоли мол ва воситаҳои нақлиётӣ;

- ҷорӣ намудани технологияҳои инноватсионӣ ба раванди гумрукӣ;

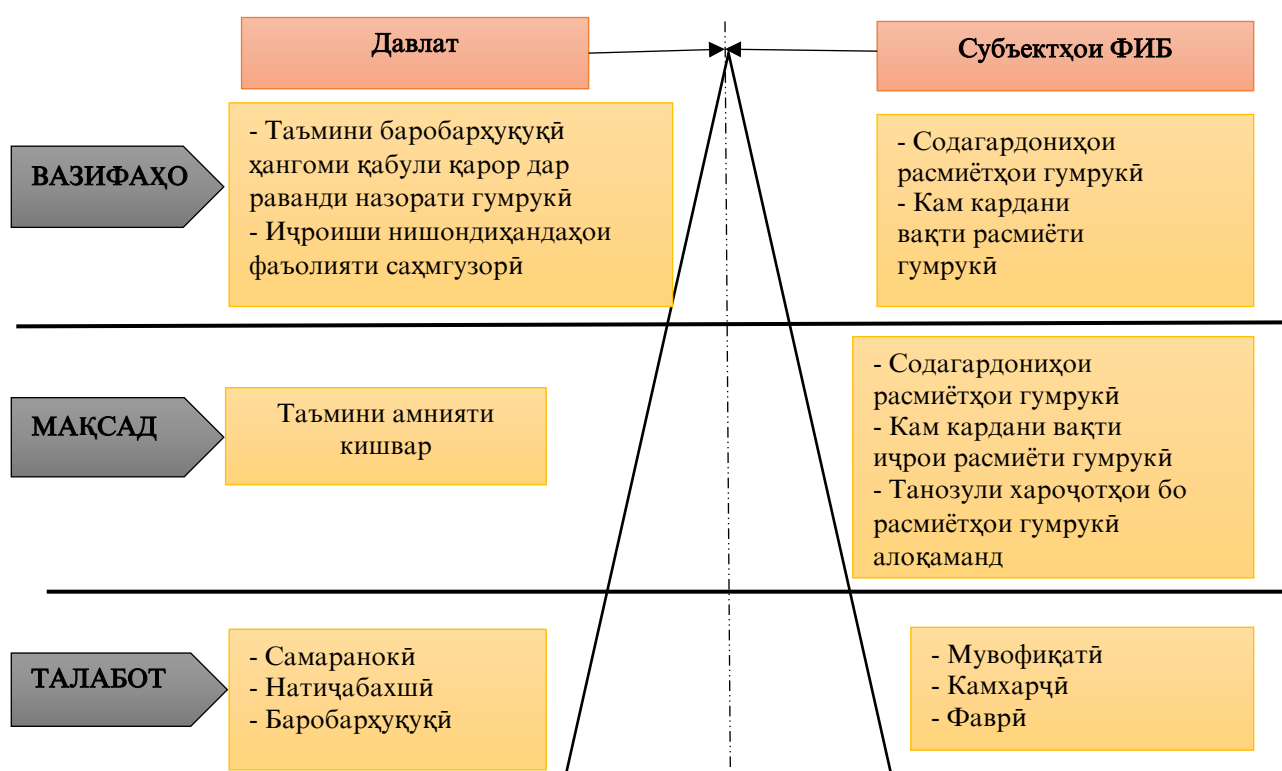
- бо технологияи нав мучахҳаз нардонидани инфрасохтори фаъолияти гумрукӣ ва ғайра.

Бояд қайд намуд, ки баъди ҳамроҳшавии Ҷумҳурии Тоҷикистон ба Созмони умумиҷаҳонии савдо, талабот ба сифати кори мутахассисони гумрук, зарурати истифодаи технологияҳои муосир аз тарафи онҳо, баланд бардоштани тахассус ва касбияти кормандону дар ниҳояти кор, сифати хизматрасониҳои гумрукиро зарур мешуморем.

Дар ин раванд баррасии омӯзиши фаъолияти мақомоти гумрук муайян кардани омилҳо ва сабабҳои, ки ба сатҳи сифати хизматрасонии гумрукӣ таъсир мерасонанд зарур буда, пешниҳодҳои тавсияшаванда оид ба масъалаи мазкур ба субъектҳои фаъолияти иқтисодии байналмилалӣ равона карда шавад. Аз ин лиҳоз категорияи муҳими идоракунии кори гумрукӣ, ин сифати расонидани хизматрасониҳо мебошад.

Дар раванди баҳодихии системаи манфиатҳо таҳқиқи талаботи аз ҷониби иштирокчиёни фаъолияти иқтисоди байналмилалӣ гузошташударо дар асоси ба даст овардани ғоидаи зарурӣ муайян намудан бо нишон додани ҳадафҳо ва вазифаҳои гузошташуда имконпазир аст.

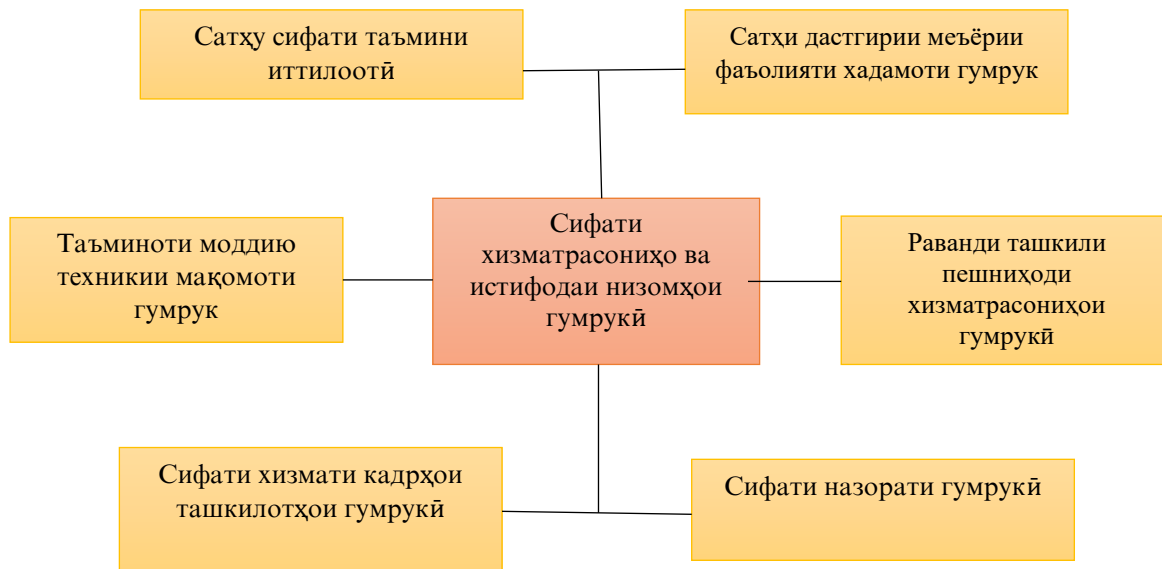
Ба ақидаи мо сохтори системаи идоракунии, манфиатҳои ҷонибҳо ва идоракунии сатҳи сифати хизматрасониҳои гумрукиро ба онҳо дар бар гирифта ва бо чунин тарз ба роҳ монда мешавад (расми 1.).



Расми 1. Таркиби сохтори системаи манфиатҳо дар раванди идоракунии сатҳи сифати хизматрасониҳои гумрукӣ

Дар ин раванд инчунин беҳдошти тартиби ҳуқуқии интиқоли мол ва воситаҳои нақлиёт аз сарҳади гумрукӣ муҳим буда, дар баробари ғайи гардонидани буҷаи давлат, мебояд субот ва амният дар қаламрави гумрукӣ таъмин карда шавад. Дар маҷмӯ омӯхтани сохтори андозаҳои арзёбии сифати хизматрасониҳо ва истифодаи низомҳои гумрукиро муҳим

мешуморем, ки ин бо сатҳи таъминоти моддию техники, сатҳи ташкили фаъолияти мақомоти гумрук, сифати меҳнати кормандони мақомоти гумрук, сатҳи назорати сифати хадамоти гумрук, сифати дастгирии иттилоотӣ ва таъминоти меъёрии фаъолияти мақомоти гумрук алоқаманд мебошад (расми 2).



Расми 2. Таркиби арзёбии сатҳи сифати баҳодихии хизматрасониҳо ва низомҳои гумрукӣ

Дар раванди таҳқиқи сифати хизматрасониҳо ва истифодаи низомҳои гумрукӣ мо истифодаи натиҷаи фаъолияти мақомоти гумруки ҷумҳуриро зарур мешуморем.

Барои беҳтар намудани самаранокии танзими хизматрасониҳо ва истифодаи низомҳои гумрукӣ барои рушди манфиатҳои иқтисодӣ тақмили маъмуригардонии гумрукӣ хело муҳим мебошад.

Яке аз омилҳои асосии баланд бардоштани сатҳи сифати хизматрасониҳо ва истифодаи низомҳои гумрукӣ - ин пурра гузаштан ба декларатсиякунонии электронии моли таҳти расмиёти гумрукии транзити байналмилалӣ қарордошта мебошад. Ин имконият медиҳад ба иштирокчиёни ФИБ пешниҳоди якмаротибаи ҳуҷҷатҳои барои гузаронидани амалиёти гумрукӣ зарурӣ имконият дода шавад. Декларатсиякунонии электронии расмиёти гумрукӣ барои тақмил додани маъмурикунонии гумрукӣ дар самти татбиқи технологияҳои иттилоотӣ нақши асосиро мебозад. Омилҳои дигари рушди хизматрасониҳои гумрукӣ ин тақмил додани назорати гумрукӣ баъди иҷозати мол мебошад. Бо мақсади баланд бардоштани самаранокии низомии назорати гумрукӣ пас аз иҷозати мол аз тартиби истифодаи содагардонии он вобаста аст.

Инчунин нақши мақомоти гумруки Ҷумҳурии Тоҷикистон барои таъмини амнияти иқтисодӣ ва рушди устувори кишвар, беҳтар шудани ҳамгироии иқтисодиро зарур шуморидан ба маврид аст [1].

Аз тарафи дигар бояд танзими хизматрасониҳои гумрукӣ дар асоси муқаррар намудани тартиб ва қоидаҳои бошад, ки шахсон ҳангоми риояи онҳо ҳуқуқи аз сарҳади гумрукии Ҷумҳурии Тоҷикистон интиқол додани мол ва воситаҳои нақлиёт дар асоси санадҳои меъёрии ҳуқуқи кишвар таъмин карда шавад [2].

Дар ин раванд назорати гумрукии мол ва воситаҳои нақлиётро мақомоти гумрук ҳамчун маҷмуи тадбирҳои, ки ӯ бо мақсади таъмини риояи қонунгузориҳои гумрукии Ҷумҳурии

Тоҷикистон амалӣ месозад. Новобаста ба ин имрӯз зарурияти такмил додани назорати гумрукӣ баъди иҷозати мол ба миён омадааст, ки иҷрои корҳои зеринро дар бар мегирад:

1. Созмон додани механизми пайгирикунандаи гардиши мол аз лаҳзаи ба ҳудуди гумрукии Ҷумҳурии Тоҷикистон ворид шудан то лаҳзаи ба истеъмолкунанда додани он, инчунин рушди ниҳоди рамз ва тағмагузори мол бо мақсади аз байн бурдани истифодабарии нақшаҳои гуногуни саркашӣ кардан аз пардохтҳои гумрукӣ ва дигар аз ҷониби санчишкунандагон, ки ситонидани пардохтҳо ба зиммаи мақомоти гумрук вогузор шуда, ба самаранок гузаронидани назорати гумрукӣ мусоидат мекунад, аз ҷумла аз шахсоне, ки савдои яклухт ва чаканаи моли ба ҳудуди Ҷумҳурии Тоҷикистон воридшударо ба роҳ мондаанд;

2. Тарҳрезӣ ва истифодаи механизми ягонаи маъмуригардонии гумрукию андозӣ, инчунин, назорати асъорӣ доир ба таъсис ва истифодаи технологияҳои иттилоотию телекоммуникатсионии дар фаъолияти мақомоти иҷроияи маҳаллии ҳокимияти давлатӣ асосёфта;

3. Такмили воситаҳои зарурии таъмини чамъоварии пурраи пардохтҳои гумрукӣ, бо дар назар доштани азнавтасимкунии сарбории маъмурӣ оид ба назорати гумрукӣ нисбати иштирокчиёни бовиҷдони ФИБ аз марҳилаи декларатсиякунонии гумрукӣ ва иҷозати мол, ба марҳилаи баъди иҷозати мол;

4. Интиҳоби объектҳои назорати гумрукӣ, инчунин, пешбурди назорат бо мақсади амалисозии назорати баъди иҷозати мол;

5. Истифодаи оқилонаи интиҳоб ва шаклҳои назорат ва ҳамзамон баланд бардоштани самаранокии онҳо ва ғайра.

Инчунин зарур аст, ки дар Ҷумҳурии Тоҷикистон номгӯи чорабиниҳои сиёсӣ ҳуқуқӣ, иқтисодӣ, ташкилӣ ва дигар чорабиниҳои ба мақсади танзими фаъолияти гумрукӣ барои ҳифзи манфиатҳои дохилию берунии давлат, ташкилоту корхонаҳо ва шахрвандон равона карда шавад.

Адабиёт

1. Нидоев П.Ф. Роҳҳои муосири таъмини амнияти иқтисодӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон./ Монография. - Душанбе: «Ирфон», 2017.- 138с.
2. Кодекси гумрукии Ҷумҳурии Тоҷикистон . –Душанбе,2015.-232с.
3. Раджабов Р.К. Организация и технология таможенного контроля товаров и транспортных средств / Р.К.Раджабов. - Душанбе: Ирфон, 2013. - 169 с.
4. Раджабов Р.К. Региональные особенности развития рынка таможенных услуг. Монография. -Душанбе: Сумани Кудрат, 2014. -150 с.
5. Раджабов Р.К. Факеров Х.Н., Нурмахмадов М., Саидова М.Х. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития. Монография. –Душанбе: Дониш, 2007. -554 С.
6. Раджабов Р.К., Джабборов А.И. Таможенные процедуры/ Р.К.Раджабов, А.И. Джабборов. -Душанбе: Ирфон, 2014. - 116 с.

ХУСУСИЯТҲОИ РУШДИ САРМОЯИ ИНСОНӢ ДАР ИҚТИСОДИЁТИ МУОСИР

Рустамзода Фитрат Музафар – н.и.и., и.в. дотсент, мудири кафедраи иқтисодиёти
чаҳон ва муносибатҳои байналмилалӣи Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. ш.
Душанбе, кучаи Деҳотӣ ½, E-mail: fitrat_f@mail.ru, Тел: (+992) 935392020.

Дар мақолаи мазкур хусусиятҳои рушди сармоияи инсонӣ дар иқтисодиёти муосир дар шароити муосир мавриди таҳлил ва баррасӣ қарор додашудааст. Олимон ва мутахассисони соҳаи мазкур тавваҷӯҳи бештар ба рушди сармоияи инсонӣ, ки дар он хусусиятҳо ба монанди малакаву маҳорат, дониш, таҷриба ва қобилиятҳои эҷодӣ равона намуданд. Дар шароити муосир яке аз омилҳои асосии баланд бардоштани иқтисодиёти муосир ин доштани таҷриба ва донишҳои замонавӣ ба шумор меравад.

Вожаҳои калидӣ: сармоияи инсонӣ, сармоиягузорӣ, сармоиягузорӣ ба сармоияи инсонӣ, ҶОИДА, иқтисоди инноватсия, иқтисодиёти дониш, хусусиятҳои мушаххас, идоракунии ва самаранокӣ.

Дар охири асри XX ва оғози асри XXI олимони иқтисоддон ба чунин хулоса омадаанд, ки яке аз омилҳои муҳими рушди иқтисодиёти чаҳон на сармоияи ҷисмонӣ, балки сармоияи инсонӣ мебошад, чун ки номбурда пеш аз ҳама ба боло бурдани ҳосилнокии меҳнат ва самаранокии иқтисодиёт мусоидат менамояд. Инчунин қайд намудан зарур аст, ки дар тӯли садсолаҳо арзиши сармоияи инсонӣ дар тафовут бо сармоияи ҷисмонӣ ва табиӣ назаррас намоён набуд. Олимон ва мутахассисон дар давраҳои қадим бисёр кам ба назар мерасиданд ва онҳо дар ҷамъият ангуштшумор боқи мемонданд. Ташаккули инсоният дар давраҳои қадим аз сабаби тағйироти ночиз дар олоқи меҳнат маҳорат ва қобилияти инсонҳоро (бо истилоҳи ҳозира), донишҳои махсус ё фундаменталиро талаб намекард. Афзоиши нақши сармоияи инсонӣ бештар аз дусад сол пеш ба вуҷуд омадааст, ки ин дар замони таърихи инсоният бо ҳазорон сония муқоиса карда мешавад.

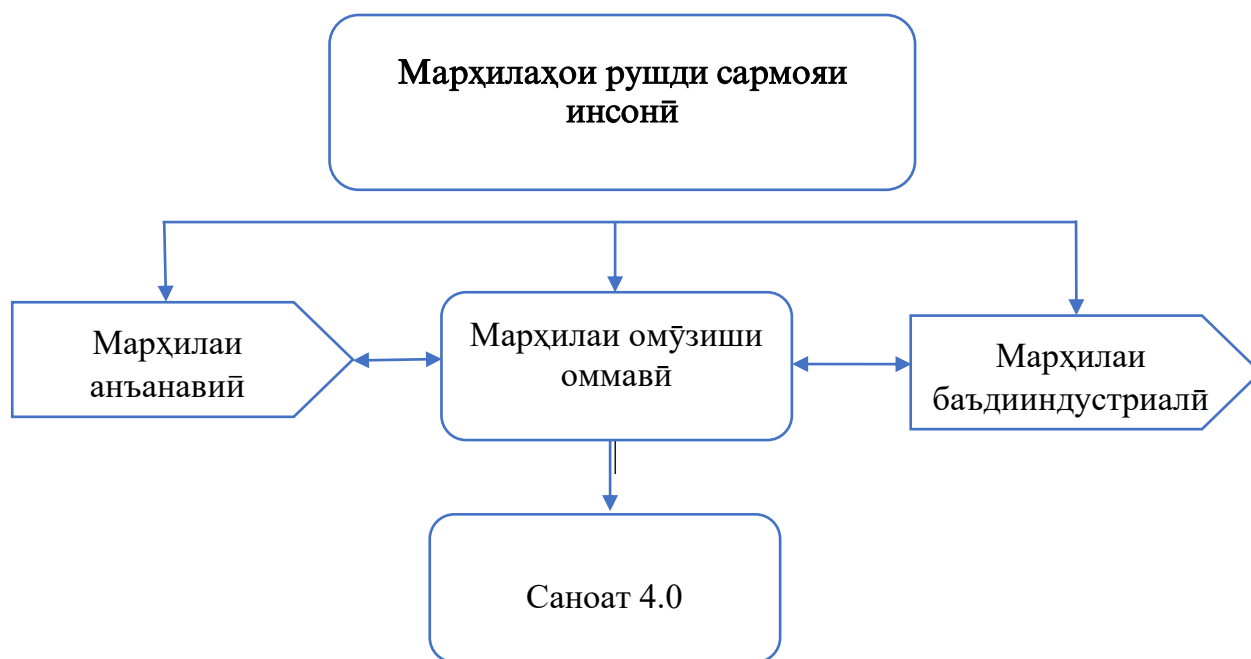
Мафҳуми сармоияи инсонӣ ва рушди назарияи сармоияи инсонӣ ба олимони барҷастаи иқтисоддонҳо Т.Шулс ва Г.Беккер тааллуқ дорад, ки онҳо аввалин шуда доир ба мафҳум ва назарияи рушди сармоияи инсонӣ таҳқиқотҳои зиёди илмӣ анҷом додаанд. Ба андешаи Т.Шулс дар мамлакатҳои рушёфта ҳиссаи сармоияи инсонӣ дар сарвати миллии 80 - 90 фоизро ташкил медиҳад [1, с.17]. Г.Беккер дар навбати хеш мафҳуми сармоияи инсониро чунин мениҳад намудааст, сармоияи инсонӣ маҷмӯи қобилиятҳои фитрии дониш, малака ва ҳавасмандии бадастомада мебошад, ки истифодаи самаранокӣ онҳо ба афзоиши даромад ва дигар неъматҳо мусоидат мекунад. Яъне шахси дорои чунин қобилиятҳо метавонад дар ҷамъият ба натиҷаҳои назаррас ноил гардад, агар дар он дониш, малака, маҳорат ва ҳавасмандии мушоҳида гардад [2, с.23].

Дар инқилоби дуҷуми ташаккули саноатӣ ки солҳои 1860 – 1913-ро ташкил менамуд, нисбати маҳорат, малака ва қобилиятҳои коргарон талаботҳои навро ҷорӣ намуд, ки ин ба рушди низомии маориф бе таъсир намонд. Давлат тавачҷӯро бештар барои омӯхтан ва аз бар намудани донишҳои замонавӣ барои коргарон зоҳир менамуд, ки ин боиси аз 6 фоизи соли 1760 то ба 11,7 фоизи соли 1913 оварда расонад [8, с.193]. Дар соли 1856-1913 таносуби сармоиягузорӣ ба сармоияи инсонӣ дар соҳаи маориф афзоиш намуда, сол аз сол фоизи сармоиягузорӣ ба сармоияи инсонӣ баланд мегардид. То солҳои 1830-ум миқдори солҳое, ки барои таълими мардон сарф шудаанд, бетағйир боқӣ монданд, ин рақам аз солҳои 1840-ум то оғози асри 20-ум се маротиба зиёд гардид [9, с.37]. Дар ин солҳо нобаробарии гендери

мушоҳида мегардид, зеро занон умуман ба таълим фаро намегардиданд ва донишҳои заруриро доро набуданд ва қисми ками онҳо дар хона ба таълим машғул мегаштанд. Дар бораи таҳсилоти мактабӣ ҳаминро қайд намудан зарур аст, ки таҳсили кудак аз сини 10 - солагӣ оғоз мегардид. Шумораи мардоне, ки аз сини 10 - солагӣ таҳсилро оғоз намудаанд, аз шумораи умумии дар соли 1870 40 фоизро ташкил менамуд. Ин шумора дар соли 1900 ба 100 фоиз рост меомад [10, с.21]. Дар нимаи дууми асри 19 шумораи кудакони сини 5-14 сола ҳамагӣ 11 фоизро ташкил медод, баъдан ин шумора дар соли 1900 ба 74 фоиз расид [11, с.758].

Тамоюли афзоиши хароҷот ба соҳаи маориф аз охири асри 19 манша гирифта ба ҳамаи мамлакатҳои ҷаҳон таъсири худро расонид. Рушди сармояи инсонӣ, баланд гардидани нақши дониш, малака, маҳорат ва қобилият дар иқтисодиёт, динамикаи рушди иқтисодиро куллан тағир ёфт. Дар ин замина давлат кӯшиш менамуд, ки барои рушди сармояи инсонӣ якҷанд барномаву концепсияҳоро амали намояд, то дар оянда ба натиҷаҳои дилхоҳ ноил гардад.

Мамлакатҳое, ки бештар таваҷҷуҳро ба рушди сармояи инсонӣ равона намудаанд, тавонистанд мизони ММД-и худро микдоре боло баранд ва аз мавҷҳои бесуботии иқтисодӣ худро ҳифз намоянд. Дар шароити муносири иқтисодӣ чор марҳилаи рушди сармояи инсонӣ мавҷуд мебошад (расми 1).



Расми 1. Марҳилаҳои рушди сармояи инсонӣ

Марҳилаи анъанавӣ (то асри 18) бо якхелагии назарраси сармояи инсонии оммавӣ хос аст; арзишҳо ва салоҳиятҳо ҳангоми иҷрои нақшаҳои иҷтимоӣ ва истеҳсолӣ ташаккул меёбанд. Давлат танҳо барои рушди арзишҳо тавасути дин дар мамлакат сармоягузорӣ менамояд. Коргарони оммавӣ ҳамчун қоида зиёданд ва дар бораи ҳаҷми сармояи инсонӣ ҳеҷ гуна нигаронӣ мавҷуд нест (ба истисноии баъзе ҳолатҳо вақте, ки сармояи инсонӣ кам мегардад, дар низоми воридоти қувваи корӣ душворӣҳо ба вуҷуд меоянд. Таҳсилот яке аз имтиёзи истисноӣ буд, барои аҳоли зарурати ҳаётан муҳим арзёбӣ намегардид.

Оғози инқилоби аввали саноатӣ ба баланд шавии ҳосилнокии меҳнат таъсир гузошта, омилҳои нави рушди иқтисодиро (илм ва таҳсилоти умумӣ) муайян намуда, дар нимаи оғози асри XX асоси рушди иқтисодиёти саноатӣ ва ҷомеа гардид. Ин марҳила бо тағйироти сифатӣ дар сохтори сармояи инсонӣ муҳим арзёбӣ мегардид:

✓ Ташаккул ёфтани сармояи инсонӣ, дониш ва технологияи нав дар саноат ба вучуд омад;

✓ Пайдо гардидани технологияҳои нави замонави меҳнати дастӣ коҳиш ёфта, истеҳсолоти маҳсулот пурра ба технологияҳои замонави бароҳ монда шудаанд, ки ин зарурати баланд бардоштани дараҷаи сармояи инсониро ба миён овард;

✓ Рушди илму маориф боиси он гардид, ки дараҷаи некуахлоқии шаҳрвандон ва иқтисодиёт беҳтар гардид;

Сармоягузориҳои зиёд ба рушди сармояи инсонӣ ба соҳаи маориф назаррас гардида, институтҳову пажуишгоҳо бавучуд омаданд, ки мақсади асосии онҳо гузаронидани таҳқиқотҳои илмӣ доир ба баланд бардоштани мақоми сармояи инсонӣ дар ҷаҳмият гардид [12, с.285].

Асри XIX – нимаи оғози асри XX марҳилаи омӯзиши оммавӣ – коргаронии соҳибхтисос ва соҳибкасб дар баробари афзоиш ёфтани сармояи пулӣ, технологияҳои нав ва сарватҳои табиӣ ба захираи маҳдуд табдил ёфтаанд. Давлатҳо барои рушди сармояи инсонӣ ва баланд бардоштани рақобатпазирии миллӣ якҷанд барномаҳои муҳимро қабул менамуданд, ки барои маблағгузориҳои соҳаи маориф сарф мегардид. Дар ин замина давлат кӯшиш менамуд, ки бештари аҳоли дорои қобили меҳант донишҳои зарурӣ ва истифодаи технологияҳои навро бархурдор бошанд ва аксарияти мабалағҳои сарфшударо давлат ба уҳда мегирифт. Дар аксари мамлакатҳо ин равандҳои омӯзиш ва расонидани кумакҳои иҷтимоӣ аз ҷониби корфармо пардохт мегардиданд. Дар ин марҳила фарқи сармояи оммавии инсонӣ аз рӯи сатҳи маълумот ва даромади меҳнатӣ ташаккул меёбад.

Рушди босуръати сармояи инсонӣ ва афзоиши арзиши таҳсил дар давраи инқилоби дуҷуми саноатӣ, муҳим арзёбӣ гардида, ба шаклҳои 2, 3 ва 4-уми технологии иқтисодиёт тақоне дод, ки дар он ҷомеаи рушдёфтаи индустриалии дорои ҳосилнокии баланди меҳнат ба вучуд омадаст. Насли нави дорои малака, маҳорат ва донишҳои баланд боиси афзоиши мунтазами ҳосилнокии меҳнат гардида, таваҷҷӯҳ бештар ба коргарони соҳибтахассус ва соҳибкасб зиёд мегардид, ки ин асоси ба вучуд омадани саноати дониш гардид. Дар шароити муосир марҳилаи постиндустриалӣ бо он тавсиф мегардад, ки сармояи баландхтисоси инсонӣ ва «гурӯҳҳои ронандагон» омили асосии маҳдудкунандаи рушд мегарданд. Аксарияти мамлакатҳо дарк намуда буданд, ки сармоягузорӣ ба сармояи инсонӣ ояндаи давлат ва траекторияи рушди онро пешакӣ муайян менамуд. Сиёсати пешгирифтаи мамлакатҳои тараққикарда дар охири солҳои 90-ум гувоҳӣ аз он медод, ки 70 ҷисади сармоягузориҳо ба рушди сармояи инсонӣ нигаронида шуда буданд ва танҳо 30 ҷисад ҷиҳати рушди сармояи ҷисмӣ боқи монд.

Нақши сармояи инсонӣ дар иқтисодиёт бо сабаби он меафзояд, ки соҳаҳои, ки сармояи инсониро ташкил медиҳанд, дар сохтори ММД калонтарин соҳаҳо мегарданд.

Илова бар ин, сохтори истеъмоли оммавӣ тағйир меёбад - он ба эҷод ва паҳн намудани навоарӣ оғоз меёбад. Ҳамаи одамон ҳамчун коргар, (соҳибкор) ва истеъмолкунандагон дар маркази иқтисодиёт қарор мегирифтанд.

Салоҳиятҳои иҷтимоӣ - қобилияти дарк кардани мавқеи худ дар ҷомеа (донишҳои иҷтимоӣ, иқтисодӣ, ҳуқуқӣ ва малакаҳои амалӣ) ва салоҳиятҳои коммуникатсионӣ (донишҳои гуманитарӣ, аз ҷумла донишҳои забонҳои хориҷӣ ва тафаккури ҳаёӣ) аҳамияти ҳалкунанда доранд. Дар мамлакатҳои тараққикарда ташаккули иқтисоди дониш ва бунёди ҷомеаи иттилоотӣ оғоз мегардад. Дар кишварҳои пешрафта саноати дониш ба як қисми пешбари иқтисодиёт табдил ёфтааст. Рушди сармояи инсонӣ аз инқилоби саноатӣ сарчашма гирифта дар ташаккули сохторҳои нави технологӣ дар ҷомеаи ҷаҳонӣ нақши муҳим бозид.

Инқилоби чоруми саноатӣ, ки дар хориҷи кишвар бо номи "Саноат 4.0" маъруф аст, аввалин маротиба дар кишварҳои ғарбӣ дар соли 2011 ҳамчун лоиҳае пайдо гардида, ки мақсади асосии он баланд гардидани рақобатпазирии саноати истеҳсолӣ башумор мерафт. Мутахассисон пешниҳод намуданд, ки ба истилоҳ "системаҳои киберфизикӣ" (CPS) ё мошинҳои автоматишуда ва марказҳои коркарди ба Интернет пайваست ба равандҳои саноатӣ ворид карда шаванд. Мақсади асосии пешниҳод намудаи мутахассисон дар он буд, ки чунин низом имконият медиҳад, ки дар ҳолатҳои зарурӣ шакли истеҳсолиро мустақилона иваз намоянд.

Дар ҳолати пайваст намудани интернет ба технологияҳои наватарини замонавӣ дар раванди истеҳсолоти маҳсулот метавонад ба нақш ва аҳамияти ниғаҳдори маҳсулот ва ҷалби фикру андешаи мутахассисон маҳсулотҳои нави баландсифат истеҳсол намуд.

«Саноат 4.0» на танҳо раванди истеҳсолот, балки доираи хидматрасонии марбут ба маҳсулоти истеҳсолшударо низ ба қуллӣ тағир медиҳад. Ин меъморӣи қомилан нави системаҳои саноатӣ метавонад тадриҷан тавассути модернизатсияи рақамӣи иқтисодҳои истеҳсолии мавҷуда амалӣ карда шавад.

Қайд намудан зарур аст, ки қонсепсияи мазкурро натавонанд дар қорхонаҳои нави балки дар тамоми қорхонаҳое, ки арзи ҳасти менамоянд метавонанд дар раванди инқилобҳои рушди қорхона амали намоянд.

Мафҳуми «Саноат 4.0» аввалин маротиба аз қониби ҳукумати федералии Олмон ҳамчун нақшаи стратегияи рушди саноат, ки ба муттаҳидсозии таҷҳизоти саноатӣ ва системаҳои иттилоотӣ дар фазои ягонаи иттилоотӣ асос ёфтааст, пешниҳод гардида, ба онҳо имконият дод, ки бе даҳолати инсон бо муҳити дохила ва беруна муомила намоянд. Рақамҳои «4.0» чунин мазмунро доро мебошанд, ки ин самти асосии тараққиёти саноат қунон иқтисодии бузург дорад, ки он метавонад ба инқилоби чоруми саноатӣ оварда расонад.

Қонсепсияи инқилоби чоруми саноатӣ дар асоси чор қринсип асос ёфта, амалӣ карда мешавад:

Ҳамоҳангии одам ва таҷҳизот - қобилияти тамоси мустақим тавассути Интернет;

Шаффофияти иттилоот ва қобилияти системаҳо барои эҷод намудани нусхаи виртуалии ҷаҳони қисмонӣ;

Ёрии техникаи таҷҳизтҳо ба одамон - якҷоя намудани миқдори бузургуи маълумот ва иҷрои як қатор қорҳое, ки барои одамон ҳавфнок мебошанд;

Қобилияти системаҳо барои мустақилона қарор қабул намудан [12, с.43].

Аз ҳамон вақт то инҷониб қонсепсияи мазкур моҳияти асли ҳешро гум накарда, дар байни мамлакатҳо беш аз пеш паҳн мегардад. Боз як зикри барҷаста ва пурсарусадои ин қонсепсия Форуми умумиҷаҳонии иқтисодӣ (ФУИ) дар Давос, ки соли 2016 баргузор гардида буд, шуда метавонад.

Асосгузор ва раиси Форуми умумиҷаҳонии иқтисодӣ Клаус Мартин Шваб диғаргуниҳоеро, ки дар иқтисодиёт ба амал меоянд, инқилоби чоруми саноатӣ (саноати 4.0) меномад ва мавқеи онро дар таърихи иқтисодиёт чунин шарҳ додааст: «Инқилоби якуми саноатӣ дар нимаи дувуми асри XVIII оғоз гардида, бо ёрии обу бӯғ аз меҳнати дастӣ ба қори технология гузаштан имқонпазир гардид.

Ҷадвали 1. Марҳилаҳои рушди сармояи инсонӣ нисбат ба марҳилаҳои рушди истеҳсолот

Номи марҳила	Давра	Пешвоён	Асосӣ	Шаклҳои таъкили илм	Таҳсилот
Инқилоби якуми саноатӣ	Асри XVIII – оғози асри XIX	Голандия, Англия, Франция ва Белгия	Текстил, ҳаракаткунандаҳои обию мавҷи, чуян	Фаъолияти илмӣ инфиродӣ	Паҳншавии саводнокӣ ва пайдоиши таълими касбӣ
Инқилоби дуюми саноатӣ	Нимаи дуюми асри XIX ва XX	Голандия, Англия, Франция, Белгия, Олмон ва ИМА	Мошини бугӣ, роҳи оҳан, мошинсозӣ ва киштии бугӣ, саноати дастгоҳсозӣ, металлургияи сиёҳ, ангишт	Пайдошавии таҳқиқотҳои махсуси илмӣ	Таълими умумӣ ва махсус
Инқилоби сеюми илмӣ - техникӣ	Асри XXI	Голандия, Англия, Франция, Белгия, Олмон ва ИМА, ИА, Канада, ИДМ, Япония ва Австралия	Электроника, робототехника, биотехнология, лазер ва дигар оптика, таҷҳизоти суратгирӣ, идоракунии дурдаст, кайҳон ва газ	Табдил ёфтани илм ба саноати дониш, ва соҳаи иқтисодиёт	Баланд гардидани дараҷаи миёнаи маълумот, рушди босуръати маълумоти олий
Саноати 4	Асри XXI	Олмон	Шабакаҳои ҷаҳонии саноатӣ, интернет ашъ, нақлиётҳои худидорашаванда ва зехни сунъӣ	Тақсим намудани маҳсулот, интиқоли барқ ва мубодилаи иқтисодиёт	

Гузариш ба намудҳои нави меҳнат ба рушди иқтисодиёти мамлакат тақдир қарор мегирад, барои бартараф намудани таъсири манфӣ, яъне кам гардидани ҳиссаи аҳолии қобили меҳнат ёрӣ мерасонад. Аммо барои соҳаи маориф дар шароити бозомузии одамони синну соли гуногун, тайёр намудани кадрҳои баландихтисос барои ҷойҳои нави аз ҷиҳати технологӣ қиматбахш таъминшуда як ҷолиши нав ба шумор меравад. Барои рушди сармояи инсонӣ иқтисоди дониш талаботи куллан навро талаб мекунад, ки яке аз омилҳои асосии он эҷодкорӣ, тафаккури навоҷорона ва қобилияти омӯхтан дар тӯли ҳаёти хеш ба шумор меравад.

Ҳамин тариқ, дар шароити иқтисодӣ манбаҳои асосии маблағгузориҳои захираҳои инсонӣ худӣ шахси омодашаванда ба шумор меравад. Маблағгузориҳои мазкур дар шароити навин бояд ба натиҷа набошад, зеро мутаххасиси омодашаванда шахсе бошад, ки дорои қобилиятҳои баланди эҷодӣ, дониш, маҳорат ва малакаи баланди тахассусиро дошта бошад, ки ба талаботи бозори меҳнат рақобатпазир бошад. Идораҳои истеҳсолоти инноватсионӣ ва хусусияти асосии иқтисодиёти муосир аз дониш, малака ва маҳорати эҷодии қисмҳои вобастагии дорад.

Адабиёт

1. Schultz T.W. Investment in Human Capital //The American Economic Review. – 1961. – Vol. L1, № 1. – P. 1–17.
2. Becker G.S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. – New York, 1975. – URL: <http://www.nber.org/chapters/c3730.pdf>. С. 23.
3. Galov O., Moav O. From Physical to Human Capital Accumulation Inequality and the Process of Development // Review of Economic Studies. – 2004. – № 71. – P. 1001–1026.

4. Goldin C., Katz L.F. The legacy of U.S. educational leadership: Notes on distribution and economic growth in the 20th century. *American Economic Review*, 2001, no. 91, p. 18–23.

5. Abramovitz M., David P. A. Two Centuries of American Macroeconomic Growth from Exploitation of Resource Abundance to Knowledge-Driven Development. – Stanford Institute for Economic Policy.

ХУСУСИЯТҲОИ ХОСИ МАРКЕТИНГИ САЙЁҲӢ ДАР ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН

Ҳакимов Абдумалик Абуваҳҳобович - н.и.и., и.в. дотсенти кафедраи менеҷмент,
маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон.

Тел: (+992) 935977272.

Дар мақола муаллиф хусусиятҳои хоси маркетинги сайёҳиро дар Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди омӯзиш ва таҳлил қарор додааст. Муаллиф қайд намудааст, ки соҳаи сайёҳӣ яке аз самтҳои афзалиятноки иқтисодиёти кишвар ба ҳисоб рафта, дар шароити мусоид барои рушди иқтисодиёт имкониятҳо фароҳам меорад. Маркетинги сайёҳӣ маҷмӯи чорабиниҳост, ки ба пешбурди хизматрасониҳои сайёҳӣ дар бозор нигаронида шуда, дар рушди сайёҳӣ нақши калидӣ мебозад ва ба ширкатҳои сайёҳӣ дар ҷалби муштариёни нав ва нигоҳ доштани муштариёни мавҷуда кӯмак мерасонад.

Вожаҳои калидӣ: маркетинг, сайёҳӣ, маркетинги сайёҳӣ, маҳсулоти сайёҳӣ, захираҳои сайёҳӣ, минтақаҳои сайёҳӣ, ширкати сайёҳӣ.

Сайёҳӣ дар кишварҳои тараққикардаи ҳақон яке аз соҳаи босуръат рушдбанди иқтисодиёт буда, ҳамасола миллионҳо сайёҳонро ҷалб мекунад ва миллиардҳо доллар ғоида меорад. Дар шароити рақобати шадид дар бозори сайёҳӣ ва афзалиятҳои доимо тағйирбанди истеъмолкунандагон, нақши маркетинг дар сайёҳӣ торафт муҳимтар мегардад.

Воситаи воқеии мусоидат ба ташаккул ва баланд бардоштани рақобатпазирии ғайолияти сайёҳӣ маркетинги сайёҳӣ мебошад, ки ба банақшагирии мол ва хизматрасониҳои сайёҳӣ, нархгузорӣ, фурӯш ва пешбурди онҳо ба бозор бо мақсади ба даст овардани ғоида дар асоси қонеъ кардани ниязҳои мушаххаси сайёҳон дахл дорад.

Маркетинги сайёҳӣ ин ғайолият оид ба банақшагирӣ ва таҳияи мол ва хизматрасониҳои сайёҳӣ, фурӯш, пешбурди мол ва хизматрасониҳо, ҳавасмандгардони талабот ва нархгузорӣ мебошад [3].

Маркетинг дар тичорати сайёҳӣ низоми мутақобилаи воситаҳост, ки ширкати сайёҳӣ барои идоракунии мақсадноки талабот ба хизматрасониҳои сайёҳӣ истифода мебарад.

Маркетинги сайёҳӣ маҷмӯи чорабиниҳост, ки ба пешбурди хизматрасониҳои сайёҳӣ дар бозор нигаронида шудааст. Он дар рушди сайёҳӣ нақши калидӣ мебозад ва ба ширкатҳои сайёҳӣ дар ҷалби муштариёни нав ва нигоҳ доштани муштариёни мавҷуда кӯмак мерасонад.

Ин ғайолият ба пешбурди мол ё хизматрасониҳо аз истеҳсолкунанда то ба истеъмолкунанда бо мақсади ба даст овардани ғоидаи ҳақди аксар ҳангоми қонеъ кардани эҳтиётоти гурӯҳи мақсадноки сайёҳон мусоидат мекунад.

Вазиғаи асосии маркетинг дар соҳаи сайёҳӣ ҷалб ва нигоҳ доштани муштариён, афзоиши муштариён ва баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулот ё хизматрасониҳои сайёҳӣ мебошад [4].



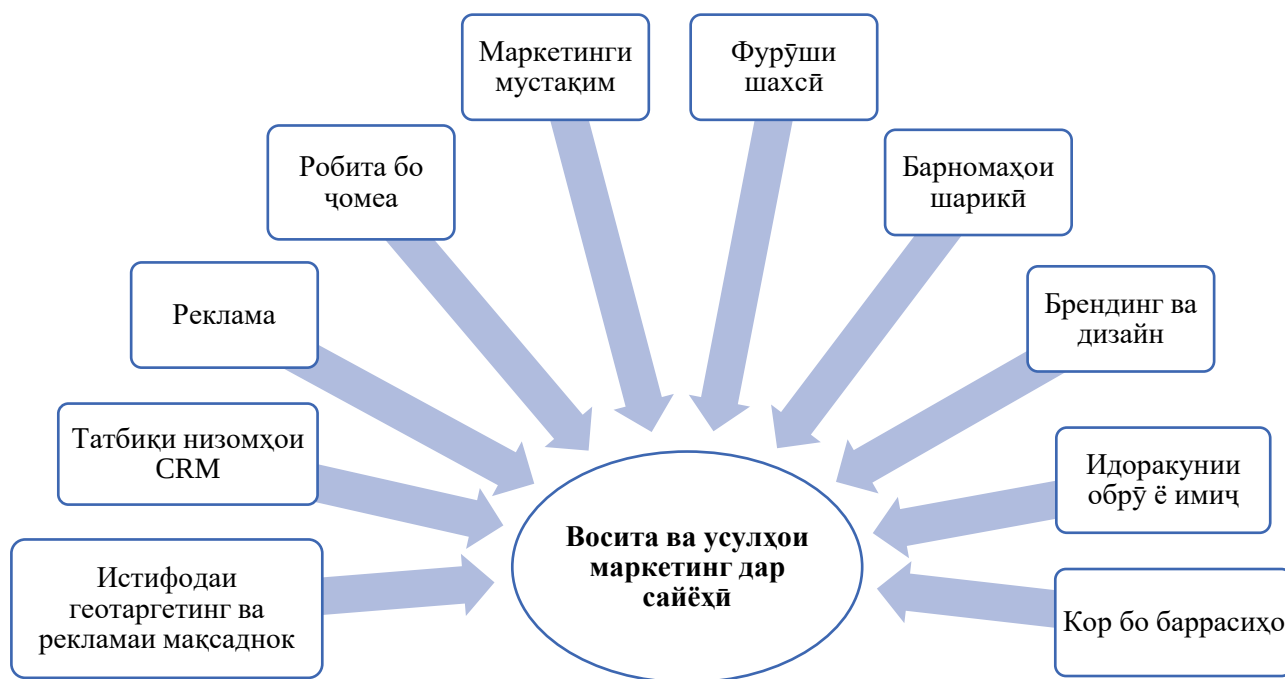
Расми 1. Вазифаҳои асосии маркетинг дар сайёҳӣ

Вазифаҳои асосии маркетинг дар сайёҳӣ инҳоянд:

- ✓ таҳқиқ ва таҳлили бозори сайёҳӣ, муайян кардани талабот ва афзалиятҳои муштарӣро эҳтимолӣ;
- ✓ таҳияи стратегияи рекламавӣ ва ҷойгиркунии маҳсулоти сайёҳӣ;
- ✓ эҷоди пешниҳоди беназири савдо (USP) барои ҷалби таваҷҷӯҳи муштарӣ;
- ✓ ташкил ва гузаронидани маърақаҳои рекламавӣ, аксия ва чорабиниҳо;
- ✓ идоракунии муносибатҳои муштарӣ, баланд бардоштани сатҳи қаноатмандӣ ва садоқати онҳо;
- ✓ мониторинг ва таҳлили натиҷаҳои маърақаҳои маркетингӣ барои танзими стратегия ва тактикаи рекламавӣ.

Моҳияти маркетинг дар сайёҳӣ дар он аст, ки он барои муайян кардани ниёзҳо, афзалиятҳои сайёҳон ва таҳияи стратегияҳо барои пешбурди маҳсулоти сайёҳӣ дар бозор кӯмак мекунад. Ташаккули бозори хизматрасониҳои сайёҳӣ, зарурати рушди маҷмааи миллии сайёҳӣ, тижоратикунонии фаъолияти сайёҳӣ ба зарурати ҷорӣ кардани принципҳои маркетинг ба амалияи кори корхонаҳои сайёҳӣ оварда мерасонад. Мантиқи рушди муносибатҳои бозорӣ дар соҳаи сайёҳӣ боиси ба роҳ мондан ва ҳалли мушкилот, аз қабili омӯзиш ва сегментатсияи бозори сайёҳӣ, арзёбии сифатӣ ва миқдории талаботи пардохтпазир ба хизматрасониҳои сайёҳӣ, ҷойгиркунии маҳсулоти сайёҳӣ дар бозор, истифодаи воситаҳои алоқа ва ҳавасмандгардонии фурӯш мегардад.

Фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи сайёҳӣ ҷанбаҳои гуногун дорад, ки ба хусусияти эҷод ва паҳнкунии маҳсулоти сайёҳӣ вобаста аст. Дар баробари ин, ба ҷараёни маркетинг, ба ғайр аз ҳуди ширкати сайёҳӣ, меъёрҳои қонунгузори дар бозори сайёҳӣ амалкунанда, инчунин ҷуғрофияи хизматрасонӣ таъсир мерасонанд.



Расми 2. Восита ва усулҳои маркетинг дар сайёҳӣ

Воситаҳо ва усулҳои гуногун барои ҳалли мушкилоти маркетинг дар соҳаи сайёҳӣ истифода мешаванд. Биёед муҳимтарини онҳоро дида бароем:

1. Реклама: телевизион, радио, рекламаи нашрӣ, рекламаи интернетӣ, рекламаи нақлиётӣ ва ҷойҳои фурӯшро дар бар мегирад.

2. Робита бо ҷомеа (Public Relations): ташкили конфронсҳои матбуотӣ, презентатсияҳо, иштирок дар намоишгоҳ ва ярмаркаҳо, нашрияҳо дар ВАО, таҳия ва паҳн кардани пресс-релизҳо ва маводҳои иттилоотиро дар бар мегирад.

3. Маркетинги мустақим: почтаи электронӣ, паёмнависӣ ва шабакаҳои иҷтимоиро дар бар мегирад.

4. Фурӯши шахсӣ: аз ҷониби менечерони фурӯш ва агентҳое, ки хизматрасониҳо ва маҳсулоти сайёҳиро мефурӯшанд, гузаронида мешавад.

5. Барномаҳои шарикӣ: ҳамкорӣ бо дигар ширкатҳо ва ташкилотҳо барои пешбурди якҷояи маҳсулот ва хизматрасониҳои сайёҳӣ.

6. Брендинг ва дизайн: таҳияи бренд, логотип, шиор, дизайни сомона ва маводи рекламавӣ.

7. Идоракунии обрӯ ё имиж: мониторинг ва таҳлили фикру мулоҳизаҳои муштарӣ, кор бо фикру мулоҳизаҳои манфӣ, таҳияи барномаҳои вафодорӣ.

8. Кор бо баррасиҳо: мониторинги баррасиҳо ва рейтингҳо дар интернет, иштирок дар шабакаҳои иҷтимоӣ, фикру мулоҳизаҳои муштарӣ.

9. Истифодаи геотаргетинг ва рекламаи мақсаднок дар шабакаҳои иҷтимоӣ ва дигар платформаҳо.

10. Татбиқи низомҳои CRM барои идоракунии муносибатҳои муштарӣ ва автоматизунии равандҳои маркетинг.

Солҳои охир Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон ба рушди соҳаи сайёҳӣ таваҷҷӯҳи зиёд зоҳир намуда, имкониятҳои сайёҳии таърихӣ фарҳангӣ, минтақаҳои кӯҳӣ, обҳои шифобахш ва табиати нотақрори хешро барои ҷалби сайёҳон бояд самаранок истифода намояд. Сайёҳӣ

симои мамлакат буда, одамон дар хориҷи кишвар давлатро пеш аз ҳама аз рӯи имиҷи он ҳамчун мавзеи сайёҳӣ дар асоси гуфтугӯ бо сайёҳон мешиносанд ва баҳо медиҳанд.

Ҷумҳурии Тоҷикистон дорои захираҳои нотақрори табию фароғатӣ буда, мероси бойи таърихӣ фарҳангӣ барои эҳё ва рушди соҳаи сайёҳӣ дорад. Соҳаи сайёҳӣ яке аз самтҳои афзалиятноки иқтисодии кишвар ба ҳисоб рафта, барои рушди иқтисодиёт имкониятҳо фароҳам меорад.

Аз ҷониби Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ - Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон соли 2018 “Соли рушди сайёҳӣ ва хунароҳои мардумӣ” эълон гардидан ба соҳаи сайёҳӣ такони ҷиддӣ бахшид. Дар соли 2018 дар тамоми манотиқи кишвар ҷиҳати ободу зебо гардонидани маҳалли худ чораҳои зарурӣ андешиданд. Минтақаҳои сайёҳӣ, роҳҳои автомобилгард, ёдгориҳои таърихӣ, ороишгоҳҳо, тарабхонаҳо ва дигар иншооти сайёҳӣ то андозае обод ва сатҳи сифати хизматрасонии онҳо то андозае беҳтар карда шуд.

Бо мақсади вусъат бахшидан ба рушди соҳаи сайёҳӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ва бо дарназардошти зарурати рушди инфрасохтори деҳот солҳои 2019 - 2021 “Солҳои рушди деҳот, сайёҳӣ ва хунароҳои мардумӣ” эълон карда шуда буд.

Вобаста ба ин масъала Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ - Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон дар Паёми худ ба Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон қайд намуданд: “Дар солҳои 2018 – 2023 барои рушди соҳаи сайёҳӣ ва хунароҳои мардумӣ чор лоиҳаи сармоягузори давлатӣ ба маблағи 330 миллион сомонӣ амалӣ гардида, илова бар ин, ба субъектҳои соҳа аз ҷониби низомии бонкии кишвар зиёда аз 300 миллион сомонӣ қарзи имтиёзнок ҷудо карда шудааст. Дар ин давра 1450 иншооти сайёҳӣ бунёд гардида, соли 2023 шумораи сайёҳон ба як миллиону дусад ҳазор нафар расидааст. Вале таъкид менамоем, ки имкониятҳои барои рушди соҳа истифоданашуда ҳанӯз хеле зиёданд” [10].

Дар шароити иқтисоди бозорӣ корхонаҳои саноати сайёҳӣ ҳарчи бештар зарурияти таҳияи молу хизматрасониҳои навро дарк карда истодаанд. Муайян ва қонеъ гардонидани талаботҳои инсонӣ ва ҷамъиятӣ яке аз вазифаҳои муҳими маркетинги инноватсионӣ ба ҳисоб меравад.

Ҷадвали 1. Рӯйхати иншоотҳои сайёҳӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон[9]

№	Номгӯи иншоот
1.	Меҳмонхонаҳо, аз ҷумла меҳмонхонаҳои махсус (хурд, гестхаус, хостел)
2.	Ороишгоҳҳои табобатӣ, истироҳатгоҳҳо, фароғатгоҳҳо
3.	Марказҳои хизматрасонии маҷмӯии сайёҳӣ (маҷмааи сайёҳӣ)
4.	Нуқтаҳои хизматрасонии маҷмӯии сарироҳӣ (мотел)
5.	Боғҳои фарҳангии фароғатӣ
6.	Мавзеоҳои фарҳангии таърихӣ ва динӣ (осорхонаҳо, зиёратгоҳҳо, иншооти таърихӣ)
7.	Инфрасохтори моҳигирӣ ва шикор бо мақсади сайёҳӣ
8.	Тарабхонаҳои дорои бренди байналмилалӣ
9.	Марказҳои истеҳсоли маҳсулоти хунаромандӣ
10.	Пойгоҳҳои махсуси мутобикгардонии минтақаҳои баландкӯҳ барои сайёҳон
11.	Маҷмааи сайёҳию лижаронӣ
12.	Марказҳои омӯзишӣ барои кӯҳнавардӣ, лижаронӣ, роҳбаладӣ

Бо амалисозии сиёсати хирадмандона ва пайгириҳои “дарҳои кушод”- и роҳбарияти давлат ва Ҳукумат, Тоҷикистон узви комилҳуқуқи Созмони Умумиҷаҳонии Сайёҳӣ гашта, ба

ҳамгирии соҳаи сайёҳии кишвар ба бозори ҷаҳонии сайёҳӣ заминаи воқеӣ фароҳам оварда шуд [9].

Ҷумҳурии Тоҷикистон ҳамчун узви комилҳуқуқи Созмони Умумиҷаҳонии Сайёҳӣ бо як қатор кишварҳои олам созишномаҳои ҳамкорӣ дар соҳаи сайёҳӣ ба имзо расонидааст. Дар Тоҷикистон низоми соддакардашудаи раводид барои шаҳрвандони 112 кишвари ҷаҳон ва низоми электронии раводид қорӣ гардида, шабакаи ягонаи электронӣ ба қор андохта шудааст.

Дар ин радиф, тавачҷӯҳи ҷомеаи ҷаҳонӣ ба захираҳои сайёҳии мамлакат зиёд гардида, симои кишвар ҳамчун мамлакати ороишта ва дорои захираҳои бойи сайёҳӣ боз ҳам устувор гардид. Ҳамзамон, роҳандозии тартиби электронии дастрас намудани раводид ва речаи бераводид бо 12 кишвари ҷаҳон, ғайолияти зиёда аз 100 ширкати сайёҳӣ, сохтмон ва таҷдиду азнавсозии як қатор инфрасохтори сайёҳӣ, барои воридшавии ҷумҳурӣ ба бозорҳои ҷаҳонии сайёҳӣ ва ҷалби бештари сайёҳон заминаи мусоид гузошта истодаанд.

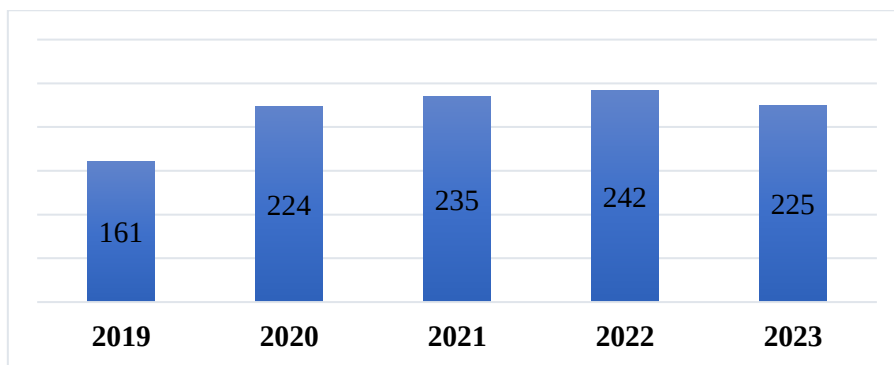
Айни замон дар бораи Тоҷикистон ҳамчун кишвари сайёҳӣ дар олами ғарб маълумот кофӣ нест ва он маълумоте, ки одамон дар бораи кишвар медонанд, на ҳама вақт саҳеҳ аст. Сайёҳон аз сафари худ амният, меҳмоннавозӣ ва қаноатмандии баландро интизор мешаванд. Муваффақ шудан ба қонеъ гардонидани ҷунин талабот маънои онро дорад, ки давлат шуҳрати баландро барои худ дар ҷаҳон ба даст овардааст. Ин занҷири самаранокеро ба вуҷуд меорад, ки на танҳо ба рушди баҳши сайёҳӣ, балки ба густариши муносибатҳои байналмилалӣ иқтисодӣ, аз ҷумла воридоти сармояи хориҷӣ низ мусоидат мекунад.

Қумитаи рушди сайёҳии назди Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон якҷо бо вазорату идораҳо, мақомоти дахлдори соҳаи сайёҳӣ ва сохторҳои соҳибқорӣ бо ҷалби шарикони рушд мониторинг ва арзёбии стратегияро мегузаронад ва ҳисоботи солоноро оид ба рафти амалисозии стратегия ба Шурои байниидоравӣ оид ба ҳамоҳангсозии ғайолият дар соҳаи сайёҳӣ ва ҳисоботи панҷсоларо оид ба натиҷаи амалисозии стратегия ба Шурои машваратии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон оид ба беҳтар намудани фазои сармоягузорӣ пешниҳод менамояд.

Низоми мониторинг ва арзёбӣ ҳамзамон низоми дахлдори ҳисоботдиҳӣ аз натиҷаҳои амалисозии стратегия ва марҳилаҳои амалишавии он барои давраи 2019-2022, 2023-2026 ва 2027 - 2030 аз нуқтаи назари рушди соҳа ва бо ҳисоботи фосилавӣ маҳсуб меёбад. Сохторҳои дахлдори мақомоти иҷроияи маҳаллии ҳокимияти давлатӣ, ассотсиатсияҳои сайёҳӣ ҳисоботи соҳавиро оид ба амалиёбии марҳилаҳои стратегия ба мақоми ваколатдори давлатӣ дар соҳаи сайёҳӣ пешниҳод мекунад. Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон якҷо бо тарафҳои манфиатдор ҷиҳати таҳкими минбаъда ва пайваста баланд бардоштани самаранокӣ низоми мониторинг ва арзёбии стратегия тадбирҳои заруриро роҳандозӣ мекунад.

Аз ҷониби Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон ба тоҷирону соҳибқорон ва ширкатҳои сайёҳӣ як қатор имтиёзҳои андозию гумрукӣ ва барои ворид намудани техникаву технологияи муосир дода шуд.

Натиҷаи ин ҳамаи кӯшишу талош ва дастгириҳои Ҳукумати кишвар буд, ки дар соли 2018 соҳаи сайёҳӣ дар кишвар назар ба солҳои қаблӣ рушд намуда, шумораи сайёҳони воридгардида ва инчунин, ширкатҳои сайёҳии ба сайёҳҳои дохилию хориҷӣ хизматрасон низ зиёд гардид.



**Расми 3. Шумораи ширкатҳои сайёҳӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон
(дар солҳои 2019-2023, адад)**

Агар дар соли 2019 шумораи ширкатҳои сайёҳӣ дар кишвар 161 ададро ташкил меод, дар соли 2023 ин шумора ба 225 адад омада расид, ки 64 адад зиёд гардида, аз самараи дастгирию имтиёзҳои додаи Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон мебошад [5].

Ширкатҳои сайёҳӣ бо мақсади васеъ намудани бозори фурӯши маҳсулот ва хизматрасониҳои сайёҳии худ бояд фаъолияти маркетингии худро дуруст ба роҳ монанд. Маркетинг ҷанбаи асосии стратегия ба ҳисоб рафта, аз қисмҳои таҳқиқоти бозор, реклама, ба роҳ мондани фурӯш ва нигоҳ доштани тамос бо муштариён иборат аст. Пеш аз оғози дилхоҳ фаъолияти маркетингӣ бояд муайян кард, ки он ба кӣ равона карда шуда, мақсади асосӣ аз чӣ иборат аст. Маркетинг аз таҳқиқоти бозор оғоз мешавад. Таҳқиқоти бозор метавонад мураккаб ва серхарҷ бошад ва ё метавонад супориши нисбатан оддӣ бошад. Чи қадаре, ки воситаҳо бештар ҷалб шаванд, ҳамон қадар сифат баланд мешавад, аммо новобаста аз ин, раванди тадқиқот дар маҷмӯъ яхела мебошад.

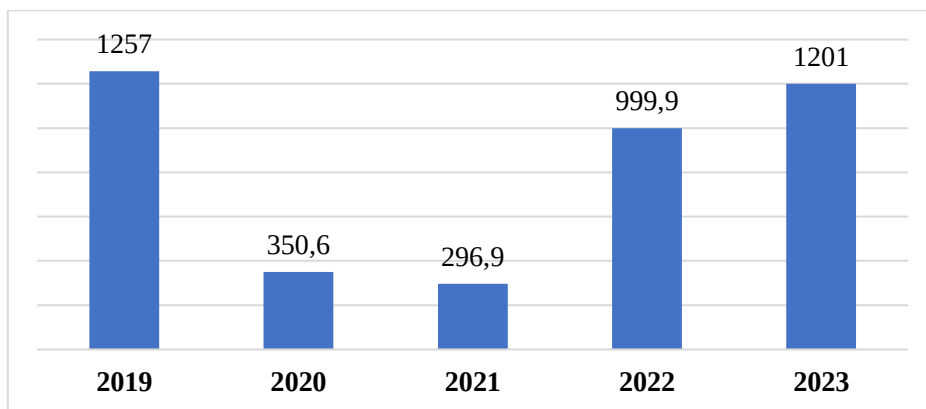
Ҳадафи асосии ширкатҳои сайёҳӣ дар шароити рақобат тоб овардан ва миқдори зиёди мизочонро ҷалб намудан мебошад. Маҳз тавассути инноватсия имконият аст, ки инро ба даст оварем [1].

Таҳлилҳо нишон медиҳанд, ки дар натиҷаи тадбирҳои андешидашуда сол аз сол ташрифи сайёҳони хориҷӣ ба ҷумҳурӣ зиёд гардида истодааст. Ташаббуси Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон оид ба эълон гаштани солҳои 2019-2021 ҳамчун “Солҳои рушди деҳот, сайёҳӣ ва хунаҳои мардумӣ” аз ҷониби созмонҳои байналмилалӣ саривактӣ арзёбӣ гардида, дар радиҳои ин ташаббуси фарогир Созмони ҷаҳонии сайёҳӣ бо мақсади муаррифии фарҳанги асил, хунаҳои маҳаллӣ, урфу одат ва анъанаҳои мардумии кишварҳои узви созмон мавзӯи Рӯзи ҷаҳонии сайёҳӣ барои соли 2020 - Соли рушди сайёҳӣ ва минтақаҳои деҳот эълон дошт.

Мувофиқи маълумоти оморӣ соли 2020 ба Ҷумҳурии Тоҷикистон 350 ҳазор нафар сайёҳ ташриф овард, ки нисбат ба соли пешин 72,2 дарсад кам мебошад. Сабабҳои асосии кам ташриф овардани сайёҳони дохилию хориҷӣ ин бемории ҳамагири Коронавирус - COVID-19 мебошад.

Аз таҳлили расми 4. маълум мегардад, ки дар соли 2023 шумораи шаҳрвандони хориҷие, ки ба Ҷумҳурии Тоҷикистон ташриф овардаанд, бо назардошти ҳама намуди мақсадҳои сафар (хизматӣ, истироҳатӣ ва ғайра) 1201,0 ҳаз. нафарро ташкил намуд [5].

Шумораи шаҳрвандони хориҷие, ки ба Ҷумҳурии Тоҷикистон аз давлатҳои ИДМ ворид шудаанд, 1094,1 ҳазор нафар (95,0 фоиз аз шумораи умумӣ), аз он 950,1 ҳазор нафар ба ҳайси сайёҳ ва давлатҳои хориҷи дур 57,8 ҳазор нафар (мутаносибан 5,0 фоиз аз шумораи умумӣ), аз он 49,2 ҳазор нафар ба ҳайси сайёҳ буданд.



Расми 4. Шумораи шаҳрвандони хориҷие, ки мутобиқи маълумоти сарҳади давлатӣ (тибқи талаботи СУС) Ҷумҳурии Тоҷикистон ба ҳайси сайёҳ ворид шудаанд (дар солҳои 2019-2023, ҳаз. нафар)

Тамоми шаҳрвандони хориҷие, ки сарҳади Тоҷикистонро убур мекунанд, бояд бо худ шиносномаи эътиборнок ё ҳуҷҷате, ки шахсияти ӯро тасдиқ менамояд, ҳамчунин раводиди мувофиқ (ба ғайр аз шаҳрвандони Озарбойҷон, Арманистон, Белорусия, Қазоқистон, Қирғизистон, Молдова, Русия, Украина, ки аз онҳо барои ба Тоҷикистон ворид шудан раводид дархост карда намешавад) дошта бошанд.

Дар Тоҷикистон аз 1 июни соли 2016 портали нав оид ба судури раводиди электронии “e-Visa” ба кор даромад, ин имконият ба шаҳрвандоне дода мешавад, ки бо мақсади саёҳат ё тичорат ба кишвар меоянд. Аризаи электрониро пур карда, бе ҳозиршавӣ дар муассисаи консулгарии Тоҷикистон дар хориҷа раводиди электрониро ба даст оранд. Низоми раводиди электронии “e-Visa” ба шаҳрвандони хориҷӣ иҷозат медиҳад, ки тариқи онлайн раводиди тоҷикиро бадаст оваранд.

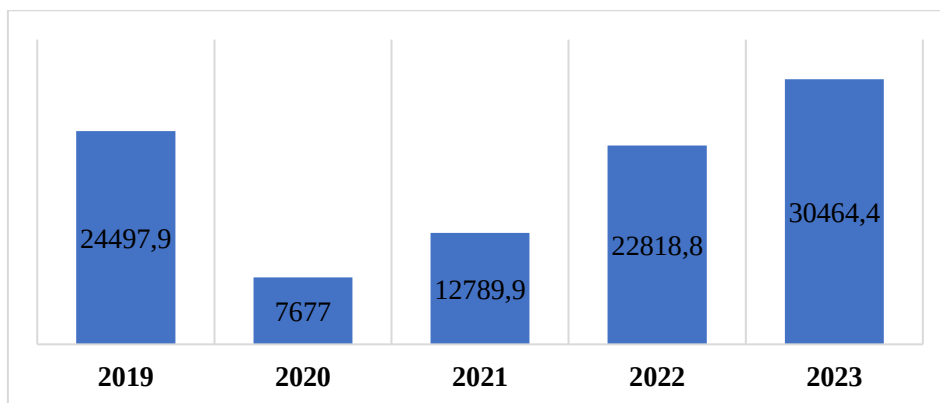
Раводиди электронӣ ҳамчун ивазкунада раводид ҳангоми вуруд ба Ҷумҳурии Тоҷикистон мебошад ва ба муҳлати 90 рӯз ва яққарата дода шуда, дорандаи он аз лаҳзаи ворид шудан ба қаламрави Ҷумҳурии Тоҷикистон ҳуқуқи аз 45 рӯз зиёд будубош карданро надорад. Раводиди электронӣ тамдид карда намешавад. Метавон ба Тоҷикистон аз тариқи тайёра, қатора ё мошин рафта расид. Тоҷикистон хатсайрҳои мустақим ба шаҳрҳои Маскав, Санкт-Петербург, Алмато, Бишкек, Рига, Истанбул, Дубай, Урумчӣ, Техрон, Машҳад, Франкфурт дорад.

Миқдори зиёди шаҳрвандони хориҷии ба ҷумҳурӣ воридшуда, аз давлатҳои ҳамсоя, аз ҷумла аз Ўзбекистон-777,6 ҳазор нафар (71,0%), Русия-279,9 ҳазор нафар (25,6%), Қазоқистон-25,0 ҳазор нафар (2,3%), Қирғизистон-3,8 ҳазор нафар (0,3%) ва ғайра мебошанд.

Миқдори сайёҳони воридшуда аз давлатҳои хориҷи дур ба монанди, Афғонистон-3,3 ҳазор нафар (0,3%), Чин-5,4 ҳазор нафар (0,5%), Туркия-7,3 ҳазор нафар (0,6%), Ҳиндустон-3,4 ҳазор нафар (0,3%), Эрон-4,3 ҳазор нафар (0,4%), ИМА-6,9 ҳазор нафар (0,6%), Покистон-1,6 ҳазор нафар (0,1%), Олмон-3,0 ҳазор нафар (0,3%) мебошанд [5].

Даромад аз пешниҳоди хизматрасониҳои сайёҳӣ бе назардошти андоз аз арзиши изофа дар соли 2023 30464,4 ҳаз. сомони ро ташкил дода, назар ба соли 2019 5966,5 ҳаз. сомонӣ зиёд гардидааст.

Дар нух моҳи аввали соли 2022 дар ҷумҳурӣ 183 меҳмонхона (60 назардошти шахсони воқеӣ) 6 - меҳмонхонаи 5 ситорадор, 20 - меҳмонхонаи 4 ситорадор, 16 - меҳмонхонаи 3 ситорадор, 3 - меҳмонхонаи 2 ситорадор, 2 - меҳмонхонаи 1 ситорадор ва 136-меҳмонхонаи бедараҷа фаъолият кардаанд [5].



Расми 5. Даромад аз пешниҳоди хизматрасониҳои сайёҳӣ ба назардошти андоз аз арзиши изофа (дар солҳои 2019-2023, ҳаз. сомонӣ)

Рушди сайёҳӣ аз шароити табиӣ ва муҳити атроф вобастагии калон дошта, фарҳанги миллӣ, урфу одат, таомҳо ва нӯшокиҳои миллӣ, таърих ва осори фарҳангиро дар бар гирифта, заминаи асосӣ барои рушди минбаъдаи соҳаи сайёҳӣ ба ҳисоб меравад.

Аз ин лиҳоз, рушди соҳаи сайёҳӣ бояд аз як насл ба насли дигар якҷо бо фаъолият нисбати ҳифзи табиат ва муҳити атроф, осори ниёгон, дастгирии фарҳанг ва тамаддуни маҳаллӣ, расму оин, касбу ҳунарҳои мардумӣ ба роҳ монда шавад.

Асоси тиҷорати соҳаи сайёҳӣ ба афзалиятҳои иқтисодӣ, иҷтимоӣ ва экологӣ мувофиқ мебошад ва бинобар ин бахши мазкур яке аз беҳтарин соҳаҳо барои таъмини мувозинати аслии устувории экологӣ, иҷтимоӣ ва иқтисодӣ ба ҳисоб меравад.

Мукамалгардониҳои маркетинги сайёҳӣ дар ширкатҳои сайёҳиро водор мекунад, ки ба ҳадафҳои худ расида, харидорони имконпазирро ба хизматрасониҳои худ ҷалб намуда, даромади ширкатро зиёд намоянд. Таҳқиқотҳо нишон медиҳанд, ки маҳз дастгирии давлатӣ ва мусоидат ба фаъолияти онҳо самаранокии раванди фаъолияти ширкатҳои сайёҳӣ ва субъектҳои хоҷагидориҳои сайёҳиро таъмин намуда метавонад. Яке аз омилҳои муҳим ин маблағгузориҳои давлатӣ барои таблиғоти ширкатҳои миллии сайёҳӣ мебошад [2].

Бо мақсади самаранок намудани соҳаи сайёҳӣ ҳамчун яке аз самтҳои афзалиятнокии иқтисоди миллӣ зарур аст, самтҳои гуногуни мукамалгардониҳои идоракунии рушди сайёҳӣ, амалӣ карда шавад.

Тавре ки омор нишон медиҳад, дар соҳаи сайёҳӣ корҳои зиёде анҷом дода шудаанд. Аммо бо вучуди ин, ҳоло бисёр мушкилоти ҳалношуда боқӣ мондаанд, мавҷудияти онҳо монеаи рушди фаъолият мебошад.

Ба онҳо дохил мешаванд:

- набудани механизми самаранокии молиявӣ ва дастгирии қарзӣ;
- набудани механизмҳои молиявии низомии дастгирии инноватсионӣ-сармоягузорӣ;
- набудани низомии соддакардашудаи қарздиҳӣ (фоизҳои баланд);
- маҳдудиятҳои андозбандии имтиёзнок;
- набудани донишкадаи мукаммали молиявӣ, дастгирӣ ва рушди сайёҳӣ.

Ҳалли ин мушкилот дар асоси рушди танзими давлатӣ ва дастгирии фаъолияти соҳаи сайёҳӣ имкон медиҳад, ки иқтисодии мавҷудаи сайёҳии кишварро самаранок истифода барем. Ба ибораи дигар, саноати сайёҳӣ маҳсулоти сайёҳиро истеҳсол мекунад, ки ҳам дар бозори хориҷӣ ва ҳам дар дохилӣ талабот доранд.

Ҳамин тариқ, мушкилоти мавҷуда ба рушди соҳаи фаъолияти сайёҳӣ ҳалал мерасонанд, ки ба гирифтани маблағҳои иловагӣ ба даромади буҷети кишвар таъсир мерасонад.

Таъсиси ширкати маркетингӣ ки бо таҳқиқоти маркетингии соҳаи сайёҳӣ машғул аст ба ҳалли мушкилоти болозикр мусоидат мекунад. Он ба мо имкон медиҳад, ки талаботи сайёҳонро қонеъ намуда, пур кардани бучетҳои ҳама сатҳҳоро таъмин намоем, асбори хориҷиро ба минтақа ҷалб намуда, мушкилоти иҷтимоию иқтисодӣ ва баланд бардоштани сатҳи шуғли аҳолиро ҳал намоем.

Ба ақидаи мо фаъолияти асосии ширкати маркетингӣ бояд аз гузаронидани чорабиниҳои зерин иборат бошад:

- пурсиши сайёҳон (муайян кардани хоҳишҳо ба сифати хизматрасонӣ, нарх, талабот);
- муайян кардани мушкилоте, ки сайёҳон ҳангоми расидан ба кишвар дучор меоянд;
- афзалиятҳо ва манфиатҳои сайёҳон дар кишвар;
- муайян намудани тамоюлҳои муҳимтарини соҳаи сайёҳӣ дар кишвар;
- гузаронидани пурсиши субъектҳои фаъолияти соҳаи сайёҳӣ;
- муайян намудан ва ҳалли мушкилоте, ки субъектҳои фаъолияти соҳаи сайёҳӣ бо онҳо рӯ ба рӯ мешаванд;
- таъсиси маркетинги интернетӣ (таҳқиқи бозор тавассути пурсиши сайёҳон дар шакли режими онлайн, фурӯши маҳсулоти сайёҳӣ);
- гузаронидани мастер-классҳо оид ба тайёр намудани кадрҳои баландихтисос, оид ба пешбурди кори муваффақ ба ширкатҳои сайёҳӣ;
- омӯзиш, баррасии таснифи талабот ба намудҳои нави хизматрасонӣ ё мол.

Ин чорабиниҳо бояд якҷоя иҷро карда шаванд. Пурсиши сайёҳони эҳтимолӣ дар бозорҳои роҳнамо дар хориҷа, таҳлил пешниҳодҳои рақибон, муайян кардани бозорҳои роҳнамо дар марҳилаи аввал бо ҳароҷоти зиёди молиявӣ аз ҳисоби маблағҳои бучетӣ ва бо иштироки намояндагони мақомоти ҳокимият иҷро карда шаванд.

Фаъолияти маркетингӣ бояд дар сатҳи мақомоти минтақавӣ ва марказии идоракунии сайёҳӣ, турбизнес ва ташкилотҳои ҷамъиятӣ, ки бояд дар асоси меъёрҳои муқаррарнамудаи мақомоти давлатии ҷумҳурӣ амал кунанд, амалӣ карда шавад. Фаъолияти ҳамаи сохторҳо бояд аз ҷониби Кумитаи рушди сайёҳии назди Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон мувофиқа карда шавад.

Хулоса, соҳаи сайёҳӣ қисми муҳими иқтисодиёти кишвар буда, дастгирии ҳамаҷонибаи он ба рушди ширкатҳои сайёҳӣ, фаъолгардонии қорӣ намудани маҳсулоти нави сайёҳии рақобатпазир, баланд бардоштани самаранокии фаъолияти онҳо, таъсиси ҷойҳои кории иловагӣ, ҳавасмандгардонӣ, ташкили ширкатҳои нав, афзоиши даромад аз ҳисоби андоз мусоидат намуда ба афзоиши неқӯаҳволии аҳоли мусоидат мекунад.

Рушди сайёҳӣ дар маҷмуъ метавонад ба пешрафти иҷтимоию иқтисодии кишвар, ташкили ҷойҳои кории нав таъсири назаррас расонида, ба баланд бардоштани обрӯю эътибори давлат дар арсаи байналмилалӣ, ҳисси худшиносӣ, ифтихори миллӣ, инчунин суботи иқтисодӣ ва ҷалби сармоягузорӣ мусоидат намояд.

Адабиёт

1. А. Ҳакимзода. Таҳлили вазъи муосир ва мушкилоти рушди инноватсионии соҳаи сайёҳӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон. Маводҳои конференсияи VII-уми илмию амалии байналмилалӣ “Тоҷикистон ва ҷаҳони муосир: Масоили мубрами рушди иқтисодиёти инноватсионӣ”, 25-26 сентябр соли 2020. ш. Душанбе., саҳ.: 131-137. 0.5 ҷ.ч.

2. А. Ҳакимзода. Таҳлили вазъи муосири сайёҳӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон. Маводҳои конференсияи II-юми байналмилалӣ илмию амалӣ бахшида ба “Бистсолаи омӯзиш ва рушди

фанҳои табиатшиносӣ, дақиқ ва риёзӣ дар соҳаи илм ва маориф” (солҳои 2020-2040) 26-27 декабри соли 2023. саҳ. 12-19. 0.5 ҷ.ҷ.

3. А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова. Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие для бакалавров. Учебное пособие для бакалавров. - М.: Дашков и К°, 2016.

4. А.М. Каримова, У. Нуриддинова. Роль маркетинга в инновационном развитии деятельности сферы туризма // JMBM. 2023. №3. URL: <https://cyberleninka.ru>.

5. Агентии оморӣ назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. Тоҷикистон: 30 - соли Истиқлолияти давлатӣ маҷмӯаи омори. Душанбе 2022.

6. Диловаров Р.Д., Ёров Ҷ.Н., Сайфуллоев Н.Н. Асосҳои туризм: китоби дарсӣ. – ДМТ, 2013. – 244 с.

7. Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Е. А. Джанджугазова. - М., 2003. - 426 с.

8. Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон “Дар бораи сайёҳии дохилӣ” 18 июли соли 2017, № 1450, ш. Душанбе. Боби 1. Муқаррароти умумӣ.

9. Стратегияи рушди сайёҳӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030, Қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 1 августи соли 2018, № 372 тасдиқ шудааст.

10. Эмомалӣ Раҳмон. Паёми Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ - Пешвои миллат Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 28.12.2023, ш. Душанбе.

АРЗЁБИИ ИМКОНИЯТҲОИ ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН БАРОИ ТАҚВИЯТИ ИҚТИДОРИ СОДИРОТӢ

Таваров Лутфило Толибович - мудири шуъбаи тақвияти иқтисодии содиротӣ, логистика ва тичорати электронии МД “Пажӯҳишгоҳи илмию таҳқиқотии иқтисодии Вазорати рушди иқтисод ва савдои Ҷумҳурии Тоҷикистон”

Қаюмов Алишер Исмоилхонович - ходими хурди илмӣ шуъбаи самаранокии истеҳсолот ва инфрасохтори МД “Пажӯҳишгоҳи илмию таҳқиқотии иқтисодии Вазорати рушди иқтисод ва савдои Ҷумҳурии Тоҷикистон”

Дар мақола аз ҷониби муаллифони имкониятҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон барои тақвияти иқтисодии содиротӣ мавриди омӯзиш ва таҳлил қарор дода шудааст. Қайд ҷридааст, ки барои татбиқи сиёсати созандаи Асосгузори Сулҳу Ваҳдати миллӣ - Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон мухтарам Эмомалӣ Раҳмон оид ба рушди иқтисодии кишвар, аз он ҷумла тақвияти иқтисодии содиротӣ он, ки яке аз заминаҳои боэътимод оид ба расидан ба ҳадафҳои рушд мебошад, ҷиҳати муайян намудани рафти иҷроии стратегияҳо ва барномаҳои давлатӣ, инчунин риояи санаду ҳуҷҷатҳои меъёрию ҳуқуқӣ вобаста ба рушди содирот, мавриди таҳлилу ҳулосабарорӣ қарор дода шуд. Таҳқиқотҳои мақсаднок дар иқтисодиёти ватанӣ, асоснокнамоии илмӣ-амалиявии иқтисодии содиротӣ, аз ҷумла иқтисодии содиротиро дар раванди баланд бардоштани сатҳи некуаҳволӣ ва сифати ҳаёти аҳолии кишварро тақозо менамоянд.

Вожаҳои калидӣ: иқтисодии содиротӣ, савдои ҳориҷӣ, портали савдо, равандаи ягона, технологияҳои “сабз”, долони гумрукӣ, хизматрасониҳои логистикӣ, рақамикунони муносибатҳо.

Баҳри иҷроии дурнамоҳои нақшавари мамлакат, ки дар Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030 ва Стратегияи рушди саноат дар

Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030 дарҷ гардидааст, Барномаи саноатикунони босуръати Ҷумҳурии Тоҷикистон барои солҳои 2020-2025, Барномаи рушди иқтисоди рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон барои солҳои 2021-2025 ва Барномаи рушди содироти Ҷумҳурии Тоҷикистон барои солҳои 2021-2025 қабул карда шуд.

Барномаи рушди содирот чиҳати ҳавасмандгардонии содирот, таъмин намудани гуногуншаклии истеҳсолоти ба содирот нигаронидашуда ва соддагардонии расмиёти савдои хориҷиро тақозо намуда, рушди тичорати рақамӣ ва такмили инфрасохтори нақлиётиву логистикиро ҳамчун вазифаҳои асосӣ муайян намудааст.

Ҳадафҳои он рушди содироти молу хизматрасонӣ, таҳкими истеҳсолоти ба содирот нигаронидашуда ва ивазкунандаи воридот, кам кардани ҳиссаи молҳои истеъмолӣ ва хизматрасонӣ дар ҳаҷми умумии воридот, фароҳам овардани шароити мусоид барои татбиқи сиёсати давлатии иқтисодии хориҷи, инчунин баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулоти ватанӣ дар бозорҳои дохилӣ ва хориҷӣ мебошад.

Барои тақвият додани иқтидори содиротии ҷумҳурӣ, рушди савдои хориҷӣ, фурӯш ва содироти молу хизматрасониҳои истеҳсолии корхонаву ширкатҳои ватанӣ дар сохтори идораи давлатии ҳукуматӣ Агентии содироти назди Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон ҳамчун мақомоти давлатӣ дар ин самт ташкил карда шудааст.

Агентии содирот чиҳати муайян ва ошкор кардани иқтидори содиротии ҷумҳурӣ чунин самтҳоро дар фаъолиятҳои арзёбӣ намудааст:

- ташкили иттилооту машварат байни фурӯшанда ва харидорони мустақим, миёнаравҳо ва дигар шарикони савдо дар кишварҳои хориҷӣ;

- таҳлили рушди содироти мол ва маҳсулоти аз ҷониби субъектҳои хоҷагидор истеҳсолшаванда;

- иштирок дар гузаронидани тадқиқоти бозорӣ барои содироти молу хизматрасониҳои субъектҳои хоҷагидории ватанӣ ба бозорҳои кишварҳои хориҷӣ;

- дастгирӣ ва мусоидат намудан дар гузаронидани тадқиқоти маркетингии маҳсулоти нав ва ҷустуҷӯи бозорҳои нави содироти мол;

- пешниҳоди маълумот дар бораи намоишгоҳҳои ҷумҳуриявӣ, минтақавӣ ва байналмилалӣ;

- тартиб додан ва пешбурди феҳристи субъектҳои хизматрасонии содиротӣ барои истеҳсолкунандагон ва содиркунандагон, феҳристи маҳсулоти содиротӣ ва феҳристи субъектҳои хоҷагидор, ки содироти молу хизматрасониҳои ватаниро анҷом медиҳанд;

- ба даст овардани вазъи содироткунанда, бақайдгирӣ, тағйирдиҳӣ, бекор намудан ва бозхонди бақайдгирии содироткунанда;

- ба танзим даровардани маълумот оид ба тавлиди мол ва коркарди маълумотҳои содироткунандагони ватаниро дар маҳзани содироткунандагони бақайдгирифташуда.

Афзалиятҳои асосӣ дар фаъолияти Агентии содирот ин пешбурди робитаҳои тичоративу иқтисодӣ бо давлатҳои хориҷӣ ва муаррифии маҳсулоти ватанӣ дар бозори ҷаҳонӣ ба ҳисоб меравад. Инчунин, таҳлили вазъи кунунӣ ва дурнамои муносибатҳои муштарак оид ба масъалаҳои баланд бардоштани иқтидори содиротӣ, тақвияти робитаҳои иқтисодии хориҷӣ, ташкили марказҳои логистикӣ дар самти банду баст, коркард, захира, нигоҳдории маҳсулот ва муаррифии маҳсулоти ватанӣ.

Барои суръатбахшӣ ва баланд бардоштани иқтидори содиротии кишвар дар назди Агентии содирот бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон Корхонаи воҳиди давлатии “Тоҷагропромэкспорт” ташкил шудааст, ки тавассути он масъалаҳои харид, захира, нигоҳдорӣ,

бастабандӣ ва содироти маҳсулоти рақобатпазири ватаниро ба хориҷи кишвар амалӣ карда мешавад.

Бо мақсади арзёбии имкониятҳои ҷумхурий ва тақвияти иқтисодии содиротӣ конунҳо, аз ҷумла «Дар бораи фаъолияти савдои хориҷӣ», «Дар бораи назорати содирот», «Дар бораи савдои электронӣ» ва дигар санадҳои меъёрий-ҳуқуқии амалкунанда, ки дар ҳама самтҳои амалиёти тиҷоратӣ мавҷуданд ва тайи солҳои соҳибистиклолии кишвар ба роҳ монда шудаанд.

Ҳамчунин зери таваҷҷуҳи махсус қарор додани робитаҳои иқтисодии хориҷӣ дар рушди иқтисоди миллӣ бо истифода аз стандартҳои умумичаҳонӣ ва таҷрибаи дохилии мамлакат, таҳти таҳлилу ҳулосабарорӣ қарор додани рафти иҷрои самараноку саривақтии Стратегияи рушди “иқтисоди сабз” дар Тоҷикистон барои солҳои 2023-2037 ва тадбиқи раванди рақамикунории иқтисодиёти миллӣ бо дарназардошти хусусияти рушди минтақаҳои он мувофиқи мақсад мебошад.

Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон вобаста ба тақвияти гардиши савдо байни давлатҳо, таъсиси марказҳои логистикӣ ва ташкили корхонаҳои муштарак дар самти коркард намудани маҳсулоти кишоварзӣ роҳандозӣ намуда, ин масъаларо иброи назари доимӣ менамояд.

Рушд ва васеъ намудани занҷираҳои арзиши иловашуда дар соҳаи кишоварзӣ ва саноат, соддагардонии расмиёти савдо ва сохтмони марказҳои логистикӣ, татбиқи энергияи барқароршаванда, рушди бахши хусусӣ ва тиҷорати электронӣ дар Тоҷикистон самтҳои афзалиятноки татбиқ намудани иқтисодҳои содиротии кишвар мебошанд.

Тоҷикистон барои ба роҳ мондани ҳамкориҳои иқтисодии хориҷӣ ва шарикии мутақобилан судманди иқтисодӣ имкониятҳои зиёд дар соҳаҳои истеҳсоли меваю сабзавоти барвақтии тару тоза, хушкмеваю мағзҳо, маводи ғизоии коркарди маҳсулоти кишоварзӣ, обҳои ошомиданӣ, шарбатҳои табиӣ, асал, маҳсулоти тайёри нассочӣ, нерӯи барқ, коркарди амики нахи пахта ва алюминии аввалия иқтисодии муайян дорад.

Рушди муносибатҳои тиҷоратӣ иқтисодии байнидавлатӣ барои тақвияти гардиши савдои хориҷӣ солҳои охир заминаҳои мусоид фароҳам овардааст. Аз ҷумла, ташкили форумҳои байналмилалӣ сармоягузорӣ, комиссияҳои байнихукуматӣ ва дигар чорабиниҳои иқтисодии сиёсӣ ба рушди тақвияти иқтисодии содиротии кишвар мусоидат менамоянд.

Мавриди зикр аст, ки дар амалиёти содиротии гардиши савдои хориҷӣ вазни хоси савдо бо мамлакатҳои ИДМ ва ҳамсояҳои наздик нисбат ба кишварҳои хориҷи дур қариб ду маротиба кам мебошад.

Дар ин раванд дар навбати аввал ҳамкориҳои минтақавии агентҳои пешбурди содирот ва ниҳодҳои мусоидаткунанда ба рушди савдои 5 ҷумҳуриҳои Осиёи Марказӣ - Тоҷикистон, Ўзбекистон, Қазоқистон, Туркменистон ва Қирғизистон, инчунин намояндагони бахши хусусӣ, шарикони рушд ва коршиносони байналмилалӣ мулӣ, имкониятҳо барои кушодани захираҳо ҷиҳати тақвияти иқтисодии содиротии минтақа нақши муайян дорад.

Ҳадаф аз он таҳкими ҳамкорӣ ва мубодилаи таҷриба байни мақомоти ин минтақа, пешбурди содироти панҷ ҷумхурий, муаррифии таҷрибаи Тоҷикистон дар самти ҳавасмандгардонӣ ва баррасии роҳҳои беҳтар намудани инфрасохтори мусоиди савдо барои таъмини устувории ташаббусҳои рушди содирот дар минтақа мебошад.

Мушкилоти ҷойдошта байни дигар мамлакатҳои ҳамсоя-Чин ва Афғонистон дар самти содироти молу маҳсулот ва хизматрасонӣ, роҳҳои ҳалли онҳо, истифодаи иқтисодии имконияти мамлакатҳо барои дар марҳилаи аввал таъмин намудани бозорҳои дохилӣ ва сипас содироти молу маҳсулот ба мамлакатҳои минтақа ва ҷаҳон, интиқоли беамониати маҳсулоти зудвайроншаванда, эътирофи тарафайни ҳуҷҷатҳои иҷозатдиҳии содиротӣ ҳангоми

барасмиятдарории гумрукӣ тавассути равзанаи ягона, бастанӣ шартномаҳои кафолатнок байни субъектҳои содироткунандаи давлатҳо давра ба давра мавриди бояд дар баррасии доими мақомотҳои пешбурди содирот бошад.

Аз ин рӯ, барои имкониятҳои ҷойдоштаи содироти минтақаҳои васеъ рушд ёфта, мамлакатҳои ҳамсоя фазои мусоиди иқтисодӣ ва сармоягузорино дучониба ва бисёрҷониба бояд фароҳам гардонанд.

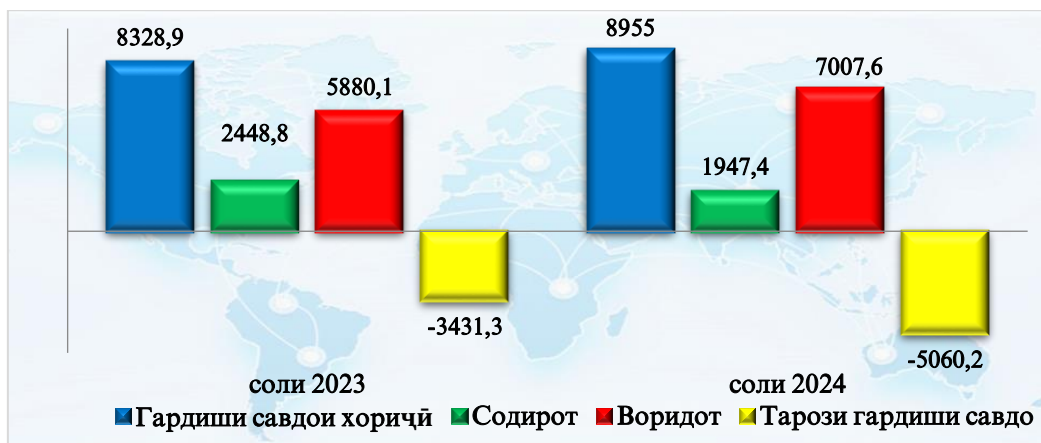
Тадбирҳои, ки ба тақвияти гардиши савдо байни давлатҳо, ҳамкориҳо дар соҳаҳои тичоративу иқтисодӣ, содироти маҳсулоти кишоварзӣ, ҷалби лоиҳаҳои бузург ва ташкили корхонаҳои муштарак дар самти коркард намудани маҳсулоти кишоварзӣ андешида шуда, масъалаи вазъи кунунӣ ва дурнамои муносибатҳои муштарак, тақвияти робитаҳои тичоративу иқтисодӣ, хизматрасониҳои логистикӣ ва ба таври замонавӣ банду баст намудани молу маҳсулоти содиротшаванда равона шудаанд, ҷиҳати баланд бардоштани иқтидори содиротӣ ҷумҳурӣ мегардад.

Дар баробари ин васеъ кардани амалияи экспресс-коридор барои барасмиятдарории гумрукии маҳсулоти кишоварзӣ ва маҳсулоти хӯрокворӣ дар ҳамаи гузаргоҳҳои сарҳадӣ бо воситаи “портالي савдо”, “равзанаи ягона” ва «долони содагардонидашудаи гумрукӣ» рушди ҳамкорӣ дар соҳаи кишоварзии “оқил” ва табодули таҷриба ҷиҳати ҷорӣ намудани технологияҳои каммасраф, технологияҳои “сабз”, рақамикунонии муносибатҳо дар савдои хориҷӣ ва дигар технологияҳои муосиру баландсифат барои ҳалли масъалаҳои дуруст ба роҳ мондани хизматрасониҳои логистикӣ ва рушди муносибатҳои дучонибаи иқтисодию тичоратӣ мусоидат менамояд.

Масъалаи рушду тақими ҳамкориҳо дар самти ҷалби сармояи хориҷӣ, ташкили вориди технологияҳои нав, омӯзонидани касбҳои нав барои ба роҳ мондан ва ташкили фаъолияти муътадили корхонаҳои муштарак бо соҳибкорони ватанӣ, ки дар маҷмӯъ сарчашмаи ғанӣ гардонидани бучети ҷумҳуриявӣ ва маҳаллӣ аз ҳисоби пардохтҳои андозӣ мегардад, ҷолиби таваҷҷуҳи алоҳида мебошад.

Барои муайян ва арзёбӣ намудани имкониятҳо барои тақвияти иқтидори содироти Тоҷикистон ба таҳлили маҷмӯи нишондиҳандаҳо, ки ба ин масъала таъсир мерасонад, таваҷҷуҳ зоҳир намудан мувофиқи мақсад мебошад. Аз ҷумла, нишондодҳои макроиқтисодӣ аз қабili афзоиши ҳарсолаи маҷмӯи маҳсулоти дохилӣ (ММД), сатҳи таваррум, индекси нархҳои дохилӣ, дараҷаи иҷрои ҳаҷми содирот нисбат ба ҳаҷми содироти аз лиҳози баҳодиҳии расмӣ ва дурнамои қабулшуда, афзоиши истехсоли маҳсулоти ватанӣ дар соҳаҳои иқтисод, дараҷаи таъминоти бозори истеъмолии дохили, сатҳи нархҳои ҷаҳонӣ, тағйироти ҳаҷми содирот ва вазни ҳоси он дар гардиши савдои хориҷӣ.

Гардиши савдои хориҷӣ бо омилҳои монанди рушди босуръати иқтисодиёти кишвар, амалӣ гаштани барномаҳои ҳаётан муҳим дар соҳаи энергетика, роҳсозӣ, воридоти таҷҳизот ва технологияҳои истехсоли алоқаманд буда, соли 2024-ум 8955 млн. долларро ташкил намуда, нисбат ба соли 2023-юм 7,5 Ҷоиз ё 626,1 млн., доллар зиёд мебошад. Тарози савдо манфӣ буда, 5060,2 млн. долларро ташкил дод [2].



Расми 1. Нишондиҳандаи гардиши савдои хориҷӣ дар солҳои 2023-2024

Ҳарчанд тарози манфии савдои хориҷӣ ба назар мерасад, вале беш аз 76 фоизи воридотро сармоя ва ашёи хом ташкил медиҳад, ки ба рушди соҳаҳои гуногуни иқтисодиёт равона шудааст.

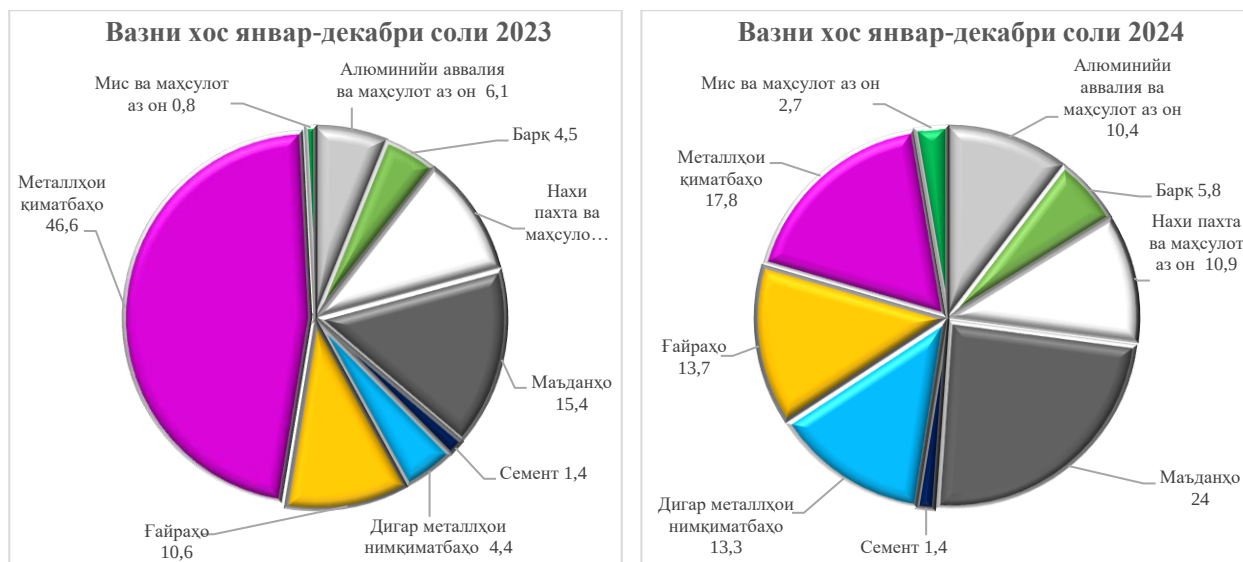
Ҷумҳурии Тоҷикистон дар соли ҳисоботӣ бо бештар аз 100 кишвари дунё муносибатҳои тиҷоратӣ дошт ва шарикони асосии тиҷоратии Ҷумҳурии Тоҷикистон давлатҳои Россия (22,3 фоиз), Хитой (21,2 фоиз), Қазоқистон (15 фоиз), Швейтсария (10 фоиз), Ўзбекистон (6,7 фоиз), Туркия (4,8 фоиз), Эрон (3,9 фоиз), Беларусия (2 фоиз), Корея ва Афғонистон (1,4 фоиз), Олмон (1,2 фоиз) ва дигар кишварҳо ба ҳисоб мераванд[2].

Тибқи маълумоти Агентии омор нишондиҳандаи содироти молу маҳсулот 1947,4 млн. долларро ташкил намуда, нисбат ба соли 2023-юм 20,5 фоиз ё 501,4 млн. доллар коҳиш ёфтааст, ки омили асосии он кам шудани содироти металлҳои қиматбаҳо ба маблағи 794 млн. доллар арзёбӣ мегардад [4].

Мувофиқи таҳлилҳо дар соли 2024 нишондиҳандаи содироти ҷумҳурӣ ба назардошти металлҳои қиматбаҳо ба 1600,2 млн. доллар расонида шуд, ки нисбат ба соли 2023-юм 22,4 фоиз ё 292,6 млн. доллар зиёд мебошад.

Дар натиҷаи ба роҳ мондани истеҳсоли маҳсулоти ба содирот нигаронидашуда ва воридотивазкунанда талаботи бозори истеъмолӣ дар сатҳи зарурӣ таъмин гардида, дар соли 2024 нишондиҳандаи содироти як қатор молҳои ғайрианъанавӣ ба маблағи 245,3 млн. доллар нисбат ба соли 2023-юм афзоиш ёфта, беш аз 439,2 млн. долларро ташкил намуд [4].

Инчунин ба афзоиши нишондиҳандаҳои содирот зиёд шудани талабот дар кишварҳои шарикони асосии тиҷоратӣ ва боло рафтани нархи миёнаи содиротӣ мусоидат намуд. Мувофиқи маълумоти омори гумрукӣ нархи миёнаи содиротии металлҳои нимқиматбаҳо 8902 доллар, маъданҳо 208 доллар, алюминийи аввалия 171 доллар, либосҳои гуногун 1361 доллар, маҳсулоти кишоварзӣ 43 доллар, металлҳои сиёҳ 27 доллар ва ғайраҳо барои як тонна нисбат ба нархҳои миёнаи соли 2023-юм афзоиш ёфтаанд [2].



Расми 2. Сохтори содироти молҳои асосӣ дар солҳои 2023-2024

Дар соли 2024 аз ҷониби ширкатҳои саноати кӯҳӣ 265,5 ҳазор тонна маъдану концентратҳо ба маблағи умумии 466,7 млн. доллар содирот гардидааст, ки дар муқоиса ба соли 2023-юм 21,6 ҳазор тонна ё 88,5 млн. доллар зиёд шудааст.

Аз ҳаҷми умумии содироти ин номгӯи маҳсулот ба Қазоқистон 132,2 ҳазор тонна ё 49,8 фоиз бо маблағи 150,5 млн.доллар, Хитой 84,3 ҳазор тонна ё 31,8 фоиз бо маблағи 247,7 млн. доллар, Ўзбекистон 33,3 ҳазор тонна ё 12,5 фоиз бо маблағи 31,5 млн. доллар, Швейтсария 14,6 ҳазор тонна ё 5,5 фоиз бо маблағи 34,3 млн. доллар ва ба Ветнам 1 ҳазор тонна ё 0,4 фоиз бо маблағи 2,6 млн. доллар рост меояд [2].

Соҳаи муҳими рақобатпазир ва мусоидаткунанда ба рушди содирот истеҳсол ва коркарди хушкмеваҳо ба шумор меравад. Дар соли 2024 ҳаҷми содироти меваҳои хушк 87,6 ҳазор тоннаро бо арзиши умумии 30,9 млн. доллар ташкил дод, ки ин нишондиҳанда дар қиёс ба соли 2023-юм 6,5 ҳазор тонна ё 1,9 млн. доллар афзоиш ёфтааст.

Мувофиқи маълумоти оморӣ содироти меваю сабзавот дар соли 2024-ум ба 26 кишвар сурат гирифта, аз ҳаҷми умумии маҳсулоти содиргардида ба Қазоқистон 65,7 фоиз, Россия 14,8 фоиз, Покистон 6,2 фоиз, Ироқ 4,7 фоиз, Ўзбекистон 3,3 фоиз, Туркия 1,5 фоиз, Афғонистон 1,4 фоиз ва боқимонда ба дигар давлатҳо рост меояд.

Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ-Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон дар Паёми навбатииашон ба Маҷлиси Олӣ санаи 29 декабри соли 2023 қайд намуданд, ки Ҳукумати мамлакат ҷиҳати фароҳам овардани шароити муносиб барои сармоягузорӣ ҷолиб гардонидани иқтисодӣ кишвар ва ба содирот нигаронидани он пайваста ҷорачӯӣ менамояд.

Ҳамин тариқ, мақсад аз амалиявии иқдомҳои мазкур дар самти рушди содирот дар асоси амалӣ намудани яке аз ҳадафҳои стратегӣ– саноатикунони босуръати кишвар мебошад. Боз ҳам тақвият додани ҳамкориҳои мутақобилан судманд ва татбиқи масъалаҳои қайдгардида ба истеҳсолкунандагон ва содироткунандагон мусоидат намуда, имкониятҳо барои тақвияти иқтисоди содиротии Тоҷикистон боз ҳам васеъ мегардад.

Тағйирёбии мусбии рушди иқтисод ва нишондодҳои қисми содиротии гардиши савдои хориҷӣ дар солҳои охир ва амалӣ гардонидани ҳадафҳои Барномаи давлатии рушди содироти Ҷумҳурии Тоҷикистон барои солҳои 2021-2025 исботи он аст, ки кишварамон дорои имкониятҳои реалӣ барои тақвияти иқтисоди содирот мебошад.

Адабиёт

1. Паёми Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон мухтарам Эмомалӣ Раҳмон “Дар бораи самтҳои асосии сиёсати дохилӣ ва хориҷии ҷумҳурӣ” аз 29-декабри соли 2023.
2. Дастовардҳои Вазорати рушди иқтисод ва савдои Ҷумҳурии Тоҷикистон дар 30-соли иқтисодиёти истиқлолият, январи соли 2024.
3. Суханронии Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон мухтарам Эмомалӣ Раҳмон дар Маҷлиси ваеи Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон “Оид ба натиҷаи рушди иқтисодиву иҷтимоии кишвар дар соли 2023 ва вазифаҳо барои соли 2024” “Ҷумҳурият”, 26-январӣ соли 2024.
4. Внешнеэкономическая деятельность Республики Таджикистан в 2023г. /Агенство по статистике при Президенте Республики Таджикиста.

ПРЕИМУЩЕСТВА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЧЕРЕЗ ФРАНШИЗУ

Мухторзода Саидмухтори Саидахор - кандидат экономических наук, доцент
кафедры «Экономики и организации бизнеса» Таджикского государственного университета
коммерции E-mail: saidmukhtori.m84@gmail.com

В статье рассматриваются ключевые преимущества розничной торговли по модели франчайзинга. Анализируются такие аспекты, как использование готовой бизнес-модели, поддержка со стороны франчайзера, экономия на маркетинге и закупках, а также снижение предпринимательских рисков. Особое внимание уделяется тому, как франшиза помогает начинающим предпринимателям быстрее выйти на рынок и повысить шансы на успех за счёт узнаваемого бренда и налаженных бизнес-процессов.

Ключевые слова: франчайзинг, розничная торговля, франшиза, франчайзи, франчайзер, торговая сеть, бизнес по франшизе, бренд, маркетинговая поддержка, обучение персонала.

Франчайзинг — это форма сотрудничества между двумя сторонами: франчайзером, обладающим успешной бизнес-моделью и торговой маркой, и франчайзи, приобретающим право на её использование для ведения собственного бизнеса. Эта модель получила широкое распространение во всём мире как эффективный инструмент масштабирования и развития малого и среднего предпринимательства [4].

Франчайзинг представляет собой соглашение, при котором франчайзер передаёт франчайзи право использовать бренд, технологии, бизнес-процессы, а также оказывает поддержку на всех этапах работы. В обмен на это франчайзи выплачивает паушальный взнос (единовременная плата за вход) и роялти (регулярные отчисления).

Франчайзинг в розничной торговле — это эффективная бизнес-модель, при которой предприниматель (франчайзи) использует уже готовую бизнес-систему, бренд и поддержку франчайзера для открытия и ведения собственного магазина. Этот формат становится всё более популярным в России и по всему миру, особенно среди начинающих предпринимателей, стремящихся снизить риски.

Франчайзи получает доступ к уже проверенной системе ведения бизнеса: ассортимент, стандарты обслуживания, дизайн торговой точки, логистика и даже маркетинг проработаны и протестированы на практике.

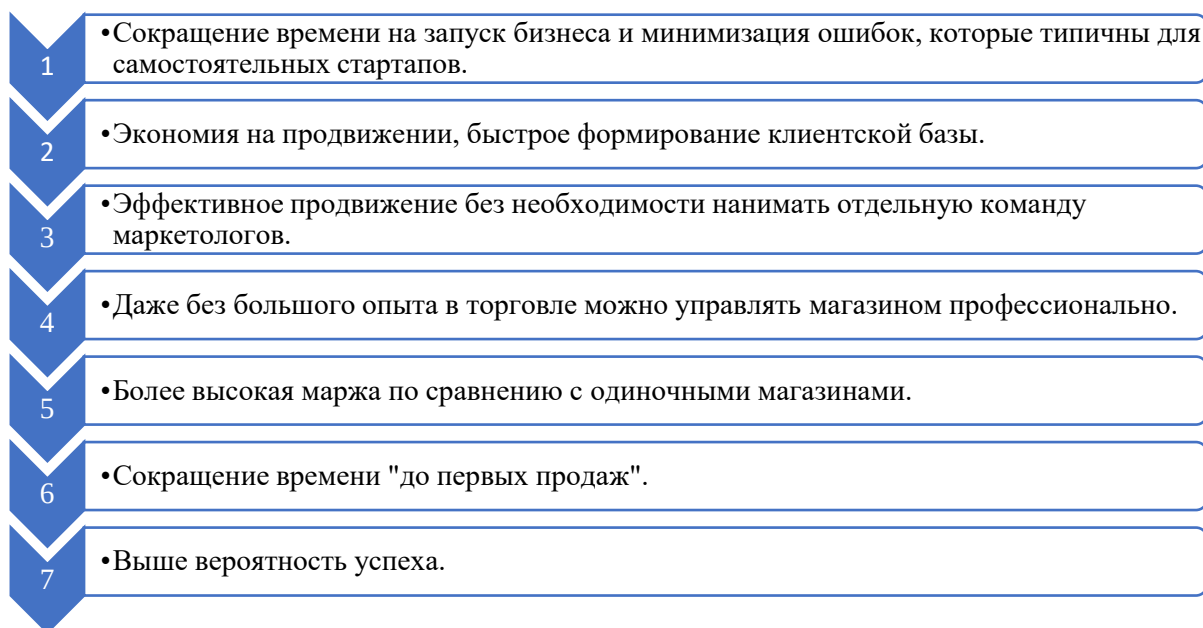


Рисунок 1. Преимущества франчайзинга

Работа под известной торговой маркой позволяет сразу привлечь внимание потребителей, которые уже доверяют бренду. Франчайзеры часто берут на себя национальные рекламные кампании и предоставляют франчайзи готовые маркетинговые материалы, обучающие программы и доступ к акционным стратегиям. Франчайзер обучает сотрудников, предоставляет инструкции по работе, а также регулярно контролирует и поддерживает франчайзи в ходе операционной деятельности. Многие франчайзеры централизуют закупки, позволяя франчайзи закупать товары по оптовым ценам. Франшиза позволяет открыть бизнес быстрее, чем при самостоятельной разработке всех процессов. Часто франчайзеры помогают с поиском локации, арендой, ремонтом и поставками. Франшиза — это модель с заранее рассчитанными рисками. Статистика показывает, что бизнес по франшизе выживает в разы чаще, чем обычный стартап.

В Таджикистане имеются достаточно широкие возможности для развития франчайзинга. Но чтобы реализовать эти возможности необходимо создать определенные условия. Нужна предпосылка для законодательной инициативы по разработке закона о франчайзинге, а также внесение соответствующих изменений в связанные с ним законы и нормативные акты. Крайне важно включить в программы по поддержки малого предпринимательства систему развития франчайзинга. Для начального этапа развития франчайзинговой системы потребуются создание системы налоговых льгот для франчайзи.

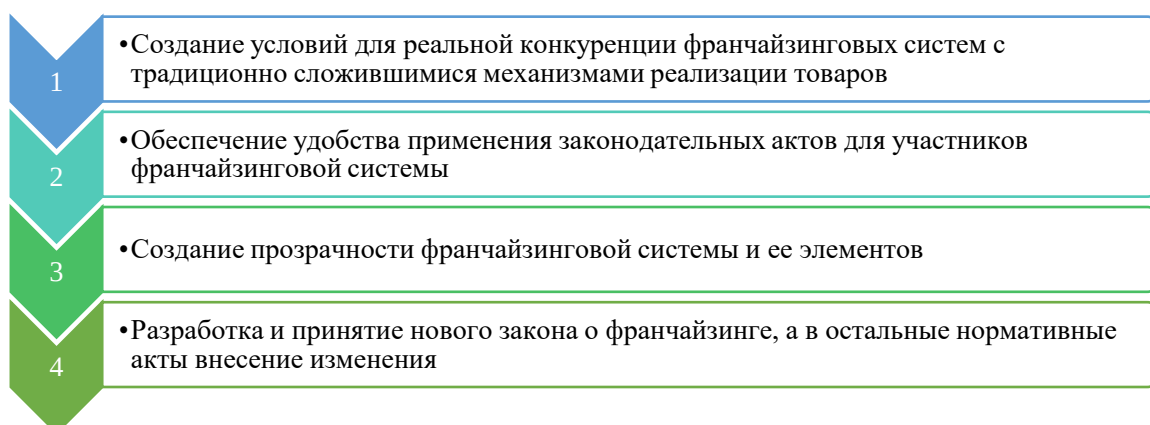


Рисунок 2. Рекомендации по развитию франчайзинга в Республике Таджикистан

«Все эти изменения должны приблизить как законодательство, так и терминологию франчайзинга к мировой практике, что особенно важно для создания франчайзинговых систем с участием иностранного капитала» [2].

В заключение можно сделать ряд очень важных выводов по развитию франчайзинга в Таджикистане:

1. Несмотря на то что, это новое явление, франчайзинг в Таджикистане применяется.
2. К основным направлениям использования франчайзинга в Таджикистане следует отнести: систему общественного питания, торговлю продовольственными и непродовольственными товарами.
3. Успешному развитию франчайзинга способствуют попытки проникновения зарубежных фирм на таджикский рынок.
4. Возможен дополнительный спектр развития франчайзинга в Таджикистане, который не исчерпывается существующими направлениями.
5. Франчайзинг - эффективный способ влияния на устойчивость и надежность малого предпринимательства, особенно на начальном этапе становления бизнесменов.
6. Франчайзинг является самым эффективным экономическим инструментом внешнеэкономической деятельности, включая проникновение на иностранные рынки с привлечением возможностей иностранных бизнесменов.

Розничная торговля по франшизе — отличная возможность начать своё дело с меньшими рисками и быстрым стартом. Однако важно тщательно выбирать франчайзера, изучить условия договора и понять, насколько предложенная модель соответствует вашим ресурсам и целям.

Литература

1. Сосна С.А., Васильева Е.Н. Франчайзинг. Коммерческая концессия. - М.: ИКЦ «Академкнига», 2005. - 375 с.
2. Степанов В. В. Особенности использования франчайзинга в розничной торговле Таджикистана / В. В. Степанов, М. К. Черняков, М. М. Чернякова, И. У. Исмаилов, С. С. Мухторзода // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. - 2016. - № 7. – С. 109.
3. Черняков М. К. Особенности оценки конкурентоспособности розничной торговой сети Республики Таджикистан. / М. К. Черняков, М. М. Чернякова, И. У. Исмаилов, С. С. Мухторзода. Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях: материалы международной научно-практической конференции / Под редакцией профессора Насретдинова И.Т. – Казань: Изд- во «Печать-сервис XXI век, 2016. – 457с. - С. 138.
4. <https://sendpulse.com/ru/>.

МУНОСИБАТҲОИ ГУМРУКИИ ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН БО ТАШКИЛОТҲОИ БАЙНАЛҲАЛҚӢ

Алиев Маҳмадҷон Баҳронович - н.и.и., и.в. дотсенти кафедраи фаъолияти гумруки
Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. Тел. (+992) 935388042;
E-mail: alizoda.m13@gmail.com

Мақомоти гумруки Ҷумҳурии Тоҷикистон иштирокчии фаъоли як қатор конвенсияҳо аз ҷумла: Конвенсияи байналмилалӣ оид ба содасозӣ ва ҳамоҳангсозии амалиётҳои гумрукӣ, Конвенсияи гумрукӣ оид ба интиқоли байналмилалӣ бор, Конвенсия байналмилалӣ оид ба воридоти муваққатии мол, Системаи ҳамоҳангшудаи тавсиф ва рамзгузории номгуи молҳо, инчунин Конвенсияи байналмилалӣ оид ба ҳамкориҳои дучониба ва бисёрҷониба чихати пешгирии вайронкуниҳои қоидаҳои гумрукӣ амал менамояд, ки ин чараён ба иштирокчиёни фаъолияти иқтисоди хориҷии кишварамон имкониятҳои зиёдеро чихати баромадан ба бозори ҷаҳонӣ фароҳам оварда, ба кам гардидани мукдори ҳуччатҳо ҳангоми барасмиятдарории гумрукии мол, коҳишёбии бози гумрукии воридотӣ, инчунин, ҳамоҳангсозӣ байни мақомотҳои назоратии наздисарҳадиро баҳри содагардониҳои расмиёти савдо пурзӯр мегардонад.

Калидвожаҳо: фаъолияти гумрук, муносибатҳои гумрукӣ, хазматрасониҳои гумрукӣ, гардиши тичорати хориҷӣ, сарҳади гумрукӣ, менечменти менечменти гумрукӣ, савдои хориҷӣ, тарифи гумрукӣ, шарикони тичорат, робитаҳои хориҷӣ, муносибатҳои иқтисодии байнанмилалӣ.

Ҳамкориҳои байнанмилалӣ гумрукии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар асоси як қатор Созишномаҳои байниҳукумати дучониба ва бисёрҷонибаи баимзорасида ва санадҳои ҳукукии байналмилалӣ, ки Ҷумҳурии Тоҷикистон онҳоро эътироф намудааст ба амал бароварда мешавад.

Дар баробари ин, мақомоти гумруки Ҷумҳурии Тоҷикистон иштирокчии фаъоли як қатор конвенсияҳои дар зер овардашуда мебошад, ки ин чараён ба иштирокчиёни фаъолияти иқтисоди хориҷии кишварамон имкониятҳои зиёдеро чихати баромадан ба бозори ҷаҳонӣ фароҳам меоварад:

- конвенсияи байналмилалӣ оид ба содагардонӣ ва ҳамоҳангсозии расмиёти гумрукии Киото аз 25 сентябри соли 1974 амал намуда, раванди ҷаҳонишавӣ зарурати ҳамоҳангсозии муқаррароти Конвенсияи мазкурро бо ҷаҳони муосир ба миён овард. Аз ин рӯ, 26 майи соли 1999 дар ҷаласаи навбатии Созмони умумиҷаҳонии гумрук таҳрири нави Конвенсияи Киото қабул гардид ва бо қарори Маҷлиси намояндагони Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон, таҳти №78, аз 6 майи соли 2015 Созишнома оид ба содагардониҳои расмиёти савдо тасдиқ шуда, Ҷумҳурии Тоҷикистон ба Конвенсияи мазкур соли 2015 ҳамроҳ гардидааст;

- конвенсияи гумрукӣ оид ба интиқоли байналмилалӣ бор бо истифодаи китобчаи боркашонии байналмилалӣ автомобилӣ (соли 1975 бо тағйироту иловаҳои соли 1997) аз 20 марти соли 1978 амал мекунад ва Ҷумҳурии Тоҷикистон дар қатори беш аз 60 давлати дунё аъзои Конвенсияи мазкур мебошад. Конвенсия интиқоли борро тавассути ҳама намуди нақлиёт аз гумруки маҳалли фиристонидани бор то гумруки таъиноти мамлакатҳои аъзо ба танзим медарорад. Моле, ки бо риояи қоидаҳои боркашонии байналмилалӣ автомобилӣ интиқол дода мешавад, дар гумрукҳои мобайнӣ аз пардохти хирочҳои гумрукӣ, инчунин, аз муоинаи гумрукӣ озод мебошад;

- конвенсия дар бораи воридоти муваққатии мол соли 1990 бо мақсади содагардониҳои воридоти муваққатии молу воситаҳои нақлиёт қабул шуда, Ҷумҳурии Тоҷикистон ба он моҳи

декабри соли 1996 шомил гардидааст;

- системаи Ҷамоаҳои Ҷамоаҳои тавсиф ва рамазгузори молҳо мавақеи мол, зермавақеи мол, рамазҳои рақамии онҳо, эзоҳи фасл, гурӯҳ ва зермавақеъ, инчунин, қоидаҳои асосии таснифро дар бар мегирад. Ҳуҷҷати мазкур давлатҳои аъзоро вазирадори менамояд, ки номгӯҳои гумрукӣ – омории ҳудуд бо системаи Ҷамоаҳои Ҷамоаҳои мувофиқ созанд. Номгӯии молии фаъолияти иқтисоди хориҷии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар заминаи Конвенсияи болозикр таҳия гардида, бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 25 феввали соли 2017, таҳти №92 тасдиқ гардидааст;

- конвенсияи байналмилалӣ дар самти ҳамкориҳои дучониба вобаста ба пешгирии вайронкунии қоидаҳои гумрукӣ ҳангоми интиқоли молу воситаҳои нақлиёт аз сарҳади гумрукӣ, ки дар шаҳри Найроби 9 июни соли 1977 ба имзо расидааст. Созишномаи қувваи қонунӣ гирифтаи Найроби ба кишварҳои иштирокчи имкон медиҳад, ки бо истифода аз санадҳои ҳуқуқии байналмилалӣ ва ҳамкориҳои дучонибу бисёрҷониба ҳимояи манфиатҳои миллӣ ва арзишҳои фарҳангии давлатро ба роҳ монанд.

Ҳуҷҷати мазкур аз матни асосӣ ва ду замима иборат буда, замимаҳо масъалаҳои ҷамъоварӣ ва мубодилаи ахбори махсус, таъмини иҷрои амалҳои ҳуқуқӣ аз ҷониби мақомоти гумрук ва ҳамкорӣ дар самти мубориза бо ҳуқуқвайронкунии гумрукиро дар бар мегирад, ки он аз 21 майи соли 1980 мавриди амал қарор дошта, Ҷумҳурии Тоҷикистон дар қатори 56 давлати дунё 30-юми январи соли 1997 ба Конвенсияи мазкур ҳамроҳ гардидааст.

Амалисозии Созишномаҳои болозикр ба кам гардидани ҳуҷҷатҳои ҳангоми воридот ва содирот истифодашаванда, коҳишёбии бори гумрукии воридотӣ, инчунин, Ҷамоаҳои Ҷамоаҳои байни мақомотҳои назоратии наздисарҳадиро баҳри содагардонии расмиёти савдо пурзӯр мегардонад.

Самти дигари муносибати гумрукӣ бо ташкилотҳои байналхалқӣ ҳамкориҳои мақомоти гумрук бо Созмони Умумиҷаҳонии Савдо (СУС) мебошад.

Робитаҳои гумрукӣ вобаста ба фаъолияти иқтисоди хориҷии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар якҷоягӣ бо Созмони Умумиҷаҳонии Савдо муҳимтарин созмони байналмилалиест, ки аз лиҳози иқтисодию амниятӣ усулҳои танзими тарифӣ ва ғайритарифии фаъолияти тиҷорати хориҷиро таҳия намуда ба амал мебарорад.

Бояд қайд намуд, ки Созмони Умумиҷаҳонии Савдо ҳамчун таҳкурсии фаъолияти тиҷорати хориҷӣ, вориси ҳуқуқии Созишномаи генералӣ оид ба тарифҳо ва савдо (СГТС) ба ҳисоб меравад, ки аз соли 1947 амал мекард. Сар карда аз 1 январи соли 1995, фаъолияти он дар шакли СУС расман оғоз гардидааст. Котиботи Созмони Умумиҷаҳонии Савдо дар шаҳри Женеваи Конфедератсияи Швейтсария қарор дошта фаъолият менамояд.

Созишномаи мазкур дар натиҷаи ҳалли баҳсҳои тиҷоратии баргузоргардида тайи солҳои 1986 - 1994 таъсис ёфта, «Созишномаи генералӣ оид ба тарифҳо ва савдо»-и даври Уругвай номгузори гардид. Ҳар як вохурӣ бо мақсади гуфтушунидҳо дар қадом шаҳре, ки баргузор гардад, даври вохурӣ бо номи ҳамон шаҳр номгузори мегардад. Дар вохуриву гуфтушунидҳо мутахассисон зиёда аз 120 давлати дунё иштирок доштанд. Гуфтушуниди охирин давр 15 апрели соли 1994 дар Марракеш (Марокеш) баргузор гардида дар ин ҳусус ҳуҷҷатҳои дахлдор ба имзо расид, ки барои имзои созишномаи таъсиси СУС замина гузошт.

СУС чараёни доимамалкунанда буда, давлатҳои узвӣ барои ҳалли масъалаҳои, ки дар мавриди интиқоли молу воситаҳои нақлиёт тариқи сарҳади гумрукӣ ба вуҷуд меояд

роҳнамоӣ намуда, ҳамзамон назоратро аз болои иҷрои созишномаҳои даври Уругвай ташкил менамояд.

Дар умум, созишномаи даври Уругвай тайи 50 созишномаҳои бисёрҷонибаро дар гирди худ муттаҳид намуда, таъсиси Созишномаи СУС-ро ба вуҷуд овардааст, ки номгузори он дар ҷадвали 1. дарҷ мегардад:

Ҷадвали 1.

№	Номгуи Созишномаҳо
I	Созишномаҳои бисёрҷониба оид ба савдои мол ва хизматрасониҳо:
a	СГТС-94
б	Созишнома оид ба самти кишоварзӣ
в	Созишнома оид ба татбиқи чораҳои санитарӣ ва фитосанитарӣ
г	Созишнома оид ба нассочӣ ва дӯзандагӣ
ғ	Созишнома дар бораи монеаҳои техникӣ дар тичорат
д	Созишнома дар бораи тадбирҳои сармоягузорию марбут ба тичорат
е	Созишнома дар бораи истифодабарии расмиёти зиддидемпингӣ
ё	Созишнома оид ба татбиқи арзёбии арзиши гумрукии мол
ж	Шартномаи санҷиши пеш аз интиқол
з	Созишнома дар хусуси қоидаҳои давлати истеҳсолкардаи мол
и	Созишнома дар хусуси расмиёти иҷозати импорт
й	Созишнома оид ба масъалаҳои субсидия ва тадбирҳои ҷубронсозӣ
й	Созишнома оид ба тадбирҳои ҳифозотӣ
II	Созишномаи умумӣ доир ба савдои хизматрасонӣ
III	Созишнома вобаста ба ҷанбаҳои тичоратии ҳуқуқи моликияти зеҳнӣ
IV	Созишнома оид ба қоидаҳо ва тартиботи ҳалли баҳсҳо
V	Механизми баррасии сиёсати савдо
VI	Созишномаҳо бо иштироки маҳдуди кишварҳои узв(ихтиёрӣ)
a	Созишнома дар бораи савдои таҷҳизоти авиатсияи граждонӣ
б	Созишномаи дар бораи хариди давлатӣ
в	Созишномаи байналмилалӣ дар бораи маҳсулотҳои ширӣ
г	Созишномаи байналмилалӣ дар бораи маҳсулотҳо аз гӯшти гов

Манбаъ: (муаллиф дар асоси сарчашмаҳои илмӣ тартиб додааст).

Мақсад аз барпо гардидани СУС аз либерализатсияи қараёни тичорати хориҷӣ ва танзими он тавассути тарифҳои гумрукӣ, инчунин зимни пайваста коҳиш додани мизони бочҳои воридотӣ ва рафъи монеаҳои маҳдудкунӣ ба мақсади ҳимояи манфиатҳои иқтисодии кишварҳои аъзо дар тичорат, мебошад.

Принсипҳо ва меъёрҳои асосии СУС/СГТС ҳангоми фаъолият иборатанд аз:

- фароҳам овардани муҳити мусоиди савдои дуҷониба ва бисёрҷониба, ки бар пояи принсипи риояи ҳуқуқҳои тарафайн ҳангоми интиқоли молу воситаҳои нақлиёт аз сарҳади гумрукӣ амалӣ мегардад;

- таъмини муносибати баробар ва мутақобила нисбат ба молҳо ва хизматрасониҳо дар доираи низоми миллии ҳар як кишвари аъзои созмон;

- таъмини шаффофият дар сиёсати савдои хориҷӣ ва равандҳои марбут ба интиқоли молу воситаҳои нақлиёт аз сарҳади гумрукӣ;

- ҳал намудани масъалаҳои тичоратӣ бо роҳи гуфтушунидҳо.

Вазифаҳои асосии СУС аз инҳо иборатанд:

- ташкили татбиқи самараноки ҳамаи созишномаҳои даври Уругвай, инчунин дигар ҳуҷҷатҳое, ки дар оянда баррасӣ гардида аз ҷониби конфронси вазирон ба имзо мерасанд;

- фароҳам овардани замина барои гуфтушунид байни аъзоҳои СУС вобаста ба масъалаҳои созишномаҳои мавҷуда, ҳамчунин баррасии масъалаҳои фарогире, ки вобаста ба онҳо Конфронси Вазирон қарорҳои дахлдор қабул менамояд;

- мусоидат ба ҳалли баҳсҳо ва баррасии ихтилофҳо байни аъзоҳои СУС дар доираи низоми муқарраршудаи сомон;

- ташкили раванди баррасиҳои даврии сиёсати тичорати хориҷии кишварҳои узв бо мақсади таъмини шаффофият ва риояи ўҳдадорихои ба душ гирифта.

Бо назардошти хусусиятҳои фаъолият СУС як навъ шартномаҳои бисёрҷонибаи баимзорасида ё маҷмӯи созишномаҳои мебошад, ки речаи он зиёда аз 98% савдои ҷаҳонии мол ва хизматрасониҳоро ба танзим медарорад.

Дар ҳолати 1-ми январи соли 2025, 166 давлати ҷаҳон аъзои комилҳуқуқи СУС/СГТС мебошанд. Қарибии 170 давлати ҷаҳон дар шаклҳои гуногуни ҳамкорӣ бо СУС иштирок варзида, тайи 23 давлати комилҳуқуқи ҷаҳон дар сатҳи мушоҳидакор ва ҷараёни пайваستшавӣ ба Созишномаи умумӣ ҷаҳд доранд.

СГТС платформаи доимамалкунанда бо мақсади гузаронидани гуфтушунидҳои дутарафа ва бисёртарафа буда, дар он машваратҳо вобаста ба масъалаҳои мубрами гардиши тичорати хориҷии кишварҳои аъзо мебошад. Ҳамин тариқ, мақсади СГТС аз он иборат аст, ки муносибатҳои тичоратии байни тарафҳои иштирокчиӣ бисёрҷониба дар асоси қоидаҳо ва принципҳои гуногуни асосӣ танзим карда шаванд.

Таркиби Созмони умумиҷаҳонии савдо. Мақоми болоии СУС конфронси вазирон буда дар он намояндагони давлатҳои аъзо иштирок меварзанд. Тайи ҳар як ду сол як маротиба ҷаласаҳои конфронс ҷиҳати муҳокима ва қабули қарорҳои дахлдор вобаста ба созишномаҳои баимзорасидаи даври Уругвай ҷамъ омада, масъалаҳои ба баррасӣ ниёздоштаро баррасӣ менамоянд.

Конференсияҳои СУС кумитаҳои зеринро таъсис медиҳад:

- оид ба масъалаҳои тичорати хориҷӣ ва рушди иқтисодӣ;

- оид ба ҷораҳои маҳдудкунанда вобаста ба интиқоли молҳо аз сарҳади гумрукӣ ҷиҳати таъмини мувозинати баланси пардохтҳо;

- оид ба масъалаҳои буҷет, молия ва идоракунии ташкилотҳо;

- оид ба савдо ва ҳифзи муҳити зист.

Ҳайати конфронс директори генералии СУС-ро интихоб менамояд, ки у дар натиҷа кормандони воҳидҳои сохтории Котиботи СУС-ро таъин ё аз вазифа озод менамояд.

Шӯрои генералӣ инчунин таҳияи баррасиҳои сиёсати миллии тичоратиро ба ўҳда мегирад (чунин баррасиҳо аз ҷониби коршиносони мустақили ҳукуматҳои як қатор кишварҳо ва Котиботи СУС тартиб дода шуда, дар як нашрия нашр мешаванд). Узвияти СУС ба таври худкор маънои онро дорад, ки давлат ба таври пурра ва бидуни истисно тамоми бастаи натиҷаҳои даври Уругвайро қабул кунад. Буҷаи СГТС/СУС аз ҳисоби саҳмҳои аъзоён мутаносибан ба саҳми кишвар дар савдои ҷаҳонӣ ташаккул ёфта, ба забонҳои англисӣ, фаронсавӣ ва испанӣ ҳуҷҷатгузорӣ ва нашр мегардад.

Қабули қарорҳо ва тартиби ҷамроғишавӣ. СУС қабули қарорҳоро дар асоси консенсус амалӣ мекунад. Дар сурати набудани он, қарор бо шумораи аксарияти овозҳо қабул карда мешавад (агар тартиби дигаре пешбини нагардида бошад). Тафсири муқаррароти шартномаҳо оид ба мол, хизматрасонӣ, моликияти зеҳнӣ ва озод кардан аз ўҳдадорихои қабулшуда бо 3/4 овоз қабул карда мешавад. Тағйироте, ки ба ҳуқуқ ва ўҳдадорихои иштирокчиён дахл надоранд 2/3 овозро талаб мекунанд.

Санаи оғози расмии СУС 1 январи соли 1995 мебошад. Қобили зикр аст, ки қабули аъзои нав ба СУС, ки қаблан узви СГТС набуданд, тибқи шартҳои дар рафти музокирот оид ба шомилшавии кишвар ба гурӯҳи кории зикршуда мувофиқашуда сурат мегирад.

Асосҳои ибтидоие, ки системаи ҳуқуқии СУС бар он сохта шудааст, нияти шарикони тичорат чиҳати рушди тичорати байналмилалӣ ва дастрасӣ ба бозорҳои ҷаҳонӣ, пешгӯии ҷаҳолияти иштирокчиёни ҷаҳолияти иқтисоди хориҷӣ дар бозорҳои ҷаҳонӣ ва танзими он мебошад, ки соҳаи тичорати хориҷиро ба тартиб дароварад. Ноил шудан ба ин ҳадафҳо бо риояи принципҳо ва меъёрҳои Созишномаи умумӣ таъмин карда мешавад.

Мутобиқи тартиби муқарраргардида, натиҷаҳои гуфтушунидҳои дучониба оид ба либерализатсияи мутақобилаи дастрасӣ ба бозор ва шартҳои ҳамроҳшавӣ бояд ба расмӣ дароварда шаванд:

- «гузориши гуруҳи корӣ, ки тамоми маҷмӯи ӯҳдадориҳоеро, ки кишвари ҳамроҳшаванда дар натиҷаи гуфтушунид ба душ мегирад;

- протоколи ҳамроҳшавӣ, ки созишномаҳои бадастомадаро қонунӣ тасдиқ мекунад;

- номгӯи ӯҳдадориҳо оид ба имтиёзҳои тарифӣ;

- номгӯи ӯҳдадориҳои мушаххас барои дастрасӣ ба бозори хидматҳо»[4].

Ба СУС давлатҳо ба шарте шомил мешаванд, ки қонунгузориҳои миллии худро ба муқаррароти созишномаҳои даври Уругвай мутобиқ намоянд.

Муносибатҳои гумрукӣ ва раванди гуфтушунид. Муқаррароти асосии мақоми СУС он аст, ки кишварҳои узв бояд танҳо тариқи сиёсати пешгирифтаи гумрукии худ бояд амнияти иқтисодии кишварро ҳифз намоянд. Меъёрҳои бочҳои дар рӯйхат нишондодашуда - меъёрҳои «ассотсиатсияшуда ё мувофиқашуда» (консолидатсионӣ) номида мешаванд. Кишвари узви СУС метавонад меъёри тарифии марбутаро боло барад. Барои ин кишвари тасмимгирифта, бояд бори дигар бо дигар кишварҳое, ки ин меъёр бо онҳо мувофиқа шудааст, инчунин бо кишварҳои асосии таъминкунандаи маҳсулот, ки меъёри боч бояд тағир дода шавад, гуфтушуниди иловагӣ гузаронад. Дар ин гуна гуфтушунидҳои кишваре, ки имкони боло бурдани меъёри тарифии худро меҷӯяд, интизор меравад, ки имтиёзи баробарарзиши бочро барои маҳсулоти дигар пешниҳод кунад. Ин ҳолат ба принципи асосие, ки мамлакатҳои иштироккунанда дар асоси он гуфтушуниди тарифӣ мегузаронанд, яъне «принципи гузашти тарафайн ва ғоидаи тарафайн» мувофиқ аст. Бояд қайд намуд, ки ҳар кишваре агар меҳода дастрасии молҳои худро ба дигар кишварҳо хубтар созад ва дар пайи поин овардани мизони тарифи онҳост, бояд омода бошад, ки дар асоси мутақобила дар он соҳаҳое, ки ин кишварҳо ба онҳо муроҷиат мекунанд, гузашт кунанд.

Рӯйхати имтиёзҳои тарифӣ ва меъёрҳои бочҳои гумрукӣ барои молҳои алоҳида, ки то оғози гуфтушунидҳои тарифӣ вучуд доштанд, меъёрҳоеро дар бар мегиранд, ки кишвар дар рафти гуфтушунид ба онҳо мувофиқа кардааст. Якчанд роҳҳои имконпазирӣ ин чараён вучуд доранд:

- «пайваст намудани сатҳи амалкунанда (масалан, 10%) бо сатҳи сифр;

- коҳиш додани сатҳи бочи амалкунанда ва муқаррар намудани сатҳи нави он» [7];

- муайян намудани сатҳи лимити ӯҳдадориҳои дахлдор, ки аз сатҳи амалкунанда пасттар, аммо аз сатҳи коҳишёфта дар чараёни гуфтушунидҳо баландтар мебошад. Масалан, агар сатҳи ибтидоии боч 10%, сатҳи коҳишёфта 6% ва сатҳи маҳдуд (созишшуда) 8% бошад,

ин ба он маъност, ки кишвар метавонад боҷи худро то сатҳи 8% танзим намояд, бе он ки ӯҳдадориҳои худро дар доираи протоколи тарифӣ вайрон созад.

Муносибатҳои гумрукӣ дар самти танзими тарифӣ. Раванди танзими тарифҳо дар фаъолияти иқтисоди хориҷӣ, яке аз ҷанбаҳои муҳими сиёсати иқтисодӣ ба ҳисоб рафта, фаъолияти мураккаб ва меҳнатталабери дар бар мегирад, ки дар мавриди барасмиятдарории гумрукӣ аз якҷанд амалиёти ба ҳам вобаста иборат мебошад.

Дар ин чараён танҳо ду самти асосӣ мавриди таҳлил ва баррасӣ қарор хоҳанд гирифт:

- муайян намудани кишвари истеҳсолкардаи мол

- муайян намудани арзиши гумрукӣ, ки ин масъалаҳо дар чараёни баррасӣ мутобиқ ба моддаҳои Созмони Ҳамкории Шанхай Савдо инъикос ёфтаанд.

Таваҷҷуҳи СГТС ба масъалаи муайян намудани давлати истеҳсолкардаи мол (Моддаи IX. Нишонаҳои марбут ба истеҳсол) ва ба афзоиш, мураккаб гардидани созишномаҳои савдои имтиёзнок вобаста мебошад, зеро татбиқи онҳо талаб мекунад, ки ҳуқуқи дарёфти имтиёзҳои дахлдор расман тасдиқ гардад.

Муайян намудани низоми мусоидтарин барои молҳои истеҳсолгардидаи кишварҳои аъзои СУС дар самти талаботи марбут ба тамғагузорӣ (моддаи IX), фаро гирифтани баъзе талаботҳоро дар назар дорад, ки мақсади онҳо содда гардонидани расмиёт вобаста ба тамғаҳои истеҳсоли мебошад. Дар баробари ин, татбиқи аломатҳои зарурии истеҳсол, то ҳадди имкон, бояд дар марҳалаи воридот анҷом дода шавад (§3). Илова бар ин, қонунгузориҳои кишварҳои воридкунанда набояд талаботи тамғагузориро ба тавре муқаррар намояд, ки ба мол зарари ҷиддӣ расонад, арзиши онро ба таври назаррас коҳиш диҳад ё беасос боиси афзоиши арзиши мол гардад (§4).

Дар шароити ҷаҳонишавии гардиши тичорати хориҷӣ таҷрибаи фароҳам овардани намудҳои гуногуни преференсияҳо — афзал доништан ба кишварҳои истеҳсолкардаи мол васеъ ба роҳ монда шудааст. Ин яке аз самтҳои сусттараққикардаи блоки иқтисодии фаъолияти гумрукӣ мебошад. Вобаста ба пайдоишашон аз мол метавонад боҷҳои имтиёзноки гумрукӣ ситонида шавад ё аз пардохти онҳо пурра озод карда шавад. Аз ҳамин лиҳоз, ҳам барои фаъолияти иқтисодии мақомоти гумрук ва ҳам барои иштирокчиёни фаъолияти иқтисодии хориҷӣ масъалаи зерин матраҳ мегардад: мутобиқи муқаррароти қонунгузорӣ, тартиби муайянсозии кишвари истеҳсоли моле, ки ба қаламрави Ҷумҳурии Тоҷикистон ворид мегардад, чӣ гуна танзим мегардад? Ҷавоб, бо тартиби татбиқи меъёрҳои дахлдори тарифи гумрукии воридотии Ҷумҳурии Тоҷикистон, муайян мегардад.

Мафҳуми имтиёзҳои гумрукӣ яъне афзалиятҳо ва имтиёзҳои гумрукӣ дар охири асри гузашта пайдо шудааст. Ин ҳолат назар ба тартиби муқаррарии гумрукиё, ки мол ба қаламрав аз баъзе кишварҳо ё гурӯҳҳои кишварҳо ворид ё тавлид мешавад, мусоидтар аст. Имтиёзҳо бештар тарифҳои гумрукиро аз маъмулӣ пасттар ифода намуда, имтиёзи аз ин ё он шарик, аз ин ё он кишвар гирифташударо ифода мекарданд.

Созишнома дар бораи қоидаҳои мамлакати истеҳсол, Созишнома дар бораи чораҳои муҳофизатӣ баъзе аз ҳуҷжатҳои ҳуқуқие мебошанд, ки ба СГТС дохил карда шудаанд (с. 1994). Дар натиҷаи даври гуфтушунидҳои Уругвай тартиби чорӣ намудани чораҳои муҳофизатӣ дар асоси моддаи XIX СГТС бо муайян кардани мӯҳлатҳои ин тадбирҳо (на бештар аз 8 сол) ва манъи истифодаи чораҳои муҳофизатӣ, ки бо қоидаҳои СГТС танзим нашудаанд ва дар давоми чор сол бартараф кардани онҳоро талаб мекунанд, муайян карда шудааст.

Қоидаҳои Созишномаи мамлакати истеҳсол муқарраротҳои Конвенсия дар бораи

соддагардонӣ ва ҳамоҳангсозии расмиёти гумрукиро таҳия менамояд. Дар моддаи якуми он муайян карда шудааст, ки қоидаҳои истеҳсолот маҷмӯаи қонунҳо, қоидаҳо ва қоидаҳои маъмуриро барои муайян кардани кишвари истеҳсоли мол ифода мекунад.

Созишнома ӯҳдадориҳои кишварҳои узви СГТС-ро барои ҳамоҳангсозӣ ва равшан кардани ин қоидаҳо муқаррар мекунад. Қоидаҳои мамлакати истеҳсоли дар боло зикршуда ба ӯҳдадориҳои имтиёзнок татбиқ намешаванд. Онҳо ба татбиқи тафсириҳои сиёсати савдои ғайриимтиёзӣ, чораҳои муҳофизатӣ, бочҳои зиддидемпингӣ ва чубронӣ ва талаботи тамғагузории кишвари истеҳсолӣ дахлдоранд.

Дар қисми 4 Созишнома – Ҳамоҳангсозии қоидаҳои мамлакати истеҳсол қайд гардидааст, ки Конфронси вазирон дар якҷоягӣ бо Созмони умумиҷаҳонии гумрук бояд барномаи корӣ - таҳияи қоидаҳои мушаххаси ҳамоҳангшудаи давлати истеҳсолро бо назардошти хусусиятҳои гурӯҳҳои гуногуни молҳо пешниҳод намояд, ки ин ҳуҷҷат барои се сол пешбинӣ шудааст. Ба ҳамин тариқ, Созишнома барои ба ҳам мувофиқ кунондан ва муттаҳид намудани гуруҳи ниҳоят муҳимми расмиёти савдои байналхалқӣ имконият фароҳам меорад.

«Дар баробари ин, мақомоти гумрук иҷрои ӯҳдадориҳои байналмилалӣи Ҷумҳурии Тоҷикистонро дар соҳаи фаъолияти гумрукӣ таъмин намуда, бо мақомотҳои гумрук ва бо мақомоти дигари босалоҳияти давлатҳои хориҷӣ, ташкилотҳои байналмиллалӣ, ки бо масъалаҳои фаъолияти гумрукӣ машғуланд, ҳамкорӣ мекунад» [5].

Дар ҳулоса бояд қайд намуд, ки тибқи Созишномаҳои байниҳукумати дучониба ва бисёрҷониба, инчунин Созишномаҳои соҳавӣ баимзорасида ва санадҳои ҳуқуқии байналмиллалӣ, ки Ҷумҳурии Тоҷикистон онҳоро эътироф намудааст, масъалаи арзёбии молҳо ҷиҳати мақсадҳои гумрукӣ яке аз самтҳои асосии музокироти бисёрҷонибаи тичоратиро ташкил медиҳад. Арзёбии гумрукии мол раванDEST, ки дар ҷараёни он хизматчиёни мақомоти гумрук тибқи вазифаҳои хизматӣ уҳдадоранд нархи воқеии молҳои воридотиро муайян намуда, онҳоро дар низомии таснифоти тарифии молҳо дуруст ҷойгир намоянд. Фарқият дар усулҳои миллии арзёбии гумрукӣ бевосита ба таъсири протекционистии бочҳои гумрукӣ ҳангоми интиқоли молу воситаҳои аз сарҳади гумрукӣ таъсир мерасонад. Дар ҳолатҳое, ки усули арзёбии молҳои интиқолёбанда боиси бо нархи баланд муайян гардидани арзиши молҳои воридотӣ мегардад, афзоиши бочи адвалорӣ дар баробари боло рафтани ставкаҳои тарифи гумрукӣ метавонад ба миқдор ва самти гардиши савдои хориҷии кишвар таъсири назаррас расонад.

Дар баробари ин, мақомоти гумруки Ҷумҳурии Тоҷикистон иштирокчиҳои фаъоли як қатор конвенсияҳо аз ҷумла: Конвенсияи байналмилалӣ оид ба содасозӣ ва ҳамоҳангсозии амалиётҳои гумрукӣ, Конвенсияи гумрукӣ оид ба интиқоли байналмилалӣи бор, Конвенсияи байналмилалӣ оид ба воридоти муваққатӣи мол, Системаи ҳамоҳангшудаи тавсиф ва рамзгузории номгуи молҳо, инчунин Конвенсияи байналмилалӣ оид ба ҳамкориҳои дучониба ва бисёрҷониба ҷиҳати пешгирии вайронкуниҳои қоидаҳои гумрукӣ амал менамояд, ки ин ҷараён ба иштирокчиёни фаъолияти иқтисоди хориҷии кишварамон имкониятҳои зиёдеро ҷиҳати баромадан ба бозори ҷаҳонӣ фароҳам оварда, ба кам гардидани микдори ҳуҷҷатҳои ҳангоми барасмиятдарории гумрукии мол, коҳишёбии бочи гумрукии воридотӣ, инчунин, ҳамоҳангсозӣ байни мақомотҳои назоратии наздисарҳадиро баҳри содагардонии расмиёти савдо пурзӯр мегардонад.

Адабиёт

1. Блинов // М., Городецкий А.Е. Амният и қиссоди ва сиёсати иқтисод.-Назария, методология ва амалии фаъолияти гумрук: маҷмӯаи қорҳои илмӣ дар 2 қисм/Рад. Блинова Ю. М.—М.: РИО РТА, 1996. Қисми 1, с. 16.
2. Геродот. История в девяти книгах / Пер. Г. А. Строгановского А., 1972; Кулишер И. М. История русской торговли до девятнадцатого века включительно— Петербург: Атеней, 1923. С. 32.
3. Ершов А.Д. Международные таможенные отношения/ А.Д. Ершов.- СПб.: ИВЭСЭП. С. - Петербургский филиал РТА имени В.В. Бобкова. «Знание», 2000.
4. Жебрак Б.А. проблемы присоединения России к всемирной торговой организации (Обзор). Экономические и социальные проблемы России. 2000. № 2. С. 31-42
5. Кодекси гумруки Ҷумҳурии Тоҷикистон, соли 2023.
6. Ковалев А. А. СГТС: ҳолати қунунӣ ва дурнамои шомилшавии давлат ба СГТС/СУС.
7. Шумилов В.М., Боклан Д.С., Лифшиц И.М., Трунк-Федорова М.П., Лосева А.В., Покатилова Е.В. Марракешское соглашение об учреждении Всемирной торговой организации. Сборник / Москва, 2018.

МЕНЕҶМЕНТИ ЗАХИРАҲОИ ИНСОНӢ ДАР ШАРОИТИ РАҚАМИКУНОНӢ

Абдуллоев Зафар Асҳобович - н.и.и., муаллими калони кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон.

Тел: (+992) 901188080

Дар мақолаи мазкур барои ташаккули захираи инсонӣ, рушди инсонҳо ва ҷомеаи солими инсонӣ, муҳити хуби зист, ҳифзи иҷтимоии инсонҳои барҷоманда, маъҷубону беморон бояд мақсади асосии рушди устувори замонавӣ гардад. Тавре маълум аст, идоракунии захираҳои инсонӣ дар шароити иқтисоди рақамӣ қорест басо мушқил. Маҳз дар ин давра маъҷулин дучанд қорашон захираҳои хоҳад буд, зеро ҷомеаи иттилоотӣ босуръати қайҳонӣ ҳар як сония тағйир ёфта истодааст. Ҳалли ин масоили муҳими рӯз барои ҳар як давлат, қорхона ва муассисаҳо, қарди соҳибқар ва идоракунии ташкилотҳо вазиқои аввалиндараҷа ба ҳисоб қарфта, зарурати нигоҳи навинро дар рушди захираи инсонӣ ба миён овардааст.

Вожаҳои қалидӣ: менеҷмент, ҷомеа, инсон, рушд, захира, солимӣ, муҳит, меҳнат, меҳмонхона, иқтисоди рақамӣ, салоҳиятноқӣ, маълумотноқӣ, манфиат, нерӯ, дониш, соҳибқорӣ, роҳбарӣ.

Шароити имрӯзаи инкишофи иқтисодию иҷтимоӣ ва сиёсӣ дар ҷаҳон қувҳои он мебошад, ки давлатҳо, аз ҷумла, ташкилотҳои байналқалқӣ, қорхонаҳои қалону қурду миёна дар зинаҳои қуноғуни ҳамқорихҳои дучониба ва бисёрқониба, дар навбати аввал муносибатҳо ва масоилеро меҳонанд ҳаллу қасл наоянд, ки натиқағирии онҳо ба рушди устувори инсонӣ мусоидат наоянд.

Ҳоло идоракунии захираҳои инсонӣ дар шароити иқтисоди рақамӣ қорест басо мушқил. Маҳз дар ин давра маъҷулин дучанд қорашон захираҳои хоҳад буд, зеро ҷомеаи иттилоотӣ босуръати қайҳонӣ ҳар як сония тағйир ёфта истодааст[2].

Маҳсусан, ташвишқар он аст, ки дар натиқаи рушди босуръати илмию техникаӣ ва нанотехнологии қаландамаҳсул дар ҷаҳон қайни давлатҳо ва қорхонаҳо оид ба имқоноти азқуд намудани сарватҳои табиӣ, неъматҳои моддӣ ва қолоравии арзиши онҳо нобаробарии қалон ба миён меояд ва мушоҳида мешавад, ки ин раванд боиси бо суръати қаланда сарватмандшавии қисми давлатҳо ва барқакс бемайлон қашшоқшавии қурӯҳи дигари давлатҳо ва қалқу миллатҳо

гаштааст. Нобаробарӣ ҳатто дар байни одамони синну соли гуногун, марду зан, қавму қабилаҳо баръало ба чашм мерасад.

Чунин як ҳолати номувозинатӣ имкон намедихад, ки дар оянда ҷомеаи инсонӣ оромона зисту зиндагӣ намояд. Ҳалли ин масоили муҳими рӯз барои ҳар як давлат, корхона ва муассисаҳо, фарди соҳибакл ва менечменти ташкилотҳо вазифаи аввалиндараҷа ба ҳисоб рафта, зарурати нигоҳи навинро дар рушди захираи инсонӣ ба миён овардааст[1].

Яъне нишонагирӣ барои ташаккули захираи инсонӣ, рушди инсонҳо ва ҷомеаи солими инсонӣ, муҳити хуби зист, ҳифзи иҷтимоии инсонҳои барҷомонда, маъҷубону беморон бояд мақсади асосии рушди менечменти замонавӣ гардад. Аз тарафи дигар, ин нишонаи расидан ба рушди устувор буда, имконоти худтасдиқкунӣ ва ҳештаншиносии менечмент ва ҳар як пешвою сарварони донишандро зиёд намуда, боздеҳи захираи инсониро даҳчанд афзун мегардонад.

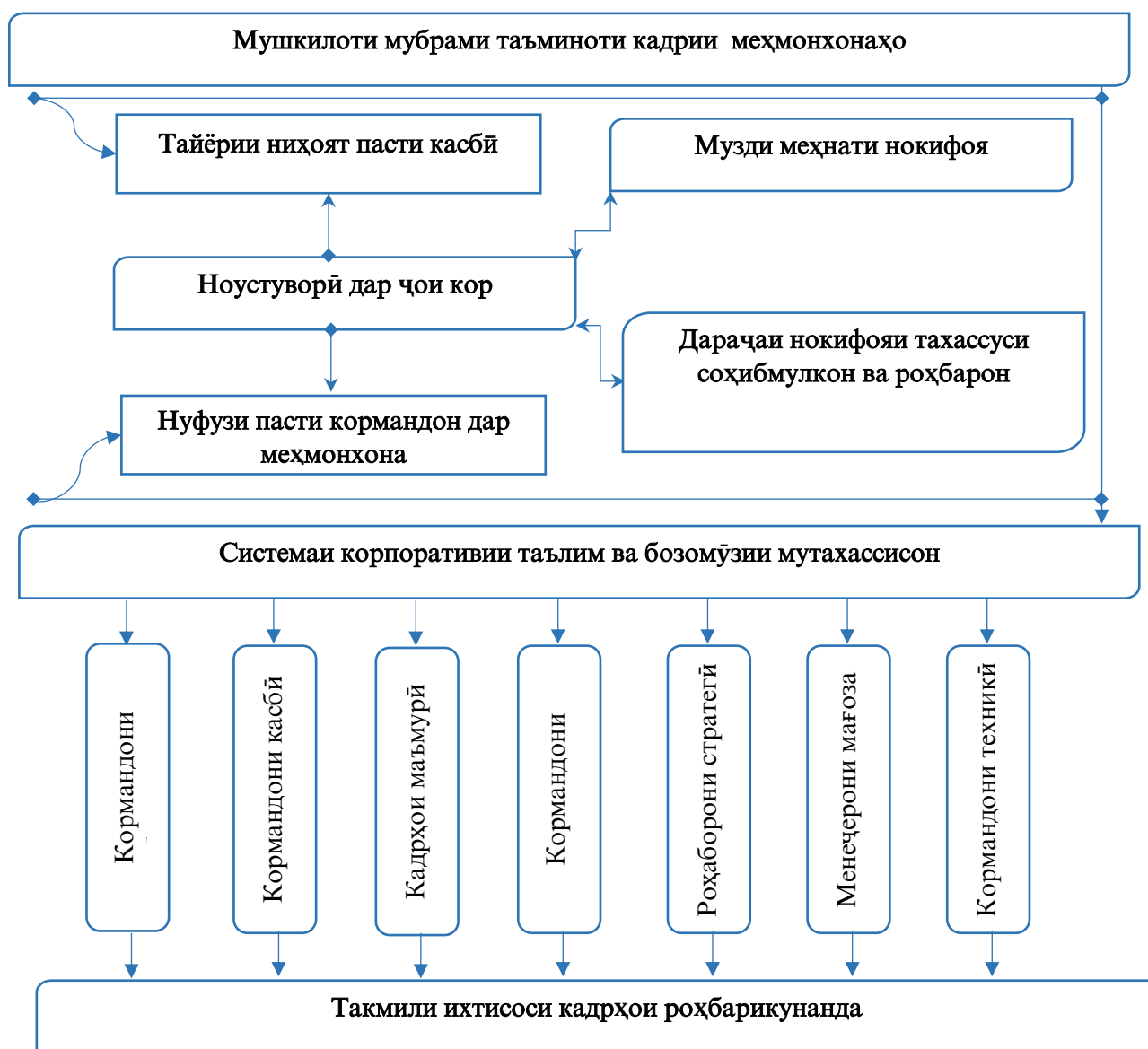
Ҷадвали 1. Муқоисаи моделҳои идоракунии захираи инсонӣ

Моделҳои амрикоӣ	Моделҳои ҷопонӣ	Моделҳои олмонӣ
<i>Афзалиятнокии таҷрибаи меҳнатӣ дар корхона</i>		
Кирояи миёнамӯҳлат бартариятнок	Кирояи якумра	Кирояи дарозмуддат бартариятнок
<i>Сатҳи тайёрии касбии кормандон</i>		
Мутахассисии танг, сафарбар карда шуда ба мутобиқшавии касбии амудӣ	Мутахассисии васеъ	Махсусгардонии касбии сафарбар карда шуда ба рушди уфуқӣ
<i>Дараҷаи коллективгардонии қабули қарорҳои истеҳсолӣ</i>		
Вучуд надоштани муносибати мутақобилаи коллективона, қарорҳо ба таври фардӣ қабул карда шуда, идоракунии авторитарӣ тавсифнок мебошад	Ягонагии корпоративӣ, қарорҳо ба таври коллективона қабул карда мешаванд, идоракунии демократӣ тавсифнок мебошад	Ягонагии иттиҳодиявӣ, қарорҳо ба таври коллективона қабул карда мешаванд, услуби идоракунии демократӣ тавсифнок мебошад
<i>Дараҷаи назорат аз рӯи фаъолияти коллектив</i>		
Танзими ҷиддии фаъолият, назорати максималӣ аз рӯи фаъолияти кормандон	Назорати расмӣ роҳбар аз рӯи фаъолияти меҳнатии коллектив	Назорати ғайрирасмӣ роҳбар аз рӯи фаъолияти меҳнатии коллектив
<i>Самтгирӣ намудан барои гирифтани фоида</i>		
Максималигардонии фоидаи ҷорӣ бовоситаи мукамалгардонии маҳсулотҳои истеҳсолмешуда	Роҳбарияти ширкат самтгирӣ менамоёнд ба зиёдгунӣ ҳаҷми бозор бо ёрии ҷорикунӣ навоарӣ	Роҳбарияти ширкат кӯшиш ба фоидагирӣ дарозмуддат мекунад

Ҳамзамон аз олимону донишмандони бахши менечмент таҳқиқот ва коркарди илмӣ рушди устуворро талаб менамояд, ки дар он роҳҳо ва усулҳои илмӣ роҳбарӣ, захирагузорӣ ва манфиатоварӣ аз захираи инсонӣ дар оянда нишон дода шуда бошад. Вобаста аз шароитҳои ба вучудодаи меҳнатӣ, сохтори шуғли аҳоли, дараҷаи тахассусӣ, тақсмоти соҳавии шуғл, имконот ва қобилияти захираи инсонӣ, дониши техникаи кормандон, шароити меҳнат, музди меҳнат, муҳити зист, оила ва вазифаҳои оиладорӣ, таваллуд ва маълумотнокии аҳоли, иштироки фаъоли ҳар як фарди соҳибакл дар ҳалли масоили иҷтимоию иқтисодии давлат, инчунин дастгирии давлатии рушди захираи инсонӣ аз ҷумлаи вазифаҳои мебошанд, ки дар мақолаи мазкур то андоза дарҷ менамоям[4].

Замони муосири рушди менеҷмент замоне мебошад, ки қабули қарори роҳбарӣ, лоиҳа ва маблағгузориҳо бояд бевосита ба рушди захираи инсонӣ равона карда шуда, захираи башариро пурзӯр гадонад. Яъне модели иқтисодӣ мазмуни пурраи иҷтимоӣ гирифта, дар он инсон мақоми авваларо доро бошад ва аз амалӣ гаштани он ӯ на танҳо манфиати моддӣ бубинад, балки кайфияти маънавӣ низ гирад, яъне рушди захираи инсонии худро дошта бошад. Моли истеҳсолшудаи навини корхонаҳо арзиши иҷтимоии истеъмоли дошта, рушди устувори инсониро таъмин карда тавонанд.

Сатҳи зиндагонии одамон, имконоти рушди нерӯ ва истифодаи самараноки қобилияти одамон, дар навбати худ қуввае мебошад, ки тавлидкунандаи имконоти бузурги иқтисодию иҷтимоист. Фақат ҷомеаи солими қудратманд, метавонад сатҳи баланди зиндагонии одамон ва арзишҳои баланди инсониро сармашки пиндору гуфтору рафтори хеш қарор диҳад. Чуноне ки баҳше аз давлатҳои пешрафта ба монанди Ҷопон, Амрико, Шветсария, Олмон, Сингапур, Малайзия ва ғ. аллакай аз солҳои 70-уми асри гузашта сар карда, ба ин роҳ гузаштаанд[3]. Дар давлатҳои пешрафта аз ҳар як доллари маблағгузорӣ 65% барои ташаккули захираи инсонӣ равона карда мешавад.

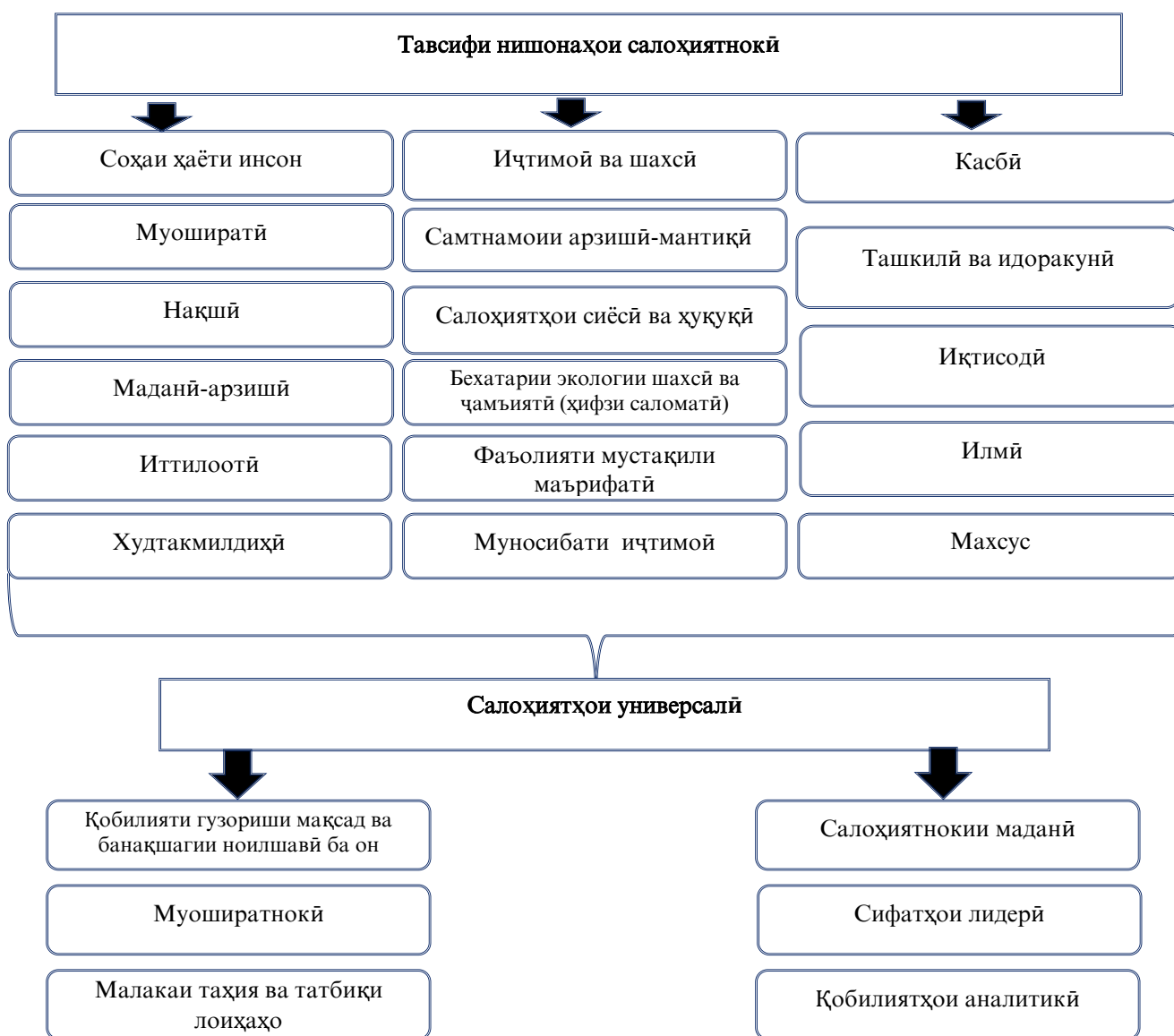


Расми 1. Мушкилоти таъмини кадрӣ меҳмонхонаҳо (таҳияи муаллиф)

Дар натиҷа дар як давраи кӯтоҳи таърихӣ сатҳи баланди зиндагиро мардумони ин давлатҳо соҳиб гаштаанд. Мисол, ба ҳисоби миёна барои ташаккули захираи инсонӣ як фарди касбӣ дар тамоми давраи ҳаёташ дар Ҷопон то як миллион доллари ИМА хароҷот карда мешавад.

Дар илми менеҷмент оид ба захираи инсонӣ, захираи башарӣ, рушди устувори башарӣ, нишондиҳандаҳо ва системаҳои ташаккули пешвои комил, муттаҳассиси варзида, тарзу усули роҳбарӣ, ҳавасмандкунии кормандон, ҳолати рӯҳии кормандон, сатҳи зиндагӣ, ҳалли масоили иҷтимоӣ андешаҳои гуногун мавҷуд мебошад

Дар омӯзиши масоили идоракунии рушди захираи инсонӣ мо низ диққат бар он медиҳем, ки аз таълимоти макотиби дар боло гуфташударо омӯзем ва онро дар таълимоти системавии иқтисодию иҷтимоӣ истифода барем. Дар қоидаҳои назариявии илми менеҷменти муосир риштаҳои алоҳидаи механизми донишҳои иҷтимоию иқтисодӣ дар занҷири «ақидаҳо - истеҳсолот - истеъмолот» хеле пурра омӯхта мешаванд. Асоси онро таъмини талаботҳои инсонӣ ташкил медиҳад, ки дараҷаи некӯаҳволии одамонро баланд мебардорад[5].



Расми 2. Таснифоти салоҳиятҳои кормандон дар меҳмонхонаҳо (таҳияи муаллиф)

Маълум аст, ки талабот ба дониш ин талаботи ҳаррӯзаи мо буда, инсон ба ӯ ниёзи аз ҳама зиёд дорад. Аз тарафи дигар, ин донишҳо дар роҳбарии зинаҳои гуногуни идоравию маъмурии давлатию ғайридавлатӣ хеле муҳим мебошад. Пас менечментро зарур аст, ки дар рушди захираи инсонӣ дар замони муосир нақш ва мақоми пешвоиро дошта бошад. Дар фаъолияти худ имконоти коллективро ба сарчашмаи дониш, китобхонаю мактабҳою машваратҳои илмӣ баланд бардошта, роҳу усули донишомӯзии навинро вобаста ба талабот ба роҳ монда, дараҷаи баланди неқӯаҳволиро таъмин созад. Донишомӯзӣ ва маълумотгирӣ раванди муҳими рушди захираи инсонӣ мебошад, ки мо дар идомаи таҳқиқ он аҳамияти аввалиндараҷа хоҳем зоҳир намуд[7].

Бояд қайд кард, ки маҳз усули меъёри илми иқтисодӣ, махсусан менечмент дар ин нуқтаи таълимот принципҳои худро бояд дигаргун бисозад. Ин пеш аз ҳама ба он вобастааст, ки баҳрабардорӣ аз донишҳо барои ҳамаи инсонҳо якхела ва ё меъёри набуда, характери фардӣ дорад. Бинобар ин, дар ин ҷода менечментро зарур аст, аз қоидаҳои умумӣ даст кашада, ба қоидаи арзишҳои фардӣ гузашта, онҳоро маблағгузорӣ ва баҳодихӣ намояд.

Бояд зикр намуд, ки дар замони муосир, дар даврае ки инсон аз захираи иқтисодӣ ба “инсонии рақамӣ” мубадал гардидааст чӣ метавон кард. Баҳс сари мавзӯест, ки ақлонияту зеҳнияти инсонро бидуни омӯзишу таълимоти пайваста наметавон такмил дод ва ба натиҷае муяссар гардид[8]. Дар ин мақола мо тасмим гирифтаем, ки ба баъзе маосилу мушкилоти кадрӣ объекти таҳқиқот назар афканем (расми 1.). Воқеан дар ҷомеаи маҷозӣ ё худ “иқтисодиёти рақамӣ” салоҳиятнокии кормандон ва дараҷаи касбияти онҳо нақши муассирро касб намуда наметавонад. Чаро дар рушди сайёҳӣ ифрасохтори он меҳмонхонаҳо аҳамияти муҳим доранд? Маҳз кормандони соҳибкасб ё захираҳои меҳнатии тавонманд наметавонанд роҳкушои мушкилиҳо ва таъминкунандаи муваффақиятҳо бошанд. Ҳамзамон бояд хотиррасон намуд, ки солоҳиятнокии низ аз зеҳнияту касбияти кормандон сарчашма мегирад. Дар таҷрибаи менечменти мамолики хориҷӣ ягона сифат ё нишонаи таҷҷасумгари арзишмандии корманд салоҳиятнокиву салоҳиятпешагии уст.

Бояд қайд кард, ки мутаассифона на ҳама вақт арзиши донишҳои мо пурра баҳо дода мешаванд ва ба ҷашм мерасанд, чунки бисёр мавридҳо натиҷагирии донишҳо интизорӣ ва вақтро талаб менамояд. Аммо, дар ҳама давраи замони дониш ҳамчун захираи инсонӣ молиягузорӣ карда мешавад ва давлатдорону сиёсатмадорон, соҳибкорону соҳибмулкони падару модарон барои донишомӯзию ҳунаромӯзии одамон маблағҳои зиёдеро сарф карда, умед ба натиҷагирии мусбӣ доранд. Аз рӯи ҳисобҳои иқтисоддонҳо ғайридаовариҳои он 7-8 маротиба зиёдтар аст, нисбат ба дигар соҳаҳо. Агар мо як ба атрофи хеш назар афканем, ҳамаи он неъматҳо ва маводҳое ки ниёзҳои моро қаноатманд менамоянд, ҳатман маъсули меҳнати кадом донишманде мебошад, ки мутаассифона на ҳама вақт ба ҳуди муаллиф муяссар мегардад, ки аз натиҷаи он баҳра барад[6].

Дар ин ҷо бояд як нуқтаро низ таъкид сохт, ки натиҷагирии донишҳо боз ҷиҳатҳои манфӣ ба инсоният доранд. Мо ҷиҳатҳои манфӣ онро дар истеҳсол ва истеъмоли маводи зараровар (яроқи атомӣ, маводи наъшаовар, заҳрхимикатҳо ва ғ.) ва зарари он ба одамон ва муҳити зист мебинем, ки дар таълимот ва рушди пешвои комили мо ин рафтор қатъиян қабул нест.

Маълум аст, ки барои ташаққули пешвои комил ғайр аз менечмент боз дигар институтҳои ҷамъиятӣ аз қабилҳои оила, мактабу маориф, масҷиду маҳалла ва бозору ҷойхонаҳои меҳмонхонаҳо мавҷуд буда, одамон вобаста ба синну сол, касбу ҳунар, дину мазҳабу шуглашон дар ин ҷойҳо қору фаъолият намуда, таъсири худро ба рушди захираи инсонӣ мерасонанд.

Адабиёт

1. Абдуллоев З.А. Иқтидори кадрӣ кормандони меҳмонхонаҳо /З.А. Абдуллоев// Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон.-Душанбе, 2023 №4/1(49) – С. 285- 288.
2. Кабутов Қ.М. Хусусиятҳои меҳнат дар савдои чакана /Кабутов Қ.М.// Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон.- 14/2 Душанбе, 2018. – С .130-133.
3. Мирзоалиев А.А. Таҷрибаи хориҷии идоракунии иқтидори кадрӣ- /А.А. Мирзоалиев // Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон.- 14/2 Душанбе, 2018.-С.134-137.
4. Мирзоалиев А.А. Арзёбии рушди рақамии сармояи инсонӣ /А.А.Мирзоалиев// Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон.-Душанбе, 2023 №4/1(49) – С. 289-294
5. Мирзоалиев А.А. Нақши кадрҳои касбӣ дар рушди савдои чакана /А.А.Мирзоалиев// Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. - Душанбе, 2023 № 3(48).-С.120-128.
6. Мирзоалиев А.А. Равишҳои методологӣ идоракунии рушди рақамии сармояи инсонӣ/А.А. Мирзоалиев // Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон.-Душанбе, 2022 №4/1(43) –С.200-2009.
7. Мирзоалиев А.А., Холиқова П.И. Рушди иқтидори кадрӣ дар иқтисодиёти рақамӣ/А.А. Мирзоалиев, П.И. Холиқова// Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон.- Душанбе, 2022 №4/1(43) –С.279-283.
8. Ф.Р.Шаропов, А.А.Мирзоалиев, Рақамикунонӣ ва рушди иқтидорӣ кадрӣ / Ф.Р.Шаропов , А.А.Мирзоалиев// Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. - Душанбе, 2023 №1, 2/2(47) -С. 248 – 253.

ИҚТИСОДИЁТИ РАҚАМӢ ВА ТЕХНОЛОГИЯҲОИ РАҚАМӢ ДАР САВДОИ ЧАКАНА

Амонов Саҳбон Сарватҷонович – н.и.и., и.в., дотсенти кафедраи иқтисодиёт ва ташкили соҳибкории Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. E-mail: a_sahbon@mail.ru.

Тел.: (+992)935-77-92-00

Кабутзода Қурбоналӣ Мирзо – н.и.и., и.в. дотсент, декани факултети молия ва қарзи Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. Тел: (+992) 935242191,

E-mail: kabutov-83@mail.ru.

Дар мақола татбиқи иқтисодиёти рақамӣ ва технологияҳои рақамӣ дар фаъолияти савдои чакана истифода ва дурнамои онҳо мавриди баррасӣ қарор дода шудааст. Дар он муносибатҳо ба моҳияти мафҳуми иқтисоди рақамӣ, технологияҳои рақамӣ дар савдо мавриди таҳқиқ қарор гирифтааст. Аз ҷониби муаллифони самтҳои асосии рушди савдои чакана дар шароити иқтисоди рақамӣ асоснок карда шудааст. Ба мафҳуми иқтисоди рақамӣ дар савдои чакана таъриф дода шуда, мубрамияти рушди технологияҳои рақамӣ дар савдои чакана қайд карда гардидааст.

Вожаҳои калидӣ: савдо, савдои чакана, иқтисоди рақамӣ, технологияҳои рақамӣ, савдои мобилӣ, шабакаҳои иҷтимоӣ, технологияҳои биометрӣ, интернет- ашёҳо.

Дар адабиёти муосир ҷанбаҳои гуногуни ташаккули савдои чакана, аз он ҷумла рушди он дар шароити ҷаҳонишавӣ, унсuri инноватсионии фаъолияти субъектҳои савдо, масъалаҳои рушди савдои шабакавӣ ва ғайра мавриди таҳқиқ қарор гирифтаанд. Аммо рушди технологияҳои рақамӣ дар савдои чаканаи муосир бо дарназардошти гузариши рақамии низомии иқтисодӣ, муайян кардани соҳаҳои истифодабарии технологияҳои рақамӣ, дурнамои рушди минбаъдаи он таҳти омӯзиши амиқ қарор дода нашудаанд ва пурра инъикоси худро наёфтаанд.

Бояд қайд кард, ки иқтисодиёти муосир тағйироти бештарро аз сар мегузаронад ва он

зери таъсири равандҳои ҷаҳонишавӣ, татбиқи босуръати технологияҳои иттилоотию коммуникатсионӣ ва рақамӣ ба сатҳи нави рушд меғузарад, ки дар натиҷа метавон имрӯз оид ба инқилоби ҷоруми саноатӣ сухан ронд. Асосгузор ва президенти Форуми ҷаҳонии иқтисодӣ дар Женева Клаус Шваб қайд менамояд, ки “мо дар сархати инқилобе истодаем, ки ба тарзи зиндагӣ, фаъолият ва муоширати моро куллан тағйир медиҳад” [6, С. 8]. Инқилоби ҷоруми саноатӣ бо асри иқтисоди электронӣ ва ё рақамӣ, яъне самти пешқадами рушди ҳамаи соҳаҳои иқтисодиёт ва фаъолияти инсон пайвандии зич дорад.

Масъалаи омӯзиши иқтисодиёти рақамӣ ва технологияҳо, инчунин дурнамо, хавфҳои имконпазире, ки бо ин зухурот алоқаманд аст, дар маркази диққати ҳам зинаи давлатӣ ва ҳам олимону намоёндагони тичорат қарор дорад.

Асосҳои концептуалии иқтисодиёти рақамӣ бори нахуст аз тарафи олими канадагӣ Дон Тапскотт дар кори илмӣ ӯ бо унвони “Иқтисоди рақамӣ” [8] таҳия гаштаанд. Аз рӯи ақидаи Дон Тапскотт, ба сифати хусусияти асосии иқтисодиёти рақамӣ ташаккули шакли рақамӣ ва ё электронии пешниҳод ва интиқоли иттилоот, ки барои аксари маълумоти мавҷуда хос аст, баромад мекунад. Шакли рақамии иттилоот мубодилаи шабакавии доимиро дар байни субъектҳои иқтисодиёт дар шароити ҳамгироии виртуалӣ ва воқеӣ тақозо дорад.

Тибқи андешаи олимони мафҳуми “иқтисодиёти рақамӣ” дар адабиёти илмӣ ва гардиши қорӣ зиёда аз 20 сол пеш пайдо шудааст [3]. Дар баробари ин душворӣ ва бисёрмаъногии гузариши иқтисодиёт ва ҷомеа дар натиҷаи воридшавии технологияҳои рақамӣ, инчунин асосҳои методологии таҳқиқот, хусусиятҳо ва дурнамои рушди технологияҳои рақамӣ дар соҳа ва намуди фаъолияти мушаххас мавҷуд набудани мафҳуми ягонаи категорияи “иқтисоди рақамӣ” нишон медиҳад.

Ба андешаи мо, зери мафҳуми иқтисоди рақамӣ ва ё электронӣ дар савдои чакана фаъолияти иқтисодие фаҳмида мешавад, ки дар асоси технологияҳои рақамӣ ва ё қарорҳои рақамӣ, инчунин ташаккули бозорҳои виртуалӣ, савдои электронӣ, хазматрасониҳо ва пардохтҳои электронӣ амалӣ мешавад. Дар натиҷаи воридкунии технологияҳои рақамӣ самтҳои нави тичорат, технологияҳои қорӣ ва моделҳои нави соҳибқорӣ пайдо карда мешаванд, ки онҳо сатҳи рақобатро пурзӯр намуда, ба васеъшавии бозори фурӯш ва рақобатпазирии кишварҳои алоҳида, минтақаҳо, соҳаҳо ва субъектҳои алоҳидаи соҳибқорӣ мусоидат менамоянд [1].

Зиёда аз нисфи аҳолии рӯи замин ин шабакаи ҷаҳониро фаъолона истифода мебаранд, беш аз сеяки аҳоли шабақаҳои иҷтимоӣ ва зиёда аз 60 %-и аҳоли алоқаи мобилиро истифода мебаранд, ки он ба сатҳи баланди татбиқи иқтисодиёти рақамӣ ва гузариши бисёр соҳаҳо ба технологияҳои рақамӣ мусоидат менамояд [4].

Савдои чакана дар шароити муосир таъсири нисбатан бузурги технологияҳои рақамиро ҳис мекунад. Рақамикунории савдои чаканаи ҷаҳонӣ дар сатҳи хеле баланд қарор дорад ва он тадриҷан аз шаклҳои (форматҳои) анъанавӣ ба усулҳои савдои шакли онлайн - фурӯш ва рушди фаъоли платформаҳои рақамию тичорати электронӣ вобаста аст.

Тичорати электронӣ самаранокии баландро дар асоси дастовардҳои Интернет ва муносибатҳои инноватсионӣ ба ташкили хизматрасонии мизочон нишон медиҳад, ки онро аз таҷрибаи ташаккули платформаҳои рақамӣ дар кишварҳои гуногун дидан мумкин аст. Масалан, рушди босуръати тичорати электрониро дар Чин бо номи “феномени Шатсзи” ном мебаранд [2].

Шатсзи – ин мавқеи аҳолинишинест, ки ба таркиби он деҳаи Дунфэн дохил мешавад, ки дар миёнаҳои солҳои 2000-ум як нафар сокини он интернет-мағозаеро оид ба фурӯши

мебел ташкил карда буд. Дигар ҳамдеҳаҳояш низ аз ӯ ибрат гирифтанд, ки дар натиҷа дар охири соли 2010 ҳафт интернет-мағоза кушода шуда, зиёда аз 400 хоҷагихоро дар Чин ва харидорони дигарро аз давлатҳои ҳамсоияи он фаро гирифт. Дар як муддати кӯтоҳи вақт мақоми макони аҳолинишин аз деҳаи чорводор ба макони аҳолинишини инфрасохтораш тараққиқарда табдил ёфт, ки дар он корхонаҳои коркарди коғаз, фабрикаҳои маҳсулоти металлӣ, ширкатҳои нақлиётӣ ва анборӣ пайдо шуданд. Алҳол Шатсзи яке аз аввалин “деҳаҳои Таобао” мебошад, ки дар он зиёда аз 10 %-и хоҷагии хонаводагӣ бо тичорати электронӣ машғул аст.

Таобао зиёда аз 2000 деҳаҳоро фаро гирифтааст, ки дар он бо интернет-савдо зиёда аз 70000 нафар машғуланд. Ба ҳар як мағозаи виртуалӣ ба ҳисоби миёна 2,5 нафар корманд мувофиқ меояд, сеяки соҳибони он намояндагони занҳо, панҷакашро бошад, собиқ бекорон ташкил медиҳанд. Тақрибан 1%-и соҳибкорон шахсони бо имкониятҳои маҳдуд мебошанд. Дар шароити муосир платформаи савдои виртуалии Таобао ба сохтори корпоратсияи чинии Alibaba Group – калонтарин ширкати ҷаҳонии интернетӣ дохил аст [7].

Бояд қайд кард, ки технологияҳои тичорати электронӣ ягона технологияи рақамӣ дар савдои чакана маҳсуб намеёбанд. Аз сабаби он, ки ақидаи ягонаи концептуалӣ доир ба фаҳмиши технологияҳои рақамӣ дар савдои чакана, унсурҳои он, маҳсулот ва шабакаҳои паҳншавӣ вучуд надоранд, мо тасмим гирифтаем, ки технологияҳои рақамии дар соҳаи савдои чакана истифодашавандаро нисбатан пурратар баррасӣ намоем.

Масалан, вақтҳои охир дар таҷрибаи ҷаҳонӣ технологияи “ёрдамчиёни боақл” торафт шуҳрат ёфта истодаанд, ки онҳо якбора якчанд имкониятҳо ва функсияҳои “тафаккуриро” иҷро мекунанд: кӯмак дар онлайн-чустуҷӯ ва хариди электронӣ, шинохтани нутқ, таҳлил ва тафсири иттилооти шахсӣ оид ба истифодабарандаи мушаххас ва ғайра. Рушди тафаккури сунъӣ ва усулҳои омӯзиши мошинӣ дар таҷриба нишон дод, ки дар соҳаҳои мухталифи иқтисодиёт истифодаи технологияҳои рақамӣ зарур мебошанд, чунки онҳо имконият медиҳанд, ки ҳангоми коркарди бизнес-нақшаҳои дарозмуддат базаҳои захиравӣ сарфа карда шаванд ва назорат аз болои иҷрои онҳо ба роҳ монда шавад. Вақтҳои охир ба ҳайси яке аз маҳакҳои асосии тараққиёти қарорҳои рақамӣ “маълумоти калонҳаҷм” (big data) ва бизнес-таҳлил баромад карда истодаанд, ки дар мавҷуд будани иттилооти озод дар Интернет-захираҳо ва зарурати коркарди саривақтию таҳлили дақиқи онҳо асос меёбад.

Таваҷҷӯҳ ба технологияҳои рақамии маълумоти калонҳаҷм ва бизнес-таҳлилҳо сол то сол аз ҷониби бозорҳои баландрақобат бештар шуда истодааст. Масалан, мувофиқи пешгӯии агентии таҳлилии амрикоии Wikibon дар охири соли 2020 бозори соҳаи маълумоти калонҳаҷм ченаки зиёда аз 60 млрд. долларро соҳиб шуда, дар соли 2026-ум вай метавонад 85 млрд долларро фарогир бошад. Суръати рушди солонаи бозори маълумоти калонҳаҷм ва бизнес-таҳлилҳо тақрибан 17%-ро ташкил медиҳад. Пешсафони асосии маблағгузорӣ дар қарорҳои рақамии баррасишаванда бахши молиявӣ, мақомоти давлатии сатҳи гуногун, соҳаи хизматрасонӣ ва савдои шабакавӣ ба ҳисоб меравад.

Дар натиҷаи рушди технологияҳои рақамӣ фаъолияти иқтисодии субъектҳои соҳибкорӣ гуногун шуда, хусусиятҳои хоси зеринро соҳиб мешаванд: амалӣ намудани ҳамкорӣ дар шабакаи Интернет ва ё зерӣ таъсири он; воридшавӣ ба шабакаи ҷаҳонӣ тавассути таҷҳизоти гуногун, аз ҷумла воситаҳои мобилӣ; ташаккул ва мубодилаи бисёршабакавии иттилоот байни истифодабарандагони шабакаи ҷаҳонӣ (шабакаҳои иҷтимоӣ, блогҳо, замимаҳои мобилӣ, форумҳо); истифодабарии ҳаҷми хеле калони маълумот; имконияти қонё намудани талаботи ҳар як харидори мушаххас (ба

мизочнигаронидашуда); ҷаҳонишавии рафтори истеъмолгарон ва мизочони корхона; беҳсозии раванди ташаккули арзиши иловашуда ва ғайраҳо.

Технологияҳои рақамӣ ба савдои чакана низ таъсири назаррас мерасонанд. Савдои чаканаи муосир яке аз бахшҳои инноватсионӣ ва зудрушдбандаи иқтисодиёт ба ҳисоб рафта, сатҳи баланди татбиқи технологияҳои рақамиро доро аст, ки он ба харидори ниҳой ва дараҷаи баланди хизматрасонии савдо дар тамоми зина ва шабакаҳои фурӯш нигаронида шудааст. Ба андешаи мо, соҳаи савдои чакана мавҷи бесобиқаи инноватсияҳоро аз сар гузаронида истодааст. Албатта технология нақши зарурро мебозад, аммо ин нерӯи ягонае намебошад, ки кор мекунад. Моделҳои нави бизнес пайдо мешаванд ва онҳо ба тамоми зина ва ё занҷири тичорати электронӣ таъсири амиқ мерасонанд. Дар баробари ин, дар рафтори истеъмолгарон низ тағйирот дида мешавад [5].

Ба ақидаи мо, қарорҳои рақамиро дар савдои чакана ба ду гурӯҳи шартӣ ҷудо кардан мумкин аст: технологияҳое, ки ба харидор нигаронида шудаанд ва технологияҳое, ки ба тақмили раванди ташкили фурӯш нигаронида шудаанд. Қайд намудан зарур аст, ки ҳамаи технологияҳои рақамӣ бо ҳам алоқаманд мебошанд, ҳосияти мутобиқшавиро доранд ва ҳамдигарро пурра мекунад, ки онро дар таҷрибаи рушд ва истифодаи қарорҳои рақамӣ дар савдои чакана собит намудааст. Яке аз шаклҳои технологияи рақамии муосир ва муҳарриқи рушди фурӯши онлайн савдои мобилӣ ба ҳисоб рафта, тавассути таҷҳизоти рақамии мухталиф, ба монанди гадҷетҳо, смартфонҳо, планшетҳо ва пайваستшавии беноқил ба шабакаи ҷаҳонӣ амалӣ мегардад. Коршиносони ширкати машваратии Deloitte рушди босуръати фурӯши мобилиро қайд намудаанд. Харидорон таҷҳизоти рақамии мобилиро истифода бурда, ба ҳисоби миёна ду маротиба зиёдтар маблағро барои харид нисбат ба харид дар мағозаҳои анъанавӣ сарф мекунад [4].

Рушди савдои мобилии рақамӣ аз бисёр ҷиҳат аз пешниҳоди операторони мобилӣ ва истеҳсолкунандагони таҷҳизот вобастагӣ дорад. Фаъолияти онҳо ба воридкунии қарорҳои муосири технологӣ, аз ҷумла тадриҷан ивазкунии SIM-кортҳои классикӣ ба SIM-кортҳои чандирӣ, ки тавассути алоқаи мобилӣ ва ё дигар шабакаҳои алоқаи беноқил таъмин карла мешавад, равона карда шудааст. Дар ин ҳолат пайвастшавӣ ба шабакаи ҷаҳонӣ бо ёрии WI- FI ба роҳ монда мешавад. Дар баробари ин қайд кардан лозим аст, ки истеҳсолкунандагони асосии смартфонҳо дар чараёни тақмил додани моделҳои нави смартфонҳо на фақат пайвастшавӣ бо WI-FI, балки инчунин истифодабарии маблағҳои мобилӣ ва дигар функсияҳо, масалан, воридкунии технологияи NFC-ро ба назар гирифтаанд. Интизор аст, ки дар ояндаи наздик татбиқи васеи SIM-кортҳои чандириро ҳамчун омили асосии рушди технологияҳои рақамӣ, аз ҷумла, савдои мобилии рақамӣ ба роҳ монда мешавад [7].

Яке аз қарорҳои рақамие, ки алоқаи самаранокро бо мизочони потенсиалӣ ташкил мекунад, ин шабакаҳои иҷтимоӣ мебошанд, ки онҳоро дар савдои чакана фаъолоне истифода мебаранд. Шабакаҳои иҷтимоӣ имкон медиҳанд, ки ҳар як шахс саҳифаи шахсии худро дар Twitter, Facebook, Instagram ва дигар сомонҳо кушояд.

Дар он дар речаи он-лайн мубодилаи иттилот ва фикру ақидаҳои ҳамдигар ба миён меояд. Дар натиҷаи истифодабарии шабакаҳои иҷтимоӣ ва “инфироидикунии” интернет ба фурӯшандагон маълумоти пурра доир ба харидорон ва доираи истеъмолгарон мақсаднок дастрас шуд. Фурӯшандагон дар кушодани блогҳои шахсиашон дар платформаҳои рақамии шабакавӣ бо мақсади шиносонидани тамғаи худ ва ҷалби харидорон фаъол мебошанд.

Ба қатори қарорҳои рақамие, ки имконияти ҳамкориҳои фаъоли дучонибаи фурӯшанда ва харидорро таъмин мекунад, технологияҳои воқеияти виртуалӣ (VR) ва воқеияти

иловагиرو (AR) шомил намудан мумкин аст.

Технологияҳои воқеияти виртуалӣ ва иловагӣ дар савдои чакана бо мақсади таъмини даққатчалбкунӣ, дастрасии мол ва хизматрасониҳои савдо истифода бурда мешаванд ва онҳо имичи тамға ва ҳаҷми фурӯшро афзун менамоянд.

Чӣ хеле, ки таҷрибаи рушди савдои чакана нишон медиҳад, технологияҳои биометрӣ ҳангоми бақайдгирии харидорон дар вақти воридшавӣ ба мағоза истифода бурда мешавад. Вай имконият медиҳад, ки мунтазамии ба мағоза омадани харидори мушаххас ва номгӯи молҳои харидшаванда муайян карда шавад ва аз тарафи кормандони корхона барои ташаккули пешниҳоди инфиродӣ истифода бурда шавад. Дар хориҷи кишвар фурӯшандагон технологияҳои биометрии шинохтани овоз, симои харидор, имзоҳои биометрӣ ва дигар намуди технологияҳоро хеле ғаёлона барои ташкили фармоиш истифода мебаранд. Бо воситаи ин технологияҳо кормандон аз харидор бори дуюм ин маълумотро пурсон намешаванд, чунки аллакай ин маълумот дар саҳифаи онҳо сабт шудааст. Дар баробари ин, қайд намудан зарур аст, ки ҳар як харидор имконияти хизматрасонии савдоро бо баҳисобгирии хусусиятҳои дорад, зеро ки торафт сатҳи талаботи ӯ зимни пур шудани маълумоташ дар саҳифаи шахсияш меафзояд.

Технологияҳои интернеташёҳо ба беҳсозии фазои савдо, сарфаи захираҳо ва ташаккули идоракунии номгӯи молҳо равона карда шудааст. Нишонаҳои радиомавҷӣ (RFID-қайдҳо) мавҷудияти молро дар рафҳои фурӯш ва ҷойивазкунии онҳоро дар мағоза назорат мекунад. Ҳамчунин таҷҳизоте, ки дар мағоза насб шуда, ба микромуҳит таъсир мерасонанд, ба монанди термостатҳо, таҷҳизоти равшанидиҳанда, таҷҳизоти яхдонӣ ва кондиционерҳо. Барои мониторинги фазои савдо ширкатҳо таҷҳизоти Bluetooth, RFID-қайдҳо ва WI-Fi-ро дар смартфонҳои харидорон истифода мебаранд. Дар натиҷаи истифодабарии таҷҳизоти номбаршудаи интернеташёҳо фурӯшандагон харитаи анбӯҳи харидориро ташкил намуда, ба мусоидкунии фазои мағоза барои харидор баҳо медиҳанд ва дар баробари ин концепсияи мерчендайзинги тафаккуриро татбиқ менамоянд.

Нуктаи баланди истифодабарии технологияҳои рақамии интернеташёҳо дар савдои чакана концепсияи мағозаҳои “боақл” (smart store) мебошад [1; 8]. Мағозати “боақл” дар худ концепсияеро ҷой додааст, ки вай дар асоси истифодабарии дастовардҳои интернеташёҳо ва автоматикунонии пурраи майдонҳои савдо ба роҳ монда мешавад. Масалан, дар Чин дар ҷунин мағозаҳо харидорон сараввал бояд ба қайд гирифта шаванд, QR-коди онро ҳангоми воридшавӣ ба мағоза сканер намоянд, рақами телефонашонро ворид кунанд ва акси худро гиранд. Сипас ба мағоза ворид шуда, тавассути турникетҳои мавҷуда хариди заруриро иҷро менамоянд. Пардохти маблағ бошад бо тариқи ғайринақдӣ ба роҳ монда шуда, тавассути сканеркунии штрих-код дар телефони мобилии харидор иҷро карда мешавад. Баъди ба итмом расидани хизматрасонӣ харидор аз мағоза бо воситаи турникетҳо мебарояд. Муқоисаи акси харидор бо базаи миллии ҳуҷжатҳо ҷиҳати тасдиқи шахсияти харидор, системаи видеоназоратӣ, маҳдудият ба воридшавии харидорони бевичдон дар як сатҳи муайян беҳатари иқтисодиро таъмин намуда, соҳибкоронро аз дуздихои имконпазир эмин нигоҳ медорад.

Намунаи мағозаи “боақл” ин ба наздикӣ аз тарафи интернет-мағозаи Amazon.com Inc кушода шудани кейс мебошад, ки вай номи “мағозаи бе ҳазина”-ро соҳиб шудааст. Савдои чаканаи офлайн ва онлайнӣ корхона сарфаи хароҷотро тақрибан то 60 % таъмин мекунад. Бизнес-моделҳои мағозаи “боақл” аини ҳол хусусияти пилотиро дорад, аммо бо дарназардошти афзоиши даромади аҳоли, қобилияти харидорӣ, ба таври васеъ истифода бурдани

смартфонҳо бо видеокамераҳо ва пайвастшавӣ ба шабакаи глобалии Интернет вай рақобати сазоворро ба шаклҳои муқаррарии савдо пешниҳод мекунад.

Рушди минбаъдаи технологияҳои рақамӣ дар савдои чакана ҳамчунин аз бисёр ҷиҳат аз ҳолат ва дастрасии инфрасохтори иттилоотӣ коммуникатсионӣ, ташаққули усулҳо ва дараҷаҳои мубориза бо киберҷиноятҳо, рушди воситаҳои мобилӣ ва пайвастшавии беноқил, қоркарди стандартҳои ягонаи технологӣ, ҷустуҷӯи манбаъҳои алтернативии энергия ва ғайра вобаста аст.

АДАБИЁТ

1. Амонов С.С. Ташаққул ва рушди технологияҳои рақамӣ дар савдои чакана. / Шаропов Ф.Р., Лутфуллоев М.Д., Кабутов Қ.М., Амонов С.С. // Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. 2021. № 1 (35). С. 112-123.

2. Загеева Л.А. Big Data и бизнес - новые возможности [Текст] / Л. А. Загеева, Л. В. Близнюк // Инновационная экономика и право. - №. 2(7). - С. 21-25.

3. Маймина Э.В. Особенности и тенденции развития цифровой экономики [Текст] / Э.В. Маймина, Т.А. Пузыня // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2017. - №. 6(67). - С. 37-43.

4. Тарасова Е.Е. Инновации в коммерческой деятельности [Текст] / Е.Е. Тарасова, Е.В. Матузенко, Ю.А. Наплекова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2018. - №. 2(69). - С. 198-209.

5. Шаропов Ф.Р., Лутфуллоев М.Д. Таъсири технологияҳои рақамӣ ба рафтори истеъмолгарони савдои чакана / Шаропов Ф.Р., Лутфуллоев М.Д. // Номаи донишгоҳ. Силсилаи илмҳои табиатшиносӣ ва иқтисодӣ. – Хучанд, 2020. - № 4 (55). – С. 119-123.

6. Шваб К. Четвертая промышленная революция [Текст] / К. Шваб. - М. : Изд-во Эксмо, 2016. -134 с.

7. Шнорр Ж.П. Инновации в розничной торговле как фактор повышения конкурентоспособности в условиях глобализации экономики [Текст] / Ж. П. Шнорр // Экономика и управление: теория и практика: сб. науч. труд. - 2018. - Т. 4,- №. 4(4.1). - С. 73-81.

8. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence [Text] / D. Tapscott. - McGraw- Hill, 1994.

К ИССЛЕДОВАНИЮ ПРОБЛЕМ ЗАНЯТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Мизробов Саидафзал Саидхочаевич - к.э.н., доцент кафедры финансовый менеджмент и налогообложение, Международный университет туризма и предпринимательства
Таджикистана E-mail: saidafzal82@mail.ru

Среди важнейших проблем глобального характера на современном этапе социального и культурного развития страны, на передний план выдвигается проблема занятости населения. Как экономическая категория занятость – это совокупность отношений по поводу участия населения в трудовой деятельности. Она выражает меру включения в труд, степень удовлетворения общественных потребностей в рабочих местах и личных потребностей и интересов в оплачиваемых рабочих местах, в получении дохода. С этих позиций занятость выступает важнейшей характеристикой рынка труда. Достижение полной занятости невозможно обеспечить с помощью одного рыночного механизма, необходимо постоянное регулирование этого процесса со стороны государства, общества.

Ключевые слова: занятость населения, уровень безработицы, рыночная экономика, производительность труда, демографическая ситуация, трудовая деятельность.

Занятость населения является одной из наиболее важных проблем современности, которая непосредственно воздействует на каждого человека. В условия рыночной экономики данная проблема стоит наиболее остро, так как государственное регулирование рыночных отношений является, можно сказать, пассивным.

Исследование методологических основ занятость населения имеет большое значение, так как существует противоречие, которое наблюдается между ограниченностью ресурсов у населения и возрастающими требованиями к конечному потреблению, как важное значение стимулирования экономического роста. Статистический анализ данных по доходам населения предусматривает количественные оценки динамики занятость домохозяйств, распределения их между разнообразными подавляющими группами населения, оценку дифференциации доходов среди бедных, средних и богатых слоев общества.

Применение методологии экономико-статистического исследования занятость населения дает возможность выработки более точных выводов и прогнозов по рынку товаров и услуг для реализации установленных целей[4,155]. Такие обследования позволяют выявить характер, степень и динамику зависимости рыночной экономики от поведения населения в качестве главного фактора потребления товаров и услуг. При этом рыночный механизм отдает выбор спросу и самому важной его составной части это потребительский спрос, непосредственно зависящий от доходов населения.

Таким образом, можно сделать вывод, что изучение методологических основ формирования и использования доходов населения должно включать решение двух основных задач:

1. Макроэкономический аспект, дающий возможность оценки роли населения в процессе формирования рынка товаров и услуг, как составной части социально-экономической системы;
2. Микроэкономический аспект, который направлен на исследования процессов образования, распределения и использования доходов на уровне некоторых домохозяйств и общественных слоев в обществе.

Необходимо отметить, что поставленные задачи являются взаимозависимыми и взаимодополняющими при проведении анализа существующей социально-экономической ситуации. При этом важно учитывать неоднородность населения, что требует применения метода стратификации, заключающейся в разделении изучаемой совокупности на элементы или классы.

Важнейшим и единым источником информации об экономических характеристиках домохозяйств в данное время является регулярное исследование бюджетов домашних хозяйств (в перспективе может образовать регистр населения) [1,27]. Обработка полученных статистических данных дает возможность выявить объемы и структуру доходов, расходов и потребления разнообразных слоев населения. Анализ результатов проведенных расчетов позволят определить степень социальной стратификации.

В рыночных условиях Республики Таджикистан, особую значимость приобретает исследование специфических особенностей регулирования доходов и заработной платы в макро и микроэкономическом аспекте. При разработке социальной политики страны, особое значение приобретает применение эффективного метода для оценки механизма формирования и использования доходов населения [2,24]. В этой связи, основным содержанием данного

механизма является создание условий, которые позволяют экономически активной части населения зарабатывать средства для существования, которые состоят из получаемой заработной платы, поступлений от владения собственностью, выплат из общественных фондов потребления и др. При этом, регулирование уровня доходов происходит через договорные отношения между работниками и работодателями, имеющую систему налогообложения, создания условий для роста заработной платы и др.

Таким образом, по мере развития рыночных отношений все большее значение заслуживает решение методологической проблемы формирования и использования доходов населения. Одним из существующих направлений решения этой проблемы является разработка экономического механизма формирования и использования доходов населения.

Важность проведения оценки экономического механизма формирования и использования доходов населения в рыночных условиях предопределена следующими обстоятельствами[6,84]:

- для определения выполнения механизмом его цели и задач;
- для проведения анализа реализации программы повышения благосостояния населения и результативности социальных программ;
- для обоснования условий эффективного планирования по повышению уровня жизни населения и роста его благосостояния;
- для проведения оперативного управления ходом формирования доходов населения.

В Законе Республике Таджикистан «О содействии занятости населения» занятость трактуется как «... любая, не противоречащая нормативно-правовым актам Республики Таджикистан, деятельность трудоспособных граждан, связанная с удовлетворением их личных и общественных потребностей, приносящая им доход (заработок)» [3]. Отсюда, как экономическая категория, «занятость» представляет собой совокупность взаимоотношений, появляющихся при участии населения в трудовой деятельности. Эта категория включает в себя меру включения в труд, уровень насыщения общественных потребностей в работах, уровень личных потребностей, получение дохода.

Для того чтобы выявить критерий эффективной занятости населения, можно количественную характеристику определить через систему следующих показателей:

- уровень занятости населения профессиональным трудом, который устанавливается как частное от деления занятых профессиональным трудом к общей численности населения (в процентах). Статистические данные показывают, что в 2023г. в Республике Таджикистан этот показатель был равен 27,8%, а доля трудоспособного населения составляла 59,7% [5, с. 406-407]. Данный показатель представляет подчиненность занятости от демографических факторов, т.е. от коэффициентов рождаемости, смертности и т.д.;

- величина занятости трудоспособного населения в коллективном хозяйстве. Данный параметр взаимосвязан с динамикой трудоспособного населения и зависит также от изменения демографических и социально-экономических факторов. Он определяется как отношение численности населения, занятого профессиональным трудом, к численности всего трудоспособного населения (трудовых ресурсов). На период 2023г. уровень занятости трудоспособного населения Республики Таджикистан составлял 56,5 % [5, с. 407];

- пропорции распределения трудовых ресурсов общества по сферам общественно полезной деятельности. После подсчета коэффициента занятости профессиональным трудом также аналогично можно вычислить соответствующие коэффициенты занятости другими видами общественно полезной деятельности, например, учебной и другими видами

общественно полезной деятельности. Прогрессивность изменения данных пропорций следует оценивать с учетом общественной производительности труда и уровня занятости в предшествующий период, а также с учетом целей общества;

- достижение целесообразной структуры распределения трудовых ресурсов по отраслям экономики. Этот параметр определяет пропорции распределения трудовых ресурсов по направлениям занятий, отраслям и секторам экономики. Следует отметить важность этого параметра в условиях переходного периода от плановой экономики к рыночной. В это время государство уже не управляет экономикой, а механизм рыночного регулирования еще не заработал. Здесь возможны негативные последствия от неэффективного распределения трудовых ресурсов;

- оптимальная структура работающих по направлению профессиональной квалификации. Этот параметр дает возможность определить взаимообусловленное соответствие существующей профессионально-квалификационной структуре занятых трудовых ресурсов структуре рабочих мест. Также важно определить соответствие системы подготовки кадров существующей потребности в них, где основное внимание необходимо уделить вопросам подготовки и повышению квалификации трудовых ресурсов, как на предприятиях, так и в специализированных учебных заведениях;

- завершающим параметром по достижению эффективного уровня занятости считается такой показатель как норма безработицы. В данное время в зарубежной экономической литературе существует точка зрения о том, что результативная занятость завоевывается при наличии естественной нормы безработицы. Естественная норма безработицы - это такой ее уровень, который сдерживает неизменными уровнями реальной заработной платы и цен при нулевом приросте производительности труда.

Следует отметить, что в развитых странах норматив естественной безработицы принят на уровне 5-6%. В Республике Таджикистане, в настоящее время, достаточно сложно определить такой норматив, так как еще не в полной мере завершилась структурная перестройка экономики и отсутствует достаточно полная база статистических данных по вопросам производительности труда в стране. Сложность также определяется наличием в Таджикистане достаточно высокой скрытой безработицы. Исходя из этого, норматив естественной безработицы для нашей страны определить сложно и необходимо учитывать еще ряд показателей.

Исследование показывает, что решение проблемы занятости в современных условиях возможно путем применения широкой номенклатуры и повышения качества услуг служб занятости на рынке труда. Необходимо проведение мониторинга рынка труда по структуре отдельных должностей и профессий. Также важно сотрудничество служб занятости с высшими и средними учебными заведениями для подготовки специалистов, которые смогут быть востребованным на современном рынке труда.

Таким образом, проведенный теоретический анализ категории, которые определяют суть социально-экономического содержания рынка труда и занятости, в условиях рыночной экономики, дает возможность иметь целое научное представление об основных базовых понятиях, позволяющие регулировать процесс занятости населения. Это дает возможность сформировать рыночную концепцию регулирования занятости населения. Такая концепция должна основываться на базовом научно-теоретическом представлении об источниках данного процесса. По нашему мнению, решение проблемы занятости населения на данном

этапе развития экономики Таджикистана является основным фактором приумножения доходов населения.

Список литературы

1. Ахинов Г.А., Камилов Д.А. Политика государства в сфере распределения доходов населения [Текст]/ Г.А. Ахинов, Д.А. Камилов - М.: ТЕИС, 2006. - 156 с.
2. Ашуров С. Ключевые факторы обеспечения эффективной занятости в Таджикистане [Текст]/ С. Ашуров// Проблемы трудовых отношений и социального развития Таджикистана. Материалы республиканской научно-практической конференции. (г. Душанбе, 19-20 мая, 2008). - Душанбе: 2008. - С. 22-26.
3. Закон Республики Таджикистан «О содействии занятости населения» [Текст]/ Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан. - Душанбе: 2003, №8, с. 467.
4. Рахимов Г.М. Доходы населения: понятие, структура и неравномерность распределения доходов в обществе [Текст]/ Г.М. Рахимов// Вестник Российско-Таджикского (славянского) университета (научный журнал). Серия экономика. - Душанбе: РТСУ, 2012. № 2 (37) - С. 155-162.
5. Рынок труда в Республике Таджикистан: 25 лет государственной независимости. Статистический сборник [Текст]: - Душанбе: АСПРТ, 2016. - 426 с.
6. Фиськова Л.Н. Рыночный механизм формирования доходов и его особенности в условиях переходного периода [Текст]/ Л.Н. Фиськова. - Новосибирск: НГУЭУ, 2005. - 172 с.

КИМИЁИ РАҚАМӢ - АСОСИ ПЕШРАФТ ВА РУШДИ САНОАТИ КИМИӢ

Табаров Абудсами Қаюмович - н.и.к, дотсенти кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон.

Тел: (+992) 934444161.

Солҳои охир дар адабиёти илмӣ ва ҳуҷҷатҳои илмию ташкилӣ иборати “кимии рақамӣ” хело зиёд ба назар мерасад. Дар мақола мундариҷаи ин истилоҳ дар заминаи фанҳое, ки дар марзи кимӣ, математика ва информатика ташаккул ёфтаанд, таҳлил карда шудааст.

Кимии рақамиро метавон соҳаҳои кимии математикӣ, кимии ҳисоббарорӣ ва химоинформатика номид, ки дар онҳо бо истифода аз усулҳои компютери моделсозӣ чунин масъалаҳои ба ҳам алоқаманди кимӣ, аз қабилӣ ҳамаҷумла пайвастиҳои дорои хосиятҳои пешбинишаванда, таҳлили шароити синтези онҳо, арзиши мураккабии сохтори молекулаҳо, таълиқи сохторҳои кимӣ ва ҳисобкунии миқдори моддаҳои ба таомул дохилшаванда ҳал карда мешаванд.

Калидвожаҳо: кимии рақамӣ, кимии математикӣ, химоинформатика, кимии ҳисоббарорӣ, математикақунии кимӣ.

Дар Паёми Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон чунин қайд карда шудааст: “Тоҷикистон дар самти гузариш ба рақамсозии иқтисодиёти миллий бо мақсади таъмини шаффофияти муносибатҳои молиявӣ иқтисодӣ қадамҳои устувор гузошта истодааст. Бо мақсади васеъ намудани раванди инноватсионӣ ва истифодаи пурраи технологияҳои рақамӣ дар соҳаҳои гуногуни иқтисодиёт пешниҳод менамоем, ки солҳои 2025-2030 “Солҳои рушди иқтисодиёт ва инноватсияҳои рақамӣ” эълон карда шаванд” [1].

Солҳои охир тамоми соҳаҳои ҳоҷагии халқ ба рақамқунонӣ ворид шуда истодаанд. Дар соҳаи кимӣ низ ин раванд, яъне рақамиқунонӣ хело вусъат ёфта, яке аз воситаҳои асосии баланд бардоштани самаранокии истеҳсолоти саноати кимӣ ба ҳисоб меравад.

“Кимёи рақамӣ”- ин платформаи экспертӣ барои муҳокима ва табодули таҷриба оид ба масъалаҳои асосӣ ва мушкilotи ҷорӣ рақамикунонӣ ва автоматикунонии саноати кимиё, нафту газ, дорусозӣ, амалияи татбиқи системаҳои таҷҳизоти автоматикунонии саноатӣ, шиносӣ бо коркардҳои инноватсионӣ, қарорҳо, маҳсулоти таҳиягарони ватанӣ ва истеҳсолкунандагони хориҷӣ ва ғайра мебошад.

Дар ин ҷо саноати кимиё гуфта чунин соҳаҳои асосии комплекси кимиёвиро дар назар доранд, ба монанди истихроҷи маъдан (истихроҷи ашёи хом — апатит, фосфорит, сулфур, намакҳои сангин ва ғайра), кимиёи асосӣ (истеҳсоли намакҳо, кислотаҳо, силикатҳо, нуриҳои маъданӣ), кимиёи синтези органикӣ (истеҳсоли материалҳои полимерӣ ва коркарди полимерҳо, истеҳсоли шиша, маснуоти пластмасса ва ғайра); саноати кимиё ва дорусозӣ: корхонаҳои истеҳсолкунандаи моддаҳои синтетикӣ ва фитокимиёвӣ, антибиотикҳо, витаминҳо ва ғайра, саноати нафту кимиё ба истеҳсоли коркарди амиқи кимиёвии ашёи хоми карбогидридҳо (фраксияҳои нафт, гази табиӣ алоқаманд) мансуб аст.

Дар ин раванд арзёбии унсурҳои кимиёи рақамиро чунин муайян менамоянд:

1. Стратегия - лоиҳаҳо ва қарорҳои нав оид ба технологияҳои иттилоотӣ ва рақамӣ дар кимиё, нафту газ ва саноати дорусозӣ; тақдими рақамии саноат: зеҳни сунъӣ, рақамӣ, робототехника, таҳлили пешгӯишаванда, воқеияти афзоишёфта ва ғайра.

2. Технология - системаҳои иттилоотии корпоративӣ, платформаҳои рақамӣ, идоракунии маълумот, рақамикунонии харид ва логистика, трансформатсияи рақамии фурӯш, рақамикунонӣ дар нигоҳдорӣ ва таъмир ва ғайра.

Имрӯзҳо дар соҳаи кимиё, аз ҷумла дар объектҳои истеҳсоли, ҳамарӯза коркарди садҳо номгӯи моддаҳои кимиёвӣ гузаронида мешавад. Барои он, ки кор то ҳаққи имкон беҳатар ва дар сатҳи баланд анҷом ёбад, дар барнома ҳама маълумот дар бораи кор - ҷойгиршавӣ, параметрҳои кор, ҷораҳои беҳатарӣ, диаграммаҳои ҳолат, ворид карда мешаванд.

Тамоми ҷораҳои беҳатарии ҳамаи намудҳои кор дар базаи маълумотҳо ҷамъ карда мешаванд, ки онро ҳамаи органҳо пешакӣ тасдиқ мекунанд. Ба химик, оператор ва муҳандис танҳо лозим аст, ки сатрҳои лозимиро дар ариза интиҳоб кунанд, иҷозати кор тавлид кунанд ва тавассути веб-барнома тасдиқи электронӣ гирад.

Моделҳои рақамӣ тағйиротро дар ҳолати раванд, ки ба оператор ноаён аст, таҳлил мекунанд. Вобаста ба вазифа, дар экран эҳтимолияти бад шудани сифати маҳсулот, огоҳӣ дар бораи сарфи аз ҳад зиёди ашёи хом ва тавсияҳо оид ба ҳар як ҳолат нишон дода мешавад. Ин ёрӣ мерасонад, ки речаи технологӣ пешакӣ муътадил гардад, ба бекористии ғайриқонунӣ роҳ надиҳад, сифати он ва раванди технологӣ беҳтар карда шавад.

Дар системаи илмҳои табиатшиносӣ ба души кимиё нақши муҳими илмӣ гузошта шудааст. Омӯзиши атомҳо, молекулаҳо, комплексҳои байнимолекулаҳо, моеъҳо, ҷисмҳои сахт, яъне ҳама гуна шакли ташкилёбии моддаҳо, ки мавҷудияти онҳо, пеш аз ҳама, бо таъсири мутақобилаи қабатҳои электронии валентии атомҳо вобаста аст, муайян карда мешавад.

Ғуногунии ин шаклҳо, инчунин ба ҳам пайвастании усулҳои таҷрибавию назариявӣ омӯзиши онҳо алоқаи интенсивии кимиёро бо дигар илмҳои табиатшиносӣ муайян мекунанд, Бинобар ҳамин кимиёро соҳаҳои дигари сарҳадии дониш (кимиёи физикӣ, кимиёи квантӣ, геохимия, биохимия ва ғ.) бой мегардонад.

Тавсеаи математика ба илмҳои табиатшиносӣ ва рушди техникаи компютерӣ боиси пайдоиши як қатор фанҳо дар ҷорроҳаи кимиё, математика ва информатика гардид, ки аз ҷумла кимиёи математикӣ, кимиёи ҳисоббарорӣ [2], кимиёи компютерӣ [3],

кимийёинформатика [4] дар баробари ин ва ғайра мебошанд, ки методологияи фанҳои зикршуда дақиқ муайян карда нашудааст.

Дар истилоҳи илмӣ, истилоҳи “кимийё рақамӣ” ба маънои асли - барои ифодаи равиши умумии рамзгузорӣ ва коркарди иттилооти кимийёӣ бо истифода аз рақамҳои ибтидоӣ (рамзгузориҳои элементҳои кимийёӣ бо рақамҳои ибтидоӣ имкон медиҳад, ки ба ҳар як таркиби кимийёӣ дар мавриди истифодаи маҳсули молекулаҳо, индекси ягонаи молекулавӣ дода шавад) истифода мешавад.

Одатан, мо метавонем ду тамоюли инкишофи моделҳои математикиро дар кимийё чудо намоем. Якум бо мушаххас кардани моделҳо тавассути қорӣ намудани параметрҳои иловагӣ ва муносибатҳои байни онҳо, такмил додани мувофиқати модел бо консепсияҳои назариявии кимийёӣ ва ё таҷриба алоқаманд аст (масалан, дар [4] эволютсияи моделҳои кутбпазирии изофӣ мувофиқи ин тамоюл хуб нишон дода шудааст).

Тамоюли дуюм ин аст, ки модели нисбатан саҳти математикӣ (бо шумораи маҳдуди параметрҳо ва муносибатҳои байни онҳо), ки дар он ҳама ихтилофоти байни модел ва воқеият ҳамчун баъзе ислоҳҳо баррасӣ карда мешаванд. Ҳарду тамоюл, дар ҳудуди маҳдуд, гузаришро аз моделҳои математикӣ ба моделҳои рақамӣ, ки бо дараҷаи баланди тафсилот тавсиф мешаванд, инъикос мекунанд.

Чанбаи дигари пайдоиши самти нав дар кимийё ин мураккабии дастгоҳи консептуалӣ мебошад, ки онро бо истифода аз мисоли вазифаи асосии кимийёинформатика ба осонӣ пайгирӣ кардан мумкин аст, ки бо ҷустуҷӯи муносибатҳои миқдорӣ “сохтор – ҳосият” ва “сохтор – фаъолият”, алоқаманд аст.

Барои ҷустуҷӯи чунин таносубҳо дескрипторҳои топологӣ, ки бо графикаи молекулаҳо алоқаманданд, истифода мешаванд. Дескрипторҳои топологӣ, чун қоида, тамоми хусусиятҳои кимийёии маҷмӯи молекулаҳоеро, ки модел сохта шудааст, пурра инъикос намекунад. Аз ин рӯ, онҳо ба маҷмӯи васеътари тавсифкунандаҳо, аз ҷумла кимийёи квантӣ, фрагменталӣ, бинарӣ ва ғайра дохил мешаванд [8].

Умумсозии мафҳуми моделҳои сохтор/ҳосият ба консепсияи фазои кимийёӣ оварда мерасонад - фазои ҳосиятҳое, ки бо ҳама пайвастагиҳои имконпазири кимийёӣ фаро гирифта шудаанд, ки ба маҷмӯи муайяни принципҳои сохтмон ва шароити сарҳадӣ мувофиқанд [7].

Фазои кимийёӣ як сохтори маҷозӣ мебошад, ки андозаҳои фарзияи он аз доираи имкониятҳои амалӣ берун аст: маҳдудияти болоии шумораи молекулаҳое, ки онро ташкил медиҳанд, 10^{180} аст (барои муқоиса шумораи атомҳо дар Коинот 10^{80} , шумораи пайвастагиҳо дар базаи CAS 10^8 аст) [5].

Кимийё як соҳаи дониш дар бораи ташкили сохтори модда дар доираи ҳарорати 30...3000 K ва диапазони фишори 0,001...1000 атм буда, давомнокии умри онҳо ба доираи 10-6...106 руз рост меояд [6].

Натиҷаҳои пешгӯиҳои назариявии сохторҳои нави кимийёи ғайриклассикӣ бо истифода аз чунин алгоритмҳо тасдиқи таҷрибавӣ пайдо мекунанд (масалан, бо истифода аз алгоритми USPEX, шароити мавҷудияти пайвастагии гелий Na_2He ва оксидҳои кремний бо стехиометрияи ғайриоддӣ пешгӯӣ карда шуд ва синтез анҷом дода шуд [7], [8]; Алгоритми CALYPSO барои пешгӯӣ ва баъдан синтез кардани пайвастагиҳои CaO_3 [8] истифода мешуд. Истифодаи алгоритмҳои “беғаразона” барои ҷустуҷӯи пайвастагиҳои нав ба тадқиқотчиён имкон медиҳад, ки фаҳмиши васеътари кимийёро ҳамчун илм пайдо кунанд.

Ниҳоят, кимийёи математикии “классикӣ” сохтори молекулаҳоро бо истифода аз дастгоҳи математикаи дискретӣ меомӯзад - бо мақсади ҳалли масъалаҳо, масалан, баҳодиҳии миқдории

мураккабии системаҳои молекулавӣ ва ҷустуҷӯи алгоритмӣ ҳамаи изомерҳои имконпазир. Тараққиёти ин самтро бо қор қарда баромадани усулҳои ҳисоби дескрипторҳои процессҳои мураккабтари кимиёвӣ алоқаманд қардан мумкин аст.

Ҳалли проблемаҳои илмие, ки дар қорҷубаи кимиё - математика, кимиё ва ҳисоббарорӣ ба миён гузошта шудаанд, барои ба вуҷуд овардани системаҳои синтези автомати пайвастагиҳои кимиёвӣ зарур аст. Чунин системаҳо аз ду зерсистема иборатанд: блокҳое, ки дар онҳо расмиёти синтетикӣ амалӣ қарда мешаванд ва ҳимпатор – маҷмӯи протоколҳои рақамӣ барои таҳияи стратегияи оптималии синтез [2–3].

Хулоса, ҳисоббарорӣ, моделсозӣ ва алгоритмҳои баландсифат қисми ҷудонашавандаи тадқиқоти муосири кимиёвӣ гардиданд. Паҳншавии онҳо дар кимиё танҳо бо татбиқи самаранок маҳдуд намешавад - ва дар сарҳади фанҳои анъанавии "кимиёвӣ-математикӣ" консепсияҳои ба вуҷуд меоянд, ки кимиёи рақамиро ҳамчун як самти нав ташаккул медиҳанд.

Як қатор саволҳои методологӣ вобаста ба ҳудуди истифодаи алгоритмҳои ҳисоббарорӣ ва усулҳои омӯзиш, инчунин арзиши эвристикӣ донишҳои тавассути онҳо ба даст овардашуда ба миён меоянд.

Тамоюлҳои нав дар соҳаи маориф ва илм, нақши зеҳни сунъӣ ва аҳамияти нигоҳ доштани мувозинати байни технологияҳои рақамӣ ва асосҳои кимиё дар кимиёи муосир қорқарди усулҳои пешрафтаи таҳлили ба монанди резонанси магнитии ядрӣ, масс-спектрометрӣ ва микроскопияи электрониро талаб мекунанд. Ин навовариҳо таҳқиқотро суръат мебахшанд, онро устувортар мегардонанд ва сарҳадҳои навро дар кимиё, аз кашфи маводи мухталиф то равандҳои истеҳсолоти сабз мекушоянд.

Адабиёт

1. Паёми Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ- Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон “Дар бораи самтҳои асосии сиёсати дохилӣ ва хориҷии Ҷумҳурии Тоҷикистон” аз 28.12.2024.

2. Искусственный интеллект: применение в химии / под ред. Т. Пирса, Б. Хони. М.: Мир, 1988. 430 с.

3. Раевский О. А. Моделирование соотношений «структура – свойство». М.: «Доросвет», «Изд-во КДУ», 2015. 288 с.

4. Евразийский научно-образовательный центр мирового уровня. URL: <https://nocrb.ru/n2>. 6. Курашов В. И. История и философия химии: учебное пособие. М.: КДУ, 2015. 608 с.

5. Минкин В. И. Современные тенденции развития теории химического строения А. М. Бутлерова // Изв. АН. Сер. хим. 2012. №7. С. 1251–1275.

6. Станкевич М. И., Станкевич И. В., Зефиоров Н. С. Топологические индексы в органической химии // Успехи химии. 1988. Т. 62. С. 337–366.

7. Пальм В. А. Основы количественной теории органических реакций. Л.: химия, 1977. 360 с.

8. Семенов Н. Н. О некоторых проблемах химической кинетики и реакционной способности. М.: Изд-во АН СССР, 1958.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ТАДЖИКИСТАНА

Хикматова Мавдждахон Сангаковна - старший преподаватель кафедры менеджмент, маркетинг и экономика труда ТГУК

Мамадов Фаррух Рашидович - соискатель кафедры кибернетики и цифровой экономики
Таджикский национальный университет. Адрес: 734025, г. Душанбе, Республика
Таджикистан, проспект Рудаки, 17. E-mail: Farrukh_m@mail.ru. Телефон: (+992) 927-79-11-22

В наше время все больше внедряется цифровизация. Она влияет и меняет многие факторы в нашей жизни. Именно поэтому, коренные изменения произошли и в потребительском рынке. В статье будут рассмотрены все факторы, влияющие на развитие потребительского рынка с помощью информатизации и области изменения потребительского спроса.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, потребительский рынок, потребительский спрос, электронная торговля, трансформация экономики, информационно-коммуникационных технологий, правовое регулирование.

Стабильное развитие и прогресс современного мира нельзя представить без внедрения новых технологий. Основным инструментом устойчивого развития стран является экономическое развитие, которое основано на постоянных изменениях, совершенствованиях и улучшениях. Устойчивое экономическое развитие связано с одним из главных факторов – цифровизацией или цифровой экономикой.

Цифровизация – это процесс перехода предприятия или всех отраслей экономики на новые модели бизнес-процессов, методы управления и производства путем оснащения современными технологиями. Следует отметить, что термин «цифровизация» впервые появился в конце XX века. Согласно историческим источникам, в 1995 году американский ученый-компьютерщик Николас Негропonte из Массачусетского университета упомянул понятие «цифровая экономика».

Цифровизация в глобальном плане представляет собой концепцию экономической деятельности, основанной на цифровых технологиях, внедряемых в разные сферы жизни и производства. И эта концепция широко внедряется во всех без исключения странах. Основные факторы цифровой экономики — электронная коммерция, интернет-банкинг, электронные платежи, интернет-реклама и электронный доступ к финансовым услугам. Подход к этому процессу и активное использование различных общественных сфер в соответствии с внедрением цифровой системы приведет к развитию экономики.

По подсчетам, проведенным «Mastercard» совместно со Школой права и дипломатии Флетчера при Университете Тафтса, лидерами в развитии цифровой системы в последние годы в первую десятку вошли США, Великобритания, Дания, Финляндия, Сингапур, Норвегия, Швейцария, Южная Корея и Гонконг. Следует отметить, что Республика Таджикистан с внедрением соответствующих стратегий и программ по внедрению цифровой системы в стране в ближайшее время займет свое место среди стран, развитых в этом направлении.

Для создания устойчивого экономического развития и повышения конкурентоспособности Республики Таджикистан востребовано широкое внедрение использования цифровых технологий, особенно «прорывных». Цифровизация экономики дает возможность разработать и внедрить современную модель экономического роста, привлечь международные инвестиции, изменить существующие и создать современные инновационные производства, обеспечить внутренний рынок и увеличить экспорт.

Национальная стратегия развития Таджикистана предполагает цифровизацию экономики. В наше время цифровизация – важнейший процесс для любого государства. Она содействует ускорению бизнес-процессов, повышению производительности труда, позволяет получать доступ к электронным услугам. По статистике цифровизация способствует росту ВВП до 10-15% в год.

Прежде всего необходимо определиться с понятиями – «цифровая экономика» и «цифровизация»: что является целью, а что – средством реализации этой цели, т.е. решение которой представляет собой одну из первоочередных задач. Бесспорно, что в данной увязке «цифровая экономика» является целью, а «цифровизация» - способ ее реализации, хотя, безусловно, конкретизация задач самой цифровизации превращает ее в цель на более низком, прикладном уровне. Поэтому одним из первоначальных этапов цифровизации является сбор данных.

С нашей точки зрения, цифровую экономику можно охарактеризовать, как совокупность экономических отношений по производству, распределению, потреблению товаров и услуг, основанную преимущественно на использовании информационно-коммуникационных технологий, оцифрованной информации и знаний. В таком понимании сущности цифровой экономики раскрывается экономическое содержание данной формы хозяйствования, структура и ее составляющие элементы.

Таким образом, цифровая экономика – это экономика, базирующаяся на использовании информационно-коммуникационных технологий (например, цифровые услуги, цифровые платформы), охватывающая все сферы жизни общества и ориентированная на более широкие использования оцифрованных данных в организационных процессах (электронная торговля, сетевой бизнес, цифровизация в промышленности) и др.

Пожалуй, основной сферой, где стремятся применять цифровизацию в Таджикистане и других странах, является экономика, которая сегодня постепенно становится «цифровой». То есть все данные обрабатываются цифровыми способами.

Основные проявления цифровой экономики показаны в рис. 1:



Рис.1. Направления цифровой экономики

Трансформация в цифровую экономику позволяет гражданам получать доступ к услугам и товарам быстрее и проще.

Потребительский рынок вновь переживает трансформационные процессы, но теперь эти изменения обусловлены стремительным проникновением в жизнь общества инновационных цифровых технологий, переходом к цифровой экономике и трансформацией модели потребления. Учитывая усиление внимания к цифровым услугам на потребительском рынке, важным становится не только выявление тенденций, но и анализ правового аспекта, а именно наличие и актуальность норм права, позволяющих обеспечить безопасное взаимодействие участников рынка.

Таким образом, Республика Таджикистан для внедрения и адаптации к глобальным вызовам и создание условий для устойчивого развития поставила перед собой цель построения конкурентоспособной экономики, основанной на знаниях и технологиях, что открывает путь для интеграции в мировое цифровое сообщество. Внедрение современных решений в управление, образование, здравоохранение и финансовый сектор не только улучшает качество жизни граждан, но и повышает эффективность государственного управления и бизнеса. Такой подход способствует развитию международного сотрудничества и привлечению инвестиций.

Цифровизация государственного сектора в Таджикистане началась в 2003 году с утверждением первой Государственной стратегии «Информационно-коммуникационные технологии для развития Республики Таджикистан». Эта стратегия заложила основу для внедрения информационно-коммуникационных технологий в деятельность государственных органов и стала фундаментом для дальнейших инициатив.

Процесс создания правовых и стратегических основ цифровизации в Республике Таджикистан прошёл через несколько ключевых этапов, что отражены в ниже приведенной таблице.

Таблица 1. Этапы правовых и стратегических основ цифровизации в Республике Таджикистан

Годы	Законодательные акты	Примечание
2003	Указ Президента Республики Таджикистан №1174 от 5 ноября 2003 года «О государственной стратегии «Информационно-коммуникационных технологий для развития Таджикистана».	Этот документ стал отправной точкой для интеграции цифровых технологий в управление и экономику.
2011	Постановление Правительства Республики Таджикистан №643 от 30 декабря 2011 года «О Концепции формирования электронного правительства».	Она направлена на использование цифровых технологий для повышения эффективности работы государственных органов и оказания государственных услуг.
2019	Постановление Правительства Республики Таджикистан №642 от 30 декабря 2019 г. «О Концепции цифровой экономики».	Документ обозначил приоритетные направления и задачи в области цифровизации экономики страны.
2021	Постановление Правительства Республики Таджикистан №460 от 26 октября 2021 года «Среднесрочная программа развития цифровой экономики на 2021–2025 годы». Указ Президента Республики Таджикистан №147 от 3 апреля 2021 года, «Об Агентстве инноваций и цифровых	Программа развития цифровой экономики на период 2021-2025 О структуре управления, установить численность и финансирование агентства из средств республиканского бюджета

	технологий при Президенте Республики Таджикистан».	
2022	- Постановление №127 от 28 марта 2022 года «О перечне государственных услуг, оказываемых в электронной форме». - Постановление №123 от 28 марта 2022 года «О правилах ведения реестра государственных услуг». - Постановление №124 от 28 марта 2022 года «О правилах оптимизации и автоматизации государственных услуг». - Постановление №126 от 28 марта 2022 года «О правилах взаимодействия Единого контакт-центра по вопросам оказания государственных услуг с центральными и местными органами власти». - Постановление №439 от 31 августа 2022 года «О концепции перехода на цифровое образование в Республике Таджикистан на период до 2042 года».	Утверждены ряд ключевых постановлений в сфере цифровизации в основном в государственном секторе
2023	Постановление Правительства Республики Таджикистан №72 от 2 марта 2023 года	В нем определены перечень государственных услуг, подлежащих оптимизации и автоматизации, с указанием сроков их перевода в электронную форму.
2024	Указ Президента Республики Таджикистан №798 от 27 марта 2024 года «О вопросах Агентства инноваций и цифровых технологий при Президенте Республики Таджикистан»	Внесены изменения в порядок работы Агентства инноваций и цифровых технологий. В приложении к Указу были утверждены «Правила специального режима регулирования в сфере инноваций и цифровых технологий».
2025	Указ Президента Республики Таджикистан №911 от 8 января 2025 года провозглашает 2025-2030 годы «Годами развития цифровой экономики и инноваций»	Это означает, что в эти годы в Таджикистане будет уделено особое внимание развитию цифровой экономики и внедрению инноваций в различные сферы деятельности

Составлено автором

Как мы видим, существует достаточно много различных нормативно-правовых актов, направленных на регулирование цифровой экономики, в частности цифровых услуг на потребительском рынке.

Немного остановимся на роли Концепции цифровой экономики в регулировании цифровизации экономики страны. Оно основывается на Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года 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 достижение приоритетных целей экономического развития республики,

таких как обеспечение энергетической независимости и продовольственной безопасности, выход страны из коммуникационного тупика и превращения ее в транзитную, ускоренную индустриализацию страны и создание новых рабочих мест. Повсеместное внедрение цифровых технологий, в том числе «прорывных» технологий должно стать основой обеспечения устойчивого экономического развития и роста международной конкурентоспособности страны.

Цифровизация экономики позволит создать новую модель экономического роста, привлечь международные инвестиции, дать толчок трансформации существующих и развитию новых видов производства, усилить экспортную ориентацию и в то же время удовлетворить внутренний спрос путем импортозамещения. Концепция направлена на получение цифровых дивидендов в таких критически важных для национального развития вопросах, как создание новых рабочих мест, рост валового внутреннего продукта, трансформация сферы услуг и повышение качества жизни населения.

Глобальные процессы цифровой трансформации постоянно ускоряются, охватывая все новые и новые области человеческой деятельности. Также ускоренными темпами происходит развитие новых «прорывных» технологий, верное применение которых определяет национальную конкурентоспособность в XXI столетии. Наблюдается смена парадигмы цифровой трансформации: если прежде ведущие страны мира рассматривали цифровые преобразования в рамках отдельных отраслей, то сегодня национальные экономики ведущих стран мира целиком переходят на цифровые рельсы. Эта новая парадигма ляжет в основу процесс с цифровизации Республики Таджикистан [1].

Президент Республики Таджикистан подписал Указ о провозглашении 2025-2030 годов "Годами развития цифровой экономики и инноваций". Этот важный шаг направлен на стимулирование цифровой трансформации страны, поддержку инновационных технологий и создание условий для развития высокотехнологичных отраслей экономики. Целью инициативы является внедрение цифровых решений во все сферы жизни, включая бизнес, государственные услуги, образование и здравоохранение. Ожидается, что проект создаст новые рабочие места, усилит конкурентоспособность таджикской экономики и позволит привлечь инвестиции в сферу высоких технологий. В рамках программы планируется модернизация инфраструктуры, повышение уровня цифровой грамотности среди населения и развитие стартапов в области ИТ. Также будет усилена поддержка научных исследований и разработок в области инновационных технологий. Принятый Указ подчеркивает важность укрепления национальной цифровой идентичности и создания инновационной экосистемы для устойчивого развития страны в условиях глобальных технологических изменений [2].

Практически во всех жизненно важных отраслях страны ведется система цифровизации, а также следует отметить преимущества системы оцифровки:

- найти место на мировых рынках;
- повышение производительности труда;
- повышение конкурентоспособности экономики;
- снижение себестоимости продукции;
- создание новых рабочих мест;
- повышение уровня удовлетворения потребностей человека;
- снижение уровня бедности и ликвидация социального неравенства.

В связи с этим необходимо провести мероприятия, которые усилят развитие цифровой системы в стране, так как цифровизация каждой отрасли экономики и страны в целом становится неизбежным явлением. Чтобы цифровая экономика стала реальностью, также необходимо решить следующие задачи:

- повысить уровень цифровой грамотности населения;

- развитие цифровой инфраструктуры;
- подготовка профессиональных специалистов;
- повышать осведомленность населения о цифровые системы путем запуска разъяснительных работ и проведения семинаров по отдельным направлениям.

Цифровой Таджикистан может стать важным источником инноваций, роста и занятости, при условии, что страна будет больше инвестировать в навыки людей, предпринимательскую среду, а также усиливать цифровую инфраструктуру. Стоит отметить, что возможности для развития электронной торговли в Таджикистане растут из года в год. Его развитие позволит нашим национальным производителям открыть новые рынки и найти новых клиентов. Выбирая и действуя на пути развития электронной коммерции, экономика нашей страны станет одним из ведущих мировых представителей в будущем.

Литература

1. Беяцкая, Т.Н. Электронная экономика: генезис и развитие – Saarbrueken: LAP LAMBERT academing Publishing, 2014 – 202 с.
2. Бабкина А.В. Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы. Под редакцией доктора экономических наук, профессора. С. 28.
3. Концепция цифровой экономики в Республике Таджикистан [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://medt.tj/images/news/2019/KCERT.pdf>.
4. Интернет-портал СНГ: пространство интеграции. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://e-cis.info/news/569/124170/>

ТАТБИҚИ ТЕХНОЛОГИЯИ ЗЕҲНИ СУНӢ ДАР ТАӢМИНИ БЕХАТАРИИ МАҲСУЛОТИ ХӢРОКВОРӢ

Холов Махмадризо Хушматович - муаллими калони кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. тел: (+992) 900051455

Мақола ба таъмини беҳатарии маҳсулоти хӯрокворӣ баҳри татбиқи технологияи зеҳни сунӣ бахшида шудааст. Яке аз самтҳои боътимод ва сарвақтии таъмини беҳатарии маҳсулоти хӯрокворӣ дар амалия мавриди истифода қарор додани технологияи зеҳни сунӣ назорат ва сертификакунонии электронии асоси стандартҳои ИСО силсилаи 9000 мебошад.

Калидвожаҳо: маҳсулоти хӯрокворӣ, беҳатарӣ, зеҳни сунӣ, стандарт, технология, талаботҳо, меъёрҳо, сертификат.

Зеҳни сунӣ яке аз наварин кашфиёти асри XXI ба ҳисоб меравад. Он ҳаёти имрӯзаи инсонро тағйир дода, усулҳои кор, омӯзиш ва ҳаёти ҳаррӯзаи моро боз ҳам қуллаи ва осон мегардонад. Зеҳни сунӣ ин илми наварине мебошад, ки ба компютерҳо ва низомҳои қобилияти иҷро кардани вазифаҳои меҳнад, ки қаблан танҳо инсонҳо метавонистанд онҳоро иҷро кунанд [2].

Ба ин вазифаҳо шинохтани садо, акс, матн, қабули қарорҳо ва ҳатто пешгӯии рӯйдодҳо дохил мешаванд. Ҳадафи асосии зеҳни сунӣ ин ба низомҳо омӯзонидани қобилиятҳои “фикр кардан” ва “омӯхтан” аст. Аслан, зеҳни сунӣ ба кам кардани қувваи меҳнат тавассути технология оварда мерасонад. Яъне, кор бештар тавассути технологияи рақамӣ ва компютер идора ва амалӣ мегардад. Ба забони русӣ онро “искусственный интеллект” ва ба забони англисӣ “artificial intelligence” меноманд. Онро ба ибораи дигар “инсон дар дохили компютер” низ меноманд.

Истифодаи технологияи зеҳни сунӣ дар тамоми кишварҳои ҷаҳон аз ҷумла дар Ҷумҳурии Тоҷикистон қариб дар ҳама соҳаҳои фаъолият ба роҳ монда шудааст. Бо мақсади

мустаҳкам намудани неруи зеҳнии ҷомеаи ҷумҳурӣ бо Фармони Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон аз 31 январи соли 2020 №1445 солҳои 2020-2040 бистсолагии омӯзиш ва рушди илмҳои табиатшиносӣ, дақиқ ва риёзӣ эълон гардид.

Қалби бештари хонандагон, донишҷӯён ва дигар кишрҳои ҷомеа ба омӯзиши илмҳои риёзӣ, дақиқ ва табиатшиносӣ, инчунин гузаронидани озмуни «Илм - фуруғи маърифат» тибқи фармони Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 3 феввали соли 2022, № РП-15, ба ташаққули тафакқури техникаи инсон мусоидат менамояд.

Бо ин мақсад дар назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон Шурои илм, маориф ва инноватсия таъсис дода шуд. Ҳадафи аслии таъсиси ин шуро баррасии мушкилот дар соҳаи илму маориф, инноватсия ва мусоидат ба рушди ҷорӣ кардани зеҳни сунъӣ, рақамикунонӣ ва дигар бахшҳои муҳими ҷомеа мебошад.

Дар шароити имрӯза рушди фаъолияти инноватсионӣ дар соҳаи технологияҳои рақамӣ ва ҷорӣ намудани технологияҳои зеҳни сунъӣ шартҳои асосии рақобатпазирии иқтисодӣ мебошанд. Айни замон зеҳни сунъиро дар ҳама соҳаҳои фаъолияти инсон мавриди истифода қарор дода, дар таъмини беҳатарии озӯкаворӣ низ нақши муҳимро мебозад. Зеҳни сунъӣ имконияти баландбардори самаранокро афзун намуда, дар соҳаи саноат, кишоварзӣ ва тичорат ба идораи таъминот ва захираҳо мусоидат менамояд.

Дар Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи беҳатарии маҳсулоти хӯрокворӣ» мафҳуми беҳатарии маҳсулоти хӯрокворӣ мавҷудияти боварии асоснок ба маҳсулоти хӯрокворӣ, ки истеъмоли он дар шароити муқаррарӣ барои саломатӣ зарарнок нест ва ба саломатии наслҳои ҳозираву оянда хатар надорад, муайян карда шудааст[1]. Қонуни мазкур муносибатҳои ҷамъиятиро дар соҳаи таъмини беҳатарии маҳсулоти хӯрокворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон бо мақсади ҳифзи ҳаёту саломатии инсон, манфиатҳои истеъмолкунандагон, олами набототу ҳайвонот ва муҳити зист танзим менамояд.

Маҳсулоти хӯрокворӣ беҳатар ҳисобида мешавад, агар истеъмоли он ҳангоми истифодаи дуруст ва мувофиқ ба саломатии инсон ба таври мустақим ё ғайримустақим зарар нарасонад. Дар мавриди муайян намудани беҳатарии маҳсулоти хӯрокворӣ чунин ҳолатҳо ба инобат гирифта мешаванд[1]:

— риояи талаботи бо ҳуҷҷатҳои меъёрий муқарраршуда дар ҳама марҳилаҳои истеҳсолот ва тақсимот, талабот ба коркард, нигоҳдорӣ ва фурӯш, инчунин талабот ба омодаسازی ва истеъмоли маҳсулоти хӯрокворӣ мувофиқи таъиноти онҳо;

— мавҷудияти иттилоот барои истеъмолкунандагон, аз ҷумла иттилоот дар тамғакоғаз ва мутобикати он бо хусусияти истеҳсолкунанда ё дигар иттилооти дастраси истеъмолкунандагон вобаста ба пешгирии таъсири зарарнок ба саломатии инсон аз навъи мушаххаси маҳсулот.

Зеҳни сунъӣ ба паст намудани хатарҳои алоқаманд ба тағирёбии иқлим, бемориҳои ба парвариши растаниҳо ва ҳайвонҳо таъсиркунанда, инчунин беҳтар кардани назорати сифати маҳсулот кӯмак мекунад.

Аллакай дар амалия истифодаи зеҳни сунъӣ бомуваффақият ба низомҳои идоракунии занҷираи таъминоти озӯкаворӣ, барои беҳтар кардани навъбандии маҳсулоти хӯрокворӣ, назорати гигиенаи шахсии коргарон ва баҳодихии сифати тозакунии таҷҳизот мавриди амал қарор дода шудаанд.

Яке аз барномаҳои пешрафтаи зеҳни сунъӣ аз синтези таҳқиқоти илмӣ ва маълумотҳо барои таҳияи моделҳои қабули қарорҳо оид ба беҳатарии озӯкаворӣ иборат аст, ки дар амалияи

имрӯза истифода мебаранду зудтар корро иҷро мекунанд, камтар ба хатогихо роҳ дода мешавад ва ғаразҳои инсонӣ ҳимоя мекунанд.

Масалан, шабакаҳои нейронҳои сунӣ барои таҳияи низомҳои огоҳкунии пешаки нисбати назорати бехатарии маҳсулоти ҳӯрокворӣ коркард шудаанд, босамар истифода мешаванд.

Дигар барномаҳои зеҳни сунӣ, ки мустақиман ба савдову тиҷорат алоқаманданд, метавонанд дар соҳаи қаллобӣ пайдошавии молҳои қалбакиро дар бозор пешгирӣ намояд.

Инчунин, технологияи зеҳни сунӣ барои ошкор кардани маҳсулоти ҳӯрокворӣ дар муомилот, ки ба қоидаҳо, талаботҳо ва меъёрҳои дар ҳуҷҷатҳои меъёрӣ муқарраршуда мувофиқат намекунанд ва ё ба саломатии аҳоли таҳдид мекунанд, истифода мешаванд[3].

Моделҳои худазнавсозии баҳодихӣ, ки хатарҳои марбут ба тағирёбии таркиби маҳсулоти ҳӯрокворӣ сабаби вайроншавии онҳо мегардад, пешниҳод шудаанд.

Қайд кардан зарур аст, ки истифодаи технологияи зеҳни сунӣ дар соҳаи баҳодихии таваккали пайдошавии хатарҳо дар таъмини бехатарии озӯқаворӣ нақши муҳим мебозад.

Баҳодихии хатари кимиёвӣ нисбати маҳсулоти пайдоиши ҳайвонӣ ба таври анъанавӣ моделҳои гаронарзиши меҳнатталаб ва вақти зиёдро талаб мекунанд. Барои таҳлили кимиёвии маҳсулоти пайдоиши ҳайвонӣ дар ҳайвонҳои зинда таҷриба мегузаронанд, ки барои ноил шудан ба натиҷа моҳу солҳо интизор шудан лозим меояд.

Имкониятҳои усулҳои муосири ҳисоббарорӣ ва математикӣ бо истифода аз ҳаҷми зиёди маълумот имкон медиҳанд, ки моделҳои пешгӯишаванда, бо мақсади ба даст овардани баҳодихии ҳамаҷонибаи хатар, ки дар ниҳоят бояд ба суръатбахшӣ ва самаранокии раванди таҳияи стандартҳои байналмилалӣ бехатарии маҳсулоти ҳӯрокворӣ дар асоси санҷишҳои ҳуҷайраи баландсуръати ва “in vitro”, гомологияи сохтори пайвастагҳои химиявӣ ва реаксияҳои умумии биохимиявӣ мусоидат мекунад. Ибораи in vitro (аз латинӣ – «дар шиша») истилоҳ ва усули гузаронидани таҷрибаҳост, ки ҳангоми гузаронидани таҷрибаҳо «дар пробирка» - дар шароити сунӣ, берун аз бадан ё муҳити табиӣ гузаронида мешаванд[4].

Потенсиали зеҳни сунӣ дар соҳаи баҳодихии хатари микробҳо ҳанӯз камтар инкишоф ёфтааст, аммо пешрафт дар ин соҳа ба назар мерасад.

Баҳодихии бозътимоди таваккали хатарҳо барои муқаррар кардани талаботҳо, меъёрҳо ва қоидаҳоро дар таҳияи стандартҳо бо ёрии зеҳни сунӣ беҳтар кардан мумкин аст.

Дар сатҳи байналмилалӣ як қатор стандартҳо ва ва ҳуҷҷатҳои меъёрие мавҷуданд, ки бехатарӣ ва сифати маҳсулоти ҳӯроквориро бо ёрии зеҳни сунӣ танзим мекунанд. Масалан, дар саноати истеҳсоли маҳсулоти ҳӯрокворӣ дастгоҳҳои дозатор насб шудааст, ки агар миқдори маснуоти истеҳсоли ба меъёрҳои дар дастурамал (ретсепт) мувофиқ набошад, дастгоҳ бо таври автоматӣ кори худро қатъ мекунад. Дар байни маъруфтаринҳо стандарти ISO/IEC JTC 1/SC 42 ба ҳисоб меравад. Ин стандартест, ки ба самти баҳодихӣ ва коркарди технологияи зеҳни сунӣ оид ба таъмини бехатарӣ равона карда шудааст.

ISO 9001 стандартест, ки талаботро барои идоракунии сифат муайян намуда, кӯмак мекунад, ки маҳсулот бозътимод бошад ва ба интизориҳои муштарӣ ҷавобгӯ бошанд.

ISO/IEC 27001 – ҳифзи маълумот ва махфият мебошад. Он барои кор бо маълумоти ҳассос, ки зеҳни сунӣ метавонад коркард кунад, муҳим аст.

Ин стандартҳо асоси сертификаткунонии маҳсулот буда, барои муқаррар намудани талаботи баланди бехатарӣ ва кам кардани хатарҳо мусоидат мекунанд.

Ҳамин тариқ, раванди сертификатсия метавонад вобаста ба соҳае, ки маҳсулот дар асоси зеҳни сунӣ ба нақша гирифта шудааст, ба таври назаррас фарқ кунад.

Масалан, барои ҳалли мушкилоти тиббӣ ва маҳсулоти хӯрокворӣ талаботҳо ба дақиқӣ ва эътимоднокӣ хеле баланд аст, зеро ҳатогии алгоритм метавонад ба ҳаёт ва саломатии инсон таъсир бад расонад..

Адабиёт

1. Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи бахатарии маҳсулоти хӯрокворӣ». (Қонуни ҚТ аз 23.12.2021 № 1827, аз 08.06.2022 № 1882)
2. Алейникова, Д. В. К проблеме общения человека с искусственным интеллектом / Д. В. Алейникова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. – 2023. – Вып. 3 (848). – С. 9-15. – URL:
3. Аммуни Бишкис Сознание человека и искусственный интеллект машин / Аммуни Бишкис // Научный журнал. – 2022. – № 2 (64). – С. 31-39. – URL:
4. Баканов, Б. А. Нейросети и брендинг. Искусственный интеллект как тест на человечность / Б. А. Баканов // Бренд-менеджмент. – 2023. – № 3. – С.170-177. – URL:
5. <https://trends.rbc.ru>.
6. <https://cyberleninka.ru>.

БОРЧОМА ҲАМЧУН УНСУРИ МУҲИМИ СИЁСАТИ ТИҶОРАТИИ КОРХОНА

Асоева Манучихра Саломовна - муаллими калони кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон.

Тел: +992 000032925

Дар мақола муаллиф борҷомаро ҳамчун унсурҳои муҳими сиёсати тиҷорати корхона мавриди омӯзиш ва таҳқиқ қарор додааст. Муаллиф қайд менамояд, ки борҷома дар омодазоеи мол, намуди зохирии он, ҳамлу нақл ва афзоиши фурӯши мол нақши муҳимро бозида, яке аз воситаҳои таъсиррасон ба талаботи харидорӣ истеъмолкунанда мебошад. Борҷома барои нигоҳ доштани сифати маҳсулоти хӯрокворӣ хизмат карда, барои коркард ва осон намудани интиқоли маҳсулот истифода бурда мешавад. Бе борҷома пешбурди молро тасаввур кардан ғайриимкон аст. Борҷома барои муайян кардани намуди маҳсулот кӯмак намуда, шинохти маҳсулотро осон мегардонад.

Вожаҳои калидӣ: борҷома, боркутӣ, маҳсулоти хӯрокворӣ, бехатарӣ, хизматрасонӣ, талаботҳои эстетикӣ, талаботҳои техникӣ, дизайн.

Борҷома яке аз муҳимтарин унсурҳои коммуникатсияи маркетингӣ - воситаи маълумот дар бораи маҳсулот ба аудиторияи мақсаднок мебошад, ки тавассути он истеҳсолкунанда бо истеъмолкунанда иртибот пайдо мекунад. Пеш аз ҳама, борҷома ҳамчун муайянкунандаи бренди маҳсулот нақши муҳим мебозад, зеро он ба маҳсулот ранг ва шакли зарурии медиҳад, вақте ки ҳуди маҳсулот аксар вақт ин корро карда наметавонад.

Эҷоди борҷомаи беназир ба истеҳсолкунанда имкон медиҳад, ки маҳсулотро аз маҳсулоти монанд фарқ карда, онро қобили шиноختан ва фаромӯшнашаванда гардонад.

Борҷома – таҳия ва истеҳсоли зарф ё чилд барои маҳсулот буда, яке аз воситаҳои самараноки маркетинг мебошад, ки ба он омилҳои зерин мусоидат мекунад:

- ✓ худхизматрасонӣ дар савдо;
- ✓ афзоиши сарвати истеъмолӣ;
- ✓ симои ширкат ва имиджи бренд;
- ✓ имконияти навоарӣ;
- ✓ бастаи нав, ки бехатариро таъмин мекунад.

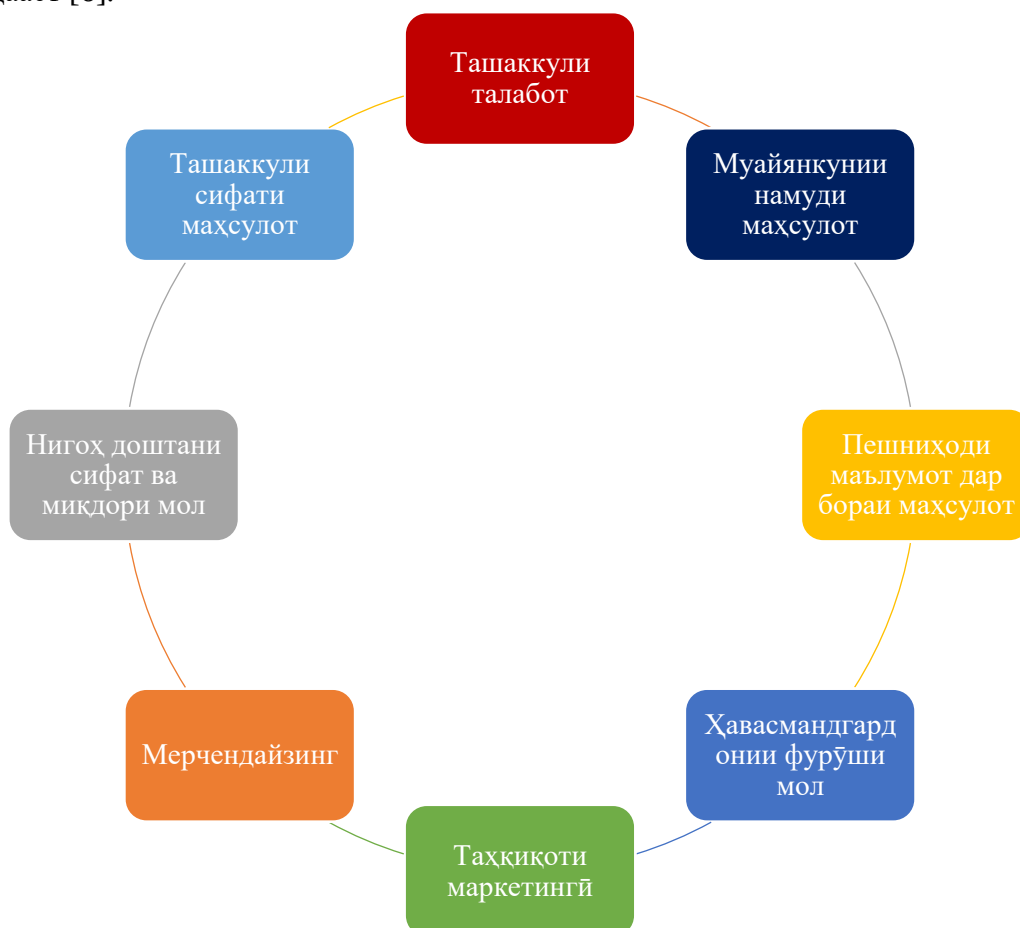
Борчома қариб барои ҳама маҳсулот истифода бурда мешавад. Ҳатто агар чизе бидуни он фурӯхта шавад, масалан, сабзавот ё либос, куттиҳо, ва дигар контейнерҳо барои ба мағоза овардан истифода мешаванд. Баъзан чизеро бе борпеч фурӯхтан мумкин нест. Масалан, маҳсулоти моеъ ё молҳои бисёркомпонентӣ.

Борчома барои нигоҳ доштани сифати маҳсулоти хӯрокворӣ хизмат карда, барои коркард ва осон намудани интиқоли маҳсулот истифода бурда мешавад. Бе борчома пешбурди молро тасаввур кардан ғайриимкон аст. Борчома барои муайян кардани намуди маҳсулот кӯмак намуда, шинохти маҳсулотро осон мегардонад. Он барои ташаккул ва мустаҳкам намудани хусусиятҳои фарқкунандаи маҳсулот кӯмак намуда, унсури ҷудонашавандаи бренд мебошад. Дар бозори имрӯза истеъмолкунанда пайваста ба реклама дучор мешавад. Мавҷудияти борчомаи бенуқсонӣ маҳсулот ба фурӯш бевосита таъсир мерасонад.

Борчома восита ё маҷмӯи воситаҳост, ки ҳифзи маҳсулотро аз вайроншавӣ ва талафот, муҳити зист аз ифлосшавӣ эмин нигоҳ дошта, инчунин раванди муомилоти маҳсулотро таъмин менамояд [5].

Он як раванди технологиест, ки аз тайёр кардани маҳсулот барои интиқол, нигоҳдорӣ, фурӯш ва истеъмол, бо истифода аз воситаҳои борчомасозӣ иборат аст.

Айни замон, борчома доираи васеи вазифахоро иҷро мекунад, ки дар расми 1. нишон дода шудааст [6].



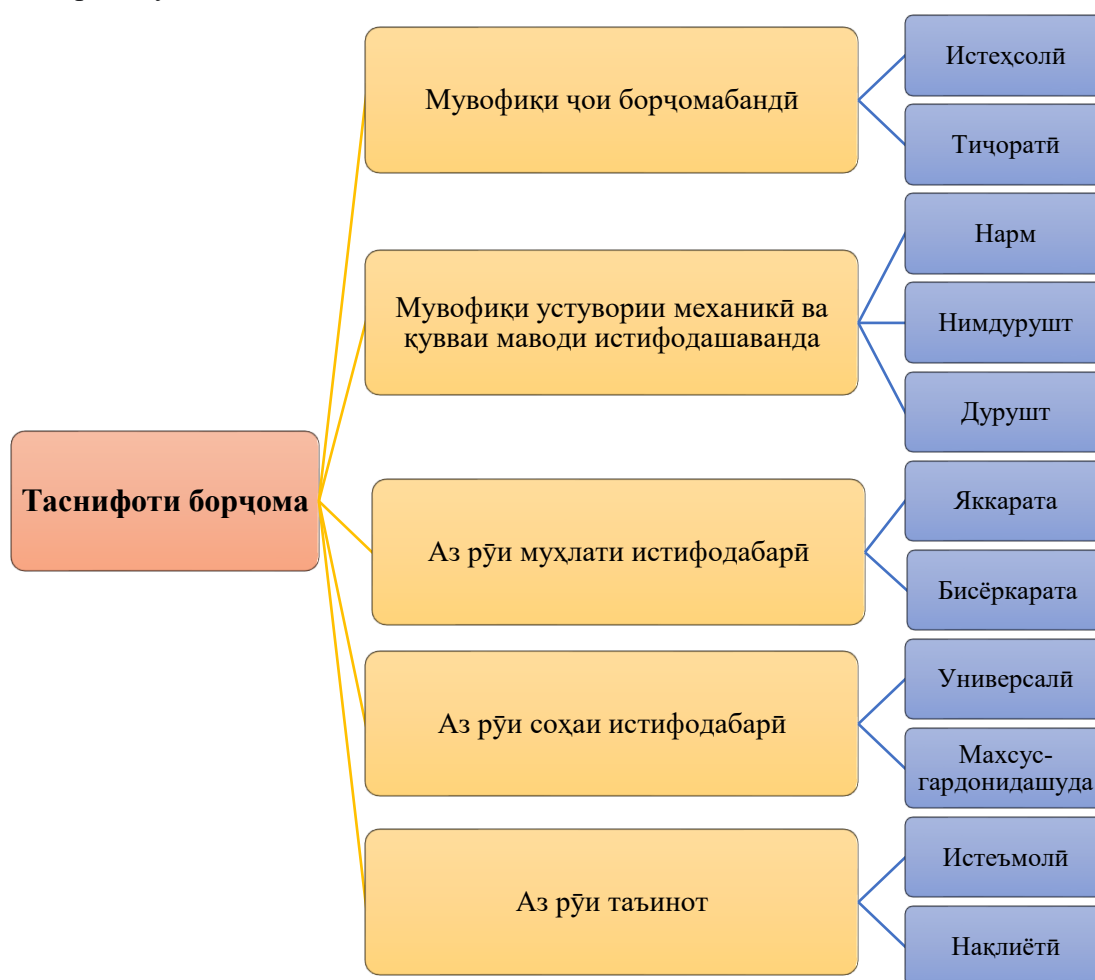
Расми 1. Вазифаҳои асосии борчома

Талаботи борчома аз ҷониби истеҳсолкунандагони маҳсулот, ташкилотҳои нақлиётӣ ва нигоҳдорӣ, Агентии стандартизатсия, метрология, сертификатсия ва нозироти савдои назди Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон бо иштироки Хадамоти санитария-эпидемиологӣ, Вазорати тандурустӣ ва ҳифзи иҷтимоии аҳолии Ҷумҳурии Тоҷикистон муқаррар карда мешавад.

Дар стандартҳои маҳсулот, стандартҳои махсуси борҷомаи намудҳои алоҳидаи маҳсулот муқаррар карда мешавад. Шартҳои техникий истеҳсоли масолеҳи борҷома ва бастабандӣ, беҳатарии мол барои ҳаёт, саломатӣ, амволи истеъмолкунанда ва муҳити зист ҳангоми истифода, ниғаҳдорӣ, интиқол ва нобудкунии он, инчунин беҳатарии чараёни иҷрои кор (хизматрасонӣ) вобастагӣ дорад [3].

Дар дастурҳо, стандартҳо оид ба муайян кардани нишондиҳандаҳои гигиенӣ ва микробиологӣ маводи борҷома ва зарфҳо, шартномаҳо ва созишномаҳо оид ба таҳвили маҳсулот, Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон “Дар бораи ҳимояи ҳуқуқҳои истеъмолкунандагон” муқаррар ва ба танзим мебарорад.

Мафҳуми борҷома хеле васеъ буда, намудҳои зиёди таснифотро дар бар мегирад, ки дар расми 2. оварда шудаанд [1].



Расми 2. Таснифоти намудҳои борҷома

Маҷмӯи талаботро барои борҷомабандиро ба се гурӯҳ тақсим кардан мумкин аст: асосӣ, иловагӣ ва маркетингӣ [1].

Талаботи асосӣ барои борҷомасозӣ ин беҳатарӣ, муҳити зист, эътимодноӣ, мутобиқат, самаранокӣ иқтисодӣ ва ивазшавандагӣ мебошад [6].

Ҳоло дар Аврупо тамоюли асосӣ гузариш аз маҳсулоти беборҷома ба борҷомадор мебошад. Ин сегменти бозор ҳамасола дар ҷаҳон афзоиш меёбад.

Яке аз мақсадҳои муҳимтарини борҷома, ки нигоҳ доштани миқдор ва сифати маҳсулоти истеҳсолшуда, таъмини қуллай барои бор кардан, борфарорӣ, интиҳоби намудҳои нақлиёт, баланд бардоштани самаранокӣ ва осон намудани кори вобаста ба нигоҳ доштани пардохтҳо

дар анборҳо, осон кардани шароити меҳнат ва беҳтар намудани нишондиҳандаҳои савдо ба ҳисоб меравад [4].

Дар рушди борчوماбандии хӯрокворӣ, ширкатҳо ба саломатии инсон, қобили истифода ва фардикунонии борочма диққат медиҳанд. Барои ин борчوماбандии ба истилоҳ “доно” таҳия карда мешавад. Масалан, дар асоси биополимерҳо ё банду баст таҳти шиори “Пирии беғам” барои нигоҳ доштани дарозумрии фаъоли одамони калонсол.

Аз ин лиҳоз, аллакай дар супермаркет шумо метавонед фавран хӯроки нисфирӯзиро дар чунин борчома бихаред, ба шумо танҳо лозим аст, ки онро дар печ гарм кунед. Ё борочма метавонад маҳсулоти ширӣ ва ғалладонагӣ дошта бошад, ки бо қисмат чудо карда шудааст, агар бутунии онҳо вайрон карда шавад, ин ҷузъҳоро омехта карда, маҳсулоти тайёр ба даст меоранд. Маҳсулоти болаззат ва серғизо метавонад дар борчомаи куллай бастабандӣ карда шавад ва он ҳамчун ғизо “дар роҳ” ҷойгир карда шудааст, ки дар замони мо хеле маъмул аст.



Расми 3. Талаботҳои асосӣ барои борчома

Борчомаи маҳсулоти хӯрокворӣ якчанд мақсадҳоро иҷро мекунад ва имкон медиҳад, ки он ба масофаи дур бехатар интиқол дода шавад ва барои муддати тӯлонӣ нигоҳ дошта шавад. Барои истеҳсолкунандагон муҳим аст, ки мувозинат байни масъалаҳои бехатарӣ ва дигар омилҳо, ба монанди хароҷот ва риояи муносибати экологӣ риоя карда шавад. Бисёре аз

истеъмолкунандагон ба масъалаҳои экологии марбут ба технологияи борочмасозӣ диққати ҷиддӣ медиҳанд [4].

Мақсади асосии борчомаҳои маҳсулоти хӯрокворӣ аз он иборат аст, ки ғизо маъна ва моддаҳои ғизонокии худро нигоҳ дорад. Баъзе аз ҳадафҳои дуҷумдараҷаи борчома нигоҳдорӣ, роҳат ва зидди қалбакиро дар бар мегиранд. Маводҳои самаранок табиати химиявӣ, биологӣ ва физикии маҳсулотро нигоҳ медоранд. Борчома бояд тавре тарҳрезӣ шавад, ки газҳо ба монанди оксиген, инчунин рутубат ё рӯшноӣ ба ғизо тамос нагиранд.

Зарфҳои хӯрокворӣ ба нигоҳ доштани сифати ғизо мусоидат мекунанд, то он вайрон нашавад. Таҳқиқотҳо нишон медиҳанд, ки фоидаи бештари ғизои тару тоза нисбат ба ғизои борочмашуда ба партов меравад. Шиша ва металл метавонад монеаи қавӣ бар зидди кимиёвии реактивӣ таъмин намояд. Баъзе ашёҳои борчомабандӣ, ба монанди сарпӯшҳои шиша, барои тобовар будан тарҳрезӣ шудаанд.

Сифати хӯрок бояд на танҳо нигоҳ дошта шавад, балки борпеч ҳам сифати хӯрокро беҳтар намояд. Бастаи герметикӣ барои нигоҳ доштани хосиятҳои тичоратии ғизо зарур аст. Дар ниҳоят, борчома метавонад муҳлати нигоҳдории маҳсулотро дароз кунад, ҳамон қадар беҳтар аст.

Мақсади дигари муҳими борчома он аст, ки он ба истеъмолкунандагон дар бораи маҳсулот маълумоти зиёд медиҳад. Борчома тасвири маҳсулотест, ки дар зехни мардум боқӣ мемонад. Ин аст, ки дар аввал диққати харидорони мағозаро ба худ ҷалб мекунанд. Омилҳое, ки ба таъсири визуалии борчома таъсир мерасонанд, шакл, андоза ва рангро дар бар мегиранд. Маълумот дар борчома маълумоти муҳимро ба монанди мундариҷа ва иттилооти тамос интиқол медиҳад.

Аз сабаби дастрасии беиҷозат ба ғизо ва дору, борчомаҳои махсус барои ҳифзи иловагӣ истифода мешавад, то бастаҳо дар мағозаҳо осеб набинанд. Мушкilotи ошкоршуда, ки одатан аз маводи иловагии борочма иборат аст, метавонад сарпӯши шишаро дар бар гирад. Як муҳри гармидиҳӣ, ки ҳангоми кушодан рангро тағир медиҳад, намунаи хусусияти иловагии борчома мебошад.

Сабаби асосии дар борчома васеъ истифода шудани пластмасса дар он аст, ки мавод моеъ ва тағйирёбанда аст. Пластмассаҳо метавонанд шаклҳои гуногунро аз варақҳо то сохторҳо гиранд, ки ба чандирии тарроҳӣ имкон медиҳанд. Сабабҳои дигари маъруфияти пластикӣ аз он иборат аст, ки онҳо аз ҷиҳати кимиёвӣ тобовар, арзон ва сабук мебошанд. Ба туфайли устувории худ, пластика барои дароз кардани муҳлати нигоҳдорӣ кӯмак мекунанд.

Асоси саноати хӯрокворӣ зиёда аз 30 соҳаи саноатро дар бар мегирад, ҳол он ки аз ҷиҳати иҷтимоӣ озукавории муҳим, истеҳсоли гӯшт, шир, қанд, нонпазӣ, орд ва ярма, равған ва соҳаҳои саноат мебошад [3].

Борчома ғайр аз муҳофизат нақши зиёде дорад. Ин ҳамон чизест, ки аксари истеъмолкунандагон дар аввал ҳангоми харид мебинанд, аз ин рӯ фурӯшандагон кӯшиш мекунанд, ки роҳҳои инноватсионӣ барои аз рақобат фарқ кардани борчома пайдо кунанд. Борчома бояд ҳам ба беҳатари маҳсулот ва ҳам ба рақобатпазирии он мусоидат кунад.

Омилҳое, ки ба сифати маҳсулот таъсир мерасонанд, ба омилҳое тақсим мешаванд, ки сифатро ташаккул медиҳанд ва омилҳое, ки сифатро нигоҳ медоранд. Ташаккули сифат - тарҳрезӣ ва таҳияи маҳсулот, ашёи хом, технологияи истеҳсолот, ҳолати ҳуҷҷатҳои меъёрӣ мебошад.

Ҳангоми тарҳрезӣ ва таҳияи маҳсулот талабот ба хусусиятҳои миқдорӣ ва сифатӣ муайян карда мешавад. Ин талабот дар асоси таҳқиқоти бозор муқаррар карда мешаванд, ки натиҷаи

ниҳони он муайян кардани дархостҳои истеъмолкунандагон барои сатҳи сифат ва хусусиятҳои қобили қабули миқдорӣ мебошад ва натиҷа, маркетинг ва фурӯши мол аз он вобаста аст, ки хусусиятҳо то чӣ андоза дуруст муайян карда шуда, инъикос ёфтааст. Ин омил барои ҳамаи дигар омилҳои ташаккулдиҳанда ҳалкунанда аст.

Ашъи хом маводҳои гуногуне мебошанд, ки барои истеҳсоли молҳо истифода мешаванд.

Сифати маҳсулоти тайёр бештар ба хосият, таркиб, сифати ашъи хом вобаста аст. Бо чен кардани таркиби ашъи хом шумо метавонед маҳсулоти дорой хосиятҳои заруриро ба даст оред.

Дар натиҷаи ин таъсирҳо дигаргуниҳои гуногун ба амал меоянд.

Номгӯи хосиятҳои истеъмолӣ ва нишондиҳандаҳои сифат инҳо мебошанд:

1. Вобаста ба миқдори хосиятҳои таснифот: ягона - як хосияти маҳсулот; мураккаб - ифодаи якчанд хосиятҳои ягонаи мол.

2. Вобаста ба мақсад: асосӣ - барои баҳодихии муқоисавӣ асос гирифта мешаванд, муайян кардан - дар баҳодихии сифати маҳсулот аҳамияти ҳалкунанда доранд.

Омилҳои асосие, ки бояд ҳангоми истеҳсол ва истифодаи борҷомабандӣ дар бозор ба назар гирифта шаванд: [1].

➤ Мутобикати андозаи борҷомаҳо ба талаботи истеъмолкунандагони кишварҳои алоҳида;

➤ Мавҷудияти урфу одатҳои маҳаллӣ оид ба тарҳрезии борҷомабандӣ;

➤ Талаботи қонунӣ дар соҳаи бастабандӣ;

➤ Зарурати мутобик кардани арзиши борҷомабандӣ бо қобилияти харидории истеъмолкунандагони мол;

➤ Ба мақсад мувофиқ будани эътирофи мол аз ҷониби харидорони эҳтимолии он;

➤ Қобилияти дарк кардани борҷомаи мол аз ҳисоби сатҳи маърифатӣ ва фарҳангии истеъмолкунандагон.



Расми 4. Талаботҳои асосӣ барои борҷомабандӣ

Барои мукамалгардонии борҷомаҳои маҳсулоти хӯрокворӣ корхонаҳои истеҳсолкунанда бояд чорабиниҳои зеринро амалӣ намоянд:

✓ Барои истеҳсоли борҷомаҳои маҳсулоти хӯрокворӣ технологияи муосири инноватсиониро ҷорӣ намоянд;

✓ Ҷорӣ намудани идеяҳои наоварона аз тарафи коллектив барои такмил додани низоми истеҳсоли маҳсулоти хӯроквории корхона;

✓ Кам кардани хароҷотҳо барои истеҳсоли борҷома;

✓ Зебо ва диққатҷалбкунанда сохтани дизайни борҷома;

✓ Риояи талаботҳои эстетикӣ ва экологии борҷома;

✓ Зиёд намудани намунаҳои борҷомаҳои маҳсулоти корхона;

✓ Зиёд кардани ҳаҷми истеҳсоли маҳсулоти корхона;

✓ Рекламаи самаранок ва баланд бардоштани имиджи корхона дар асоси дизайни зебои борҷома;

✓ Ташаққули робита бо ҷомеа (PR);

✓ Ҷорӣ намудани низоми тахфифҳо дар корхона.

Ҳамин тариқ, борҷома ҳамчун унсурҳои муҳими сиёсати тичоратии корхона дорои тамоми хосиятҳои зарурӣ буда, маҳсулотро аз таъсири механикӣ, физикӣ, химиявӣ, иқлимӣ, биологӣ ҳифз мекунад ва аз меъёрҳои муқарраргардида тағйир ёфтани маҳсулотро пешгирӣ мекунад. Он ба қонеъ гардондани талаботи истеъмолкунанда аз рӯи дараҷаи тайёр будани маҳсулот ба истеъмол, осонии истеъмол, имконияти интиқол, содда ва эътимоднокии кушодан ва бастан ба баста нигаронида шудааст.

Адабиёт

1. Абдурахмон Ҳ., Асоева М.С. // Нақши борҷома дар баланд бардоштани сифати маҳсулоти хӯрокворӣ. Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. Душанбе, 2023. №2 (46).

2. Г. В. Ларионов // Упаковка как фактор повышения конкурентоспособности предпринимательских структур // Российское предпринимательство. 2007. №12. URL: <https://cyberleninka.ru>.

3. Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон “Дар бораи ҳимояи ҳуқуқи истеъмолкунандагон” (Ахбори Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон, с. 2004, №12, Боби 1, моддаи 1.).

3. Л. М. Аксенова // Основные направления повышения конкурентоспособности продуктов питания. Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК - продукты здорового питания, № 1, 2013. <https://cyberleninka.ru>.

4. Роль, материалы и экологические проблемы упаковки пищевых продуктов. <https://www.desjardin.fr/ru>.

5. С.А. Богатырев// Тара и упаковка для продовольственных товаров: краткий курс лекций. – Саратов, 2017. Стр 4.

6. Черник Н.Ю // Товарная политика предприятия: учеб. пособие / Н.Ю. Черник. – Минск: БГЭУ, 2004. Стр. 48.

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДОВ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

Саъдуллоева Нилуфар Саъдуллоевна – младший научный сотрудник НАНТ

В статье рассмотрены теоретические и практические основы формирования финансов домашних хозяйств в Республике Таджикистан. Определены роль и значение финансов домашних хозяйств в условиях новых экономических отношений. Проанализирована современная система доходов и расходов домашних хозяйств в Республике Таджикистан в 2012-2023 годах. Представлены направления и пути совершенствования финансов домашних хозяйств в Республике Таджикистан.

Ключевые слова: финансы, домашнее хозяйство, заработная плата, социальное страхование, пенсия, виды пенсий.

Опыт развития некоторых стран мирового сообщества обосновал актуальность и результативность рыночной экономики. После развала СССР все страны СНГ выбрали стратегию перехода от планов к рыночной экономике, соответственно, на новый тип производственных отношений. Реформирование экономики и переход на рыночные отношения во всех странах трансформационного периода, в том числе в Таджикистане, предопределяет необходимость решения ряда первоочередных задач. К числу таких задач можно отнести следующие:

- приоритет запросов потребителя для производства продукции соответствующего объема и ассортимента;
- предоставление экономической свободы населения страны;
- создание соответствующих условий для стимулирования трудолюбия, творчества;
- повышение экономической активности и жизненного уровня населения;
- повышение производительности труда для достижения высокого экономического роста и во всех секторах национального хозяйства;
- образование социально-ориентированной экономики.

После получения независимости и перехода к рыночному механизму в Республике Таджикистан основой срывов и нестабильности в проведении социальной политики страны был кризисный период в экономике. Решение многих насущных социально-экономических проблем общества были затруднены вследствие кризисного экономического положения субъектов всего народного комплекса страны. Отсюда, сложилась тяжелая ситуация в социальном секторе страны. Проблемы жизни населения были очень глубоки и охватывали почти всякую жизнь членов таджикского общества. В зарубежных странах, вопросы роста доходов или поддержания нормативного уровня жизни населения имеют приоритет в качестве стратегической ориентации государства.

Состояние экономики стран с развитой рыночной экономикой позволяет решить насущные проблемы социальной политики, так как отработаны и достаточно широко используются соответствующие меры по решению социальных проблем населения. Так по наблюдаемым в последние годы в США, Японии, странах Западной Европы возможным опасениям снижения доходов и ухудшения условий жизни сразу на всех уровнях экономики, начиная от отдельных экономических субъектов до государственных органов, предпринимаются меры по их урегулированию и уменьшению. В отличие от Западной Европы, в странах, находящихся в условиях переходного периода к рыночным механизмам и

методам хозяйствования, фиксировались снижения доходов населения и снижение уровня жизни, особенно на начальном этапе.

Рассмотрим состояние проведения социальной политики в Республике Таджикистан. Исследования темпов роста национальной экономики показывают, что, если, начиная с 2000 года, хотя и наметились позитивные тенденции в повышении доходов и улучшения жизни населения, в социальной сфере имеет место ряд проблем, требующие безотлагательного решения. К наиболее важным относятся такие как, отставание в нормах потребления продуктов питания; небольшой уровень оплаты за труд и производства ВВП на душу населения; небольшой рейтинг, как международный уровень человеческого развития, существующие проблемы в затруднении допуска значительной части населения к качественному образованию и медицины.

Для вопросов социальной политики, правительством страны приняты важные нормативные акты, которые привнесли значительный вклад в решение многих социальных вопросов нашей страны. Эти подобные документы «Национальная стратегия бедности на период до 2015 года», «Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2015» года, «Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года», Законы Республики Таджикистан «Об индексации доходов населения с учетом роста цен на потребительские товары и услуги», «О социальном обслуживании», а также «О государственных социальных стандартах» (2009, 2013) и «О прожиточном минимуме» (2009).

Многие тезисы перечисленных документов нашли практическую реализацию, и, конечно, в последний период времени, способствовали росту доходов населения и повышению жизненного уровня населения страны. Тем не менее, важно отметить, что предусмотренные в них мероприятия реализованы не целиком. В частности, в Законе Республики Таджикистан «О государственных социальных стандартах» дополненном в 2013 году, в области оплаты труда было предусмотрено «установление минимального размера заработной платы в пределах прожиточного минимума; нормативов и порядка оплаты труда работников бюджетной сферы; порядка индексации заработной платы в случае превышения определённого уровня инфляции и задержания заработной платы; порядок оплаты сверхурочных работ, работы в выходные и праздничные дни» но осуществление данных задач в республике пока достойных успехов не дала [1] (табл. 1).

Таблица 1. Минимальная заработная плата и ее величина в фактическом и нормативном уровне потребления продуктов питания в экономике Таджикистана*

Показатели	2019	2020	2021	2022
Минимальный размер заработной платы в месяц (сомони)	320	350	480	480
Минимальный размер заработной платы в % к уровню нормы питания	38,3	31,1	73,3	78,5
Минимальный размер заработной платы в % к фактическому потреблению	74,4	66,1	145,3	154,6

***Источник:** рассчитано автором на основе данных - Таджикистан в цифрах. - Душанбе: АСПРТ, 2023. - С. 20.

Исследования показывают, что установленный минимальный размер оплаты за труд в экономике Таджикистана чрезмерно невелик как в абсолютном измерении, так и по касательству к величине недействительного и нормативного значения потребления продуктов питания. В 2019г. минимальный размер оплаты труда в стране был 320 сомони и составлял к уровню фактического потребления продуктов питания согласно 37,9 % и 18,7 %. В исследуемом периоде искомые показатели составили, согласно, 78,5 % и 54,6 %, что

охарактеризует положительные сдвиги в величине потребления продуктов питания, хотя пока и далеки от определенных нормативов.

Анализ использования минимального уровня оплаты труда в нашей стране позволяет сделать вывод, что в национальной экономике, этот параметр наиболее удачно используется при определении становления размеров штрафов в эпизоде допущения административных правонарушений. Иначе говоря, этот параметр применяется как административный ресурс нажима на население. Здесь следует обратить внимание, что на текущем этапе развития страны, когда достигнута политическая стабильность и фиксируются видимые экономические успехи, минимальный размер оплаты труда обязан осуществлять функцию как инструмента социальной политики государства, который снабжает хотя бы минимально определенные обстоятельства жизнедеятельности наименее уязвимых слоев населения. Этот подход, когда ориентиром минимального уровня оплаты труда является прожиточный минимум, наименее уязвимые группы населения смогут получать соответствующие пособия, как прибавку к их доходам. Это принесет видимый вклад и в решение вопросов уменьшения бедности в обществе. В эпизоде, когда доходы находятся ниже определенного прожиточного минимума, но больше величины минимальной оплаты труда, трудно ожидать заметных положительных сдвигов в росте доходов, повышении уровня и качества жизни. Напротив, он будет замедляющим элементом для неизменного увеличения экономики республики. Подобным образом, в социальной политике решение вопроса по установлению наилучшего минимального размера оплаты труда, может быть эффективным государственный механизм по управлению доходами и уровнем жизни населения на перспективу.

В обстоятельствах перехода к рыночному механизму хозяйствования, свойственная экономике Республики Таджикистан, разрабатываемая государством стратегия проведения социальной политики, должна быть устремлена на улучшение механизма государственного стимулирования деятельности всех субъектов экономики страны, в частности промышленности, сельского хозяйства, предпринимательства и домохозяйств в аспекте улучшения качества трудовых ресурсов. Тут целевыми направлениями считаются:

- обеспечение социальной справедливости для всех категорий населения;
- решение проблем сокращения бедности;
- повышение среднего слоя населения и упрочение их позиций, как стабилизирующего класса;
- обеспечение здоровья нации, в особенности подрастающего поколения, на основе высококачественного медицинского обслуживания, в соответствии с мировыми стандартами;
- повышение интеллектуального потенциала народа, посредством предоставления соответствующих условий для получения образования, на принципе «образование через всю жизнь»;
- воспитание достойных кадров для нужд народного хозяйства страны.

В экономической науке и практической деятельности показано, что регулирование социальными процессами в макроэкономическом масштабе в основном является функцией и предназначением государства. Наиболее важные функции являются, прежде всего, следующие:

- организация необходимых условий для производства и перераспределения социально значимых товаров и услуг;
- бюджетное финансирование объектов социальной инфраструктуры;

- снабжение доступности всех форм образовательных и медицинских услуг для населения.

В решении отмеченных задач в рыночных отношениях и определении наилучших отношений и скоординированных взаимодействий между государством, предпринимательскими структурами и домохозяйствами в направлении роста доходов и уровня качества жизни населения в стране имеет большую значимость.

Реализация вышеперечисленных мероприятий, направленных на укрепление экономического потенциала страны, станет основой для повышения роста доходов и повышения уровня жизни населения посредством выполнения следующих условий:

- снижение интенсивности на рынке труда и обеспечение занятости трудовых ресурсов, молодежи и женщин;

- совершенствование качества трудовых ресурсов, так как персонал, занятый в производстве, должен соответствовать нынешним требованиям техники;

- стимулирование предстоящего поколения в стремлении к приобретению образования и изучения новейших прогрессивных технологий;

- повышение уровня занятости населения, что также будет содействовать росту доходов и увеличению уровня жизни;

- увеличение объемов финансовых средств, направляемых в государственные фонды, роста потенциала государства в части финансирования социальной политики государства и повышение социальных гарантий для наименее защищённых слоев населения.

Таким образом, нами выявлено, что кроме государственной поддержки по повышению доходов и уровня жизни населения, существует и еще другой путь повышения доходов - это правильно проведенное эффективная экономическая политика государства, т.е. повышения уровня предпринимательства и предпринимательской деятельности, инновации в экономической жизни, улучшения занятости направленной на уменьшение бедности и наконец, создание новых рабочих мест.

Литература

1. Анисимова Г.В., Воейков М.И. Политическая экономия равенства и неравенства [Текст]/ Г. В. Анисимова, М.И. Воейков. - М.: Ин-т экономики, 2016 - 47 с.
2. Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года, [Текст] [Электронный ресурс] // URL: [http:// tajikngo.tj/ru](http://tajikngo.tj/ru). Режим доступа: tajikngo.tj/ru.
3. Таджикистан в цифрах [Текст]: - Душанбе: АСПРТ, 2023. - 20 с.

ТАШАККУЛИ ИҚТИСОДИ РАҚАМӢ ВА ХИЗМАТРАСОНИҲОИ ЭЛЕКТРОНӢ

Холиқова Парвина - унвонҷӯи кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон.

Рушд ва табдил додани иқтидори кадрӣ кишвар дар шароити рақамикунонии иқтисод яке аз масъалаҳои муҳим мебошад. Ташаккули иқтисоди рақамӣ дар шароити табиӣ рушди иқтисодӣ муҳим мебошад, аз ин рӯ, масъалаи табдил додани захираҳои инсонӣ ба инсонӣ рақамӣ ва рушди иқтисоди кадрӣ он аҳамияти калон пайдо мекунад. Ин дигаргунӣ ибтидо ва сабаби ислоҳот дар бозори меҳнат мебошанд.

Вожаҳои калидӣ: бозор, хизматрасонӣ, иқтисоди рақамӣ, такмили кадрҳо, самаранокӣ, кормандон, захираҳои инсонӣ, стратегия.

Гузариш ба шаклҳои нави бозор ва усулҳои идоракунии вазро дар соҳаи идоракунии ҷузъи кадрӣ тамоми имкониятҳои мавҷудаи ташкилот ба қуллӣ тағйир медиҳад, зеро бозор ташкилотро ба муносибатҳои нав бо шамкорон, шарикони истеҳсолӣ ва рақибон мегузорад.

Муносибат ба иқтидори кадрӣи ташкилотҳо низ тағйир меёбад, зеро ҷаҳонишавӣ низ самти иҷтимоӣи иқтисодӣ дорад. Аз ин ҷост, ки дар шароити иқтисоди бозор ин шакли фаъолияти хоҷагидорӣ душвортар аст.

Мутобиқшавӣ ба тағйирот дар ҷаҳони зудтағйирёбандаи имрӯза дар шароити бозор метавонад кормандоне бошанд, ки омодаанд доимо худро такмил диҳанд. Ин факт ба мунтазам такмил додани сиёсати оид ба кадрҳо дар корхонаҳо мусоидат мекунад. Дарачаи баланди иқтидори кадрҳо дар соҳаи дониши касбӣ, қобилият, кордонӣ ва ҳавасмандгардонӣ ба қор қори корхонаро боз ҳам муҳимтар мегардонад. Вазифаҳои стратегии рушди захираҳои инсонӣ бояд бо стратегияи корхона мувофиқ бошанд, ки дар он нақши асосӣ ба рушди шахсии кормандон дода мешавад.

Статуси ташкилот ҳамчун звенои асосии иқтисодӣ бо роҳи ислоҳоти иқтисодӣ тағйир дода шуд. Иқтидори кадрҳо дар соҳаҳои ташаккул ва истифодабарӣ низ тағйир ёфт. Ташкилот дар натиҷаи муносибатҳои бозорӣ худро дар ҳамкории нави иҷтимоӣ бо мақомоти давлатӣ, ҳамкорони истеҳсолӣ ва кормандон пайдо кард [3]. Танзимгарони наватасисии иқтисодӣ ва ҳуқуқӣ маҷмӯи методологии танзими захираҳои инсониро ба чунин зергурӯҳҳо муттаҳид кардаанд:

- такмили кадрҳо;
- таъмини самаранокии фаъолияти кормандон; - оптимизатсияи кадрҳо.

Тадқиқоти тартиботи ба қор қабул кардан тағйирот дар сохтори ҷойҳоро нишон дод. Ҷаҳонишавӣ ва ташаккулёбии муҳити рақамӣ дар назди корхонаҳо масъалаҳои конкретӣ гузошт, ки онҳо ба рушди иқтидори сифатан нави кадрҳо эҳтиҷманд гардиданд. Корхонаҳо ба азхудкунии вазифаҳои навшуда шурӯъ карданд: банақшагирии мустақилонаи истеҳсолот, маркетинг ва фурӯш. Дигар равандҳои иқтисодӣ аз нав таҷдиди назар ё барҳам дода шуданд [4].

Дар шароити ҷаҳонишавии иқтисод ва рақамикунонӣ, ташкилотҳо бо масъалаи зарурати самараноктар қор кардан бо назардошти тамоюлҳои муносири бозори меҳнат ва азхудкунии шакли нави ташаккули иқтисодӣ рӯ ба рӯ мешаванд. Дар натиҷа, нақши ҳар як корманд аз ҷиҳати маҳсулоти ниҳонӣ арзишманд дар дохили созмон меафзояд. Дар натиҷа яке аз проблемаҳои асосии дилхоҳ объект омӯзиши тартиби самараноки идоракунии захираҳои инсонӣ мебошад, ки ба фаъл шудани омили инсонӣ кафолат медиҳад.

Аз ҷиҳати назариявӣ ва амалӣ муқаррар карда шудааст, ки маҷмӯи ҷорабиниҳое, ки аз тарафи чунин воҳидҳои функционалӣ, монанди шӯъбаи кадрҳо анъанавӣ иҷро карда мешаванд, кифоя нестанд. Имрӯз, дар ширкатҳои хориҷӣ дар кишварҳои пешрафта ва марказҳои бузург, ҳадамоти умумии идоракунии захираҳои инсонӣ мавҷуданд, ки тамоми маҷмӯи вазифаҳои ташаккул ва рушди захираҳои инсониро иҷро мекунанд. Онҳо ба яке аз роҳбарони ташкилоти болоистода ҳисобот медиҳанд.

Трансформатсияи рақамӣ ҳолати кунунии захираҳои инсониро бо роҳи сармоягузорӣ ба пайдоиши равишҳои қомилан дигар барои баланд бардоштани самаранокии он дар соҳаи кунунии дониш тағйир медиҳад, аммо он инчунин маҳсулот ва хидматҳо, сохторҳо ва стратегияҳои ташкилӣ, муносибатҳои муштариён ва фарҳанги корпоративиро тағйир медиҳад. Ин инқилоб аз ҷиҳати ташаккул ва рушди моделҳои захираҳои инсонӣ мебошад.

Моделҳои нави рушди истеъдодҳо, ки ба талаботи қоидаҳои пешбурди тичорат дар шароити инқилоби рақамӣ ҷавобгӯ мебошанд, бояд маҳсулноқӣ, навоарӣ, чандирӣ ва мутобиқшавиро таъмин кунанд. Ва асоси ин гуна гузариш дигаргунсозии захираҳои инсонист.

Бо истифода аз зехни сунъӣ роботизатсия, автоматизатсия ва истифодаи нармафзор васеъ паҳн шудааст. Ба гуфтаи мутахассисон, бо мурури замон баъзе касбҳо фаромӯш мешаванд: масалан, операторҳо, бухгалтерҳо дар амалиёти оддӣ. Ин касбҳо аллакай бо зехни сунъӣ ғаёлона иваз карда мешаванд [3]. Интеллекти сунъӣ қодир аст, ки кори таҳлилгаронро иваз кунад, дар интихоби кадрҳо иштирок кунад, дар истехсолот амалиётҳои мураккаби оддӣ ва миёнаро иҷро кунад.

Аммо, технологияҳо вақте самараноктаранд, ки онҳо одамонро, ки равандҳоро ташаққул медиҳанд, ғайриқатъӣ ташкил ва назорат мекунанд, пурра мекунанд. Аз ин рӯ, ҳатто бо тадриҷан иваз кардани инсон бо роботҳо, ин роботҳо аз ҷониби як шахс идора карда мешаванд ва вазифаи созмон идора кардани ин шахс аст. Яъне ҳар қадар дар созмон шумораи ками одамон бошад, таъсир ба онҳо ва интихоби маҳз онҳое, ки тавони ташкили равандҳои дохилиро доранд, ҳамон қадар мушкултар мешавад. Маҳз ҷорӣ намудани зехни сунъӣ нишон медиҳад, ки иқтисоди кадрӣ то ҷӣ андоза муҳим ва беназир аст. Аз ин рӯ, трансформатсияи рақамӣ шахсро аз занҷири “технологӣ” хориҷ намекунад, балки зарурати инкишоф ва омӯзиши доимии ӯро боз ҳам шадидтар ва заруртар мекунанд.

Кунҷи ҳамкориҳои системаҳои таълимӣ ва илмӣ дар соҳаи омодакунии кадрҳо дар арафаи ҷаҳонии рақамӣ - тағйирот дар иқтисоди ҶТ баррасӣ мешавад. Таъсири табилии захираҳои инсонӣ ба тағйир додани номгуӣ касбҳо ва салоҳиятҳои ҳам шахсӣ ва ҳам ташкилӣ мавриди омӯзиш қарор гирифт. Ин рӯйхатро барои тағйир додани самтҳои тайёр кардани мутахассисон дар мактабҳои олий ва миёна ҳамчун асос истифода бурдан мумкин аст. Дар асоси кори анҷомдодашуда ба хулосае омад, ки тағйир додани барномаҳо ва самтҳои таълим як қисми рақамикунонӣ мебошад [2].

Имконияти татбиқи стратегияи тавсифшуда танҳо дар сурате дастрас аст, ки дар шароити зудтағйирёбандаи берунии корхонаҳо ва ташкилотҳо муносибати мунтазам ба тарбияи кадрҳо амалӣ карда шавад. Агар шумо нафаҳмед, ки кадоме аз ихтисосҳо ва касбҳо дар иқтисодиёти рақамӣ бештар мувофиқ хоҳанд буд, дар тайёр кардани мутахассисон ҷиро бояд тағйир дод, бо назардошти тағйироти босуръат, бартараф кардани тағйирот ва истифодаи мусбати онҳо ғайриимкон хоҳад буд. потенциал. Набудани имконият ё майл надоштан ба тағйирот метавонад боиси бекорӣ дар сатҳҳои гуногун гардад.

Иқтисоди рақамӣ як падидаи беназирест, ки барои баланд бардоштани ҳосилнокии меҳнат аз ҳисоби ҷандирии технологияҳо тамоми заминаҳоро фароҳам меорад. Он зарурати тағйироти сохтории системаи тарбияи кадрҳоро нишон медиҳад. Дар ин ҷо ба муассисаҳои таҳсилоти олии касбӣ, ки мунтазири фармони касе нашуда, худашон бояд ба ҷустуҷӯи барномаҳои оптималии таълим, ташаққул ва санҷиши онҳо шурӯъ кунанд, нақши ҷиддӣ мебошад. Дар шароити иқтисоди рақамӣ маҳз донишгоҳҳо ба маркази тағйирот дар рушди сифат, салоҳият ва малакаҳои зарурии мутахассисони оянда табдил меёбанд. Дар ин бобат ҳудуди бизнес метавонад ёрии калон расонад, ки метавонад ва бояд дар шаклу шаклҳои таълими донишҷуён фармоишгар шавад [1].

Сиёсати дуруст ташаққулёфтаи таълимӣ, ки ба тамоюлҳои рақамисозӣ асос ёфтааст, на танҳо ҳамчун воситаи пур кардани мутаваззин бо мутахассисони соҳибхитос хизмат мекунанд, балки инчунин пешгирӣ аз харобшавии иҷтимоӣ мегардад. Аммо дар сатҳи давлатӣ тағйироти ба амаломата метавонад маҳз аз сабаби набудани захираҳои зарурии инсонӣ қатъ шавад, яъне мо ба як ҳалқаи сарбаста ворид шуда истодаем, ки бидуни он ки давлат ба норасоии шадиди кадрҳо дучор шавад.

Дар бораи дараҷаи ҷиддии таъсири рақамикунонии иқтисодиёт ба захираҳои инсонӣ баҳс кардан мумкин нест, аммо дар сатҳи давлатӣ ҳамоҳангсозии ин раванд танҳо суръат мегирад. Имрӯз вазифаҳои давлат танҳо ба тағйир додани системаи маориф ва баланд бардоштани малакаи кормандони ташкилотҳо барои қонеъ гардонидани ниёзҳои иқтисоди рақамӣ гузошта шудаанд. Фаҳмидан зарур аст, ки вазифаи тайёр кардани кадрҳоро на танҳо давлат ҳал кунад. Ин вазифаи ҳам ташкилотҳо ва ҳам ҳуди коркунон аст.

Адабиёт

1. Боуэн У. Высшее образование в цифровую эпоху. – Москва: Высшая школа экономики, 2018.
2. Потапов М.В. Тенденции развития глобальной структуры информационно-знанийной экономики // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2016. – № 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// cyberlenin-ka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-globalnoy-struktury-informatsionnoznani-evoyn-ekonomiki](https://cyberlenin-ka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-globalnoy-struktury-informatsionnoznani-evoyn-ekonomiki) (дата обращения: 04.06.2022)
3. Шмелькова Л. В. Кадры для цифровой экономики: взгляд в будущее // Дополнительное профессиональное образование в стране и мире. – 2016. – № 8 (30) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dpo-edu.ru/?p=15787> (дата обращения: 03.06.2022)
4. Курятков В.А, Конюшевская К.О. Прогнозирование рынка труда региона методами системной динамики // Вестник РЭА им. Г. В. Плеханова. – 2012. – № 9 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>.

НАҚШИ МАРКЕТИНГИ РАҚАМӢ ДАР РУШДИ КОРХОНА

Чафархони Шер - унвонҷӯи кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати
Донигоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон
Тел: (+992) 936005809

Дар мақола мавқеи маркетинг дар низоми идоракунии корхона дар шароти ташаккули рақамикунонии фаъолият муайян карда шуда, самтҳои асосии фаъолияти муваффақонаи иқтисодии корхона пешниҳод карда шудааст. Дар воқеъ ҷаҳонишавии муносибатҳо ҷазо ва муҳити навро пайгир аст, ки дар он нақши тичорати электронӣ ва шаффофияти амалиётҳо ро таъмин кардааст.

Вожакалидҳо: маркетинг, корхона, менеҷмент, бозор, хизматрасонӣ, реклама, истеҳсолот, маркетинги рақамӣ, маркетинги стратегӣ.

Таҷриба нишон медиҳад, ки дар шароити афзалиятнокии омилҳои экологӣ, баҳусус дар замони рақамикунонӣ дар сатҳи микро, истифодаи технологияҳои ИТ дар ҳама равандҳои тичоратӣ муҳим аст. Талабот ба маҳсулоти рақабатавон торафт меафзояд ва корхонаҳо барои таҳияи стратегияи маркетинги рақамӣ ташвиқ карда мешаванд, ки ҷӣ тавр қисми таркибии стратегияи умумии рушди корхонаро таъмин намояд.

Маркетинги рақамӣ (англ. маркетинги рақамӣ) як истилоҳи умумиест, ки барои ифода кардани маркетинги интерактивии молҳо ва хидматҳо бо истифода аз технологияҳои рақамӣ барои ҷалби муштариёни эҳтимолий ва нигоҳ доштани онҳо ҳамчун истеъмолкунандагон мақсаднок истифода мешавад[1].

Вазифаи асосии маркетинг омӯхтани бозор ва таҳияи тавсияҳо дар асоси маълумоти гирифташуда барои менеҷменти корхона мебошад: кадом маҳсулот ё хизматҳо, ба кадом микдор, бо кадом нарх ва кай истеҳсол кардан. Маркетинг омӯзиши талабот ва пешниҳодро

дар бозор, банақшагирии фаъолияти маркетингӣ, таъини мақсаду вазифаҳо ва амалисозии нақшаҳои маркетинг, ташкили чорабиниҳои маркетингиро бо мақсади таблиғи мол ва хидматҳо фаро мегирад.

Мақсади асосии маркетинг дар низоми менеҷменти истеҳсоли маҳсулот ва хизматрасонӣ таъмини рақобатпазирӣ ва даромаднокии молу хидматҳои корхона тавассути истеҳсоли маҳсулот ва хидматҳо аз ҷониби корхона мебошад, талабот ба он имкон медиҳад, ки ҳангоми фурӯши онҳо дар бозор корхона фоида ба даст орад.

Аз ин рӯ, талаботҳои маркетинг ва тавсияҳои он бояд аз ҷониби ҳар як корманд, ҳар як шӯъбаи ташкилот ҳангоми муайян кардани мақсадҳо ва вазифаҳо ҳам дар давраи дарозмуддат ва ҳам дар давраи кӯтоҳмуддати рушд ба назар гирифта шаванд.

Дар адабиёти иқтисодӣ маркетинг ба стратегӣ ва амалиётӣ ҷудо шудааст. Маркетинги стратегӣ – ин пеш аз ҳама таҳлили ниёзҳои муштариён барои муайян кардани ҳолибият, рақобатпазирӣ маҳсулот ва пешгӯии талабот ба он мебошад. Зарурати таҳлили мунтазам ва доимии ниёзҳои истеъмолкунандагон, инчунин таҳияи рушди маҳсулот ва хизматрасониҳои самаранок, таъмини бартарии рақобатпазирӣ, инчунин банақшагирии дарозмуддати фаъолияти маркетингӣ ва ташаккули консепсияи банақшагирии стратегиро пешакӣ муайян кардааст.

Ба ақидаи Е.В.Попов, «консепсияи маркетинги стратегӣ дар натиҷаи рушди эволюсионии ду назария - маркетинг ва менеҷмент ба миён омадааст. Маркетинги стратегӣ ва менеҷменти стратегӣ - дар раванди ташаккул, таҳти таъсири тамоюлҳои умумии бозор ташаккул ёфта - барои рушди худ тақонҳои гуногун ба даст оварданд. Маркетинг ба идоракунии дар ҷунин соҳаҳо, ба монанди сегментасияи бозор, ба даст овардани мавқеи устувори бозор, оптимизатсияи давраи ҳаётии маҳсулот таъсир расонд. Маркетинги стратегӣ ниёзҳои қонеънашударо муайян мекунад ва маҳсулоти мувофиқи мутобикшударо таҳия мекунад» [2, С. 14-15].

Азбаски консепсияи маркетинги стратегӣ дар натиҷаи рушди назарияи маркетинг ва менеҷмент ба миён омадааст, пас дар ин сатҳ вазифаҳо глобалӣ ва пеш аз ҳама, барои роҳбарони корхона мебошад. Ҳамзамон, дар корхона, вобаста ба имкониятҳои ҷаҳонӣ, як мақоми ягонаи ҳамроҳангсозро ҷудо кардан мумкин аст ё роҳбар (директор оид ба маркетинг) барои иҷрои қарорҳои стратегӣ масъул аст. Дар корхонаҳои хурду миёна ин нақшо одатан директори генералӣ (менеҷери) корхона иҷро мекунад. Сатҳи стратегӣ асосан ба дурнамои дарозмуддати рушд асос ёфтааст ва аз ин рӯ ба вазифаҳои маркетинг на танҳо таҳлили вазъи бозор, аммо пешгӯии тағирёбии тамоюлоти бозор таҳти таъсири омилҳои беруна дохил мешавад.

Маркетинги амалиётӣ – ин раванди банақшагирии чараёни кӯтоҳмуддат аст, ки ба бозорҳои мавҷуда нигаронида шудааст. Маркетинги амалиётӣ нақшаи амалиётро амалӣ мекунад, ки боиси эҷод ва афзоиши талабот ба маҳсулот мегардад. Ҳамин тавр, ба ақидаи Е.В.Попов, "маркетинги амалиётӣ – ин чараёни классикии ба даст овардани ҳаҷми муайяни фурӯш тавассути истифодаи воситаҳои тактикӣ, ки ба таҳия ва фурӯши маҳсулот алоқаманд мебошад" [3, С.12.]. Дар сатҳи амалии маркетинг, нақшаҳои мушаххаси маркетинг таҳия карда мешаванд, усулҳои самаранокӣ ташкил ва маҳсулоти интихоби самтҳои бозор муайян карда мешаванд. Ин вазифаҳо дар назди шӯъбаҳои маркетингии корхона гузошта шудаанд. Он, пеш аз ҳама, назорати доимии бозор ва инчунин тасҳеҳи ғаврии равандҳои истеҳсолотро дар сурати тағйироти ҷории бозор дар назар дорад. Сатҳи амалиётӣ, пеш аз ҳама, бо банақшагирии кӯтоҳмуддати маркетинг ва иҷрои вазифаҳои гузошташуда тавсиф карда мешавад.

Мо мехоҳем боз як сатҳи маркетинг - сатҳи татбиқи нақшаҳои маркетингиро қайд намоем. Дар ин сатҳ алоқаи мустақим бо истеъмолкунандагони молҳо ва хизматрасониҳои пешниҳодкардаи ин корхона вучуд дорад. Функсияҳои маркетингро дар ин марҳила менечерон оид ба фурӯш, мутахассисон оид ба маҳсулот иҷро мекунанд, ки вазифаи асосии онҳо - мустақиман бо муштарӣ кор кардан аст. Ин кормандон як зинаи калидии низоми маркетинг дар сатҳи охири мебошанд, зеро, аз як тараф, онҳо талаботи муштарӣро мефаҳманд ва дар асоси маълумоти гирифташуда маҳсулот ё хизматро пешниҳод мекунанд, ки талаботи онҳоро қонеъ карда метавонад.

Ҳамзамон, бояд ҳам пайванди мустақими "аз боло ба поён" - ташкили нақшаҳо, қабули ҳисобот дар бораи иҷрои онҳо, арзёбии самаранокии татбиқи онҳо ва баръакс: "аз поён ба боло" - ҷамъоварӣ ва пешниҳоди иттилоот, пешниҳоди ҳисобот дар бораи амалисозии меъёри нақшаҳои муқарраршуда барои қабули қарор дар сатҳи баландтар вучуд дошта бошад.

Бо чунин сохтори маркетингӣ, корхона ба мизочон ва ниёзҳои онҳо нигаронида мешавад.

Мақсади асосии корхонаи тичоратӣ ба даст овардани фоида мебошад. Ғайр аз ин, дар назди ҳар як менечер чунин вазифаҳо истодаанд, аз қабили: рушди тичорат, афзоиши фоида, кам кардани хароҷот, эҷоди имиджи корхона, бренди шинохта ва ғайра. Ҳалли ин вазифаҳо бидуни ба назаргирифтани манфиатҳо ва қонеъ кардани ниёзҳои истеъмолкунанда ғайриимкон аст. Аз ин рӯ, дар шароити рақобати шадид барои ноил шудан ба нишондиҳандаҳои муайяни иқтисодӣ (афзоиши фоида, коҳиш додани хароҷот, афзоиши ҳиссаи бозор) ба корхона лозим аст, ки истеъмолкунандаи худро доимо омӯзад, то талаботи онро миқдоран ва сифатан қонеъ гардонад. Аз ин рӯ, ба гуфтаи Т.Ю.Карпова, «қонеъ кардани ниёзҳо ва хоҳишҳои истеъмолкунандагон идеяи марказии маркетинг мебошад» [1, С. 20.].

Принсипҳои асосие, ки фаъолияти маркетингӣ дар корхона ба онҳо асос ёфтааст:

1. Баназаргирӣ ғангоми қабули қарорҳо, ниёзҳо, ҳолат ва динамикаи талабот ва шароити бозор, ки дониши ҳуби вазъи бозорро дар робита бо арзиши мавҷуда ва пешбинишудаи талабот, фаъолият дар бозори рақибон, рафтор дар бозори истеъмолкунандагон ва муносибати онҳо ба маҳсулоти ин ташкилот ва рақибони он пешбинӣ мекунад.

2. Ташкили истеҳсолот, ки ба талаботи бозор, сохтори талабот нигаронида шудааст, дар асоси дурнамои дарозмуддат.

Дар шароити бозор, концепсияи муносири маркетинг аз он иборат аст, ки тамоми фаъолияти корхона ба дониши талаботи истеъмолкунандагон ва тағироти он дар оянда асос меёбад. Гузашта аз ин, яке аз вазифаҳои маркетинг муайян кардани ниёзҳои қонеънашудаи муштарӣ бо мақсади равона кардани истеҳсолот ба қонеъ кардани ин ниёзҳо мебошад.

Аз ин рӯ, бояд қайд кард, ки маркетинг вақте пайдо мешавад, ки харидор дар ҳолати пешниҳоди баланди истеҳсолкунандагони молҳо ва хизматрасониҳо дар бозор бартарӣ пайдо кунад. Танҳо дар ин ҳолат, корхонаҳо маҷбур мешаванд, ки диққати худро ба талаботи истеъмолкунандагон равона кунанд ва фаъолиятшонро муносибгардоранд, то бо хароҷоти камтарин ниёзҳои мавҷударо қонеъ кунанд. Дар тӯли 50 соли охир, бозор аз "бозори фурӯшанда" ба "бозори харидор" табдил ёфт. Харидор дар шароити рақобати озод соҳиби вазъият мешавад. Ва ин, дар навбати худ, корхонаҳоро маҷбур мекунад, ки бозорро омӯзанд ва азхуд кунанд, то мол ва хизматҳои барои харидорон манфиатдорро фурӯшанд, яъне ба маркетинг машғул шаванд.

Бояд қайд кард, ки «маркетинг дар даҳсолаҳои охир аз чор марҳила гузаштааст. Якум таваҷҷуҳ ба маҳсулот. Дар ин давра истеҳсоли маҳсулот ҳанӯз ҳам маҳдуд буд, онҳо талабот доштанд ва талошҳои маркетингӣ ба ҳадди ақал расонида шуданд. Марҳилаи дуввум –

таваҷҷуҳ ба фурӯш - замоне фаро расид, ки бозор аз мол пур шуд ва ширкатҳо ба тичорати фаъол шурӯъ карданд. Сеюм – таваҷҷуҳ ба сегмент - гузариш ба фурӯшро на ба тамоми бозор, ба мисли пештара, балки ба сегментҳои муайян бо вазифаҳои хеле мушаххас нигаронида шуд. Ширкатҳо маҳсулот, хизматҳо ва усулҳои ҳамкориҳои муштариёро ба бахшҳои мушаххаси бозор мутобиқ карданд. Марҳилаи чорум – таваҷҷуҳ ба муштариён - замоне фаро расид, ки ширкатҳо тасмим гирифтанд, ки дар бораи ҳар як иштирокчиҳои сегменти ҳадафи бозор ҳарчи бештар маълумот ҷамъоварӣ ва истифода баранд»[5].

3. Огоҳонидани истеъмолкунандагони потенсионалӣ дар бораи маҳсулоти ташкилот ва таъсир расонидан ба истеъмолкунандагон бо истифода аз ҳама васила ва усулҳои пешбарикунанда бо мақсади бовар кунонидани онҳо барои хариди ин маҳсулот.

Тағироти назаррас дар усули маркетингӣ дар корхонаҳо ҳоло ҳам мушоҳида мешавад. Дар тамоми соҳаҳо, истеъмолкунандагон метавонанд маҳсулот ва хизматҳои афзояндаи фармоиширо талаб кунанд ва қабул кунанд. Қонегардонидани ин талабот, дар навбати худ, боиси мушкил шудани фаъолияти ширкатҳо гардид ва хароҷоти тичоратро афзоиш дод, ин фишорро ба маркетингҳо зиёд кард, хусусан дар фаҳмидани талаботи истеъмолкунандагон, дарёфти фоиди воқеӣ дар ҳар як сегмент ва чен кардани натиҷаҳо афзоиш дод. Дар шароити афзоиш ёфтани интиҳоб ва шаффофияти бозорҳо, тағирот дар маркетинг ҷаҳонӣ гардиданд:

1. Дар давраи маркетинги оммавӣ, манбаи асосии арзиши аксарияти ширкатҳо маҳсулот ва брендҳои онҳо буд; имрӯз, арзиш ба сӯи муносибатҳои муштариён мегузарад.

2. Таваҷҷӯҳи маркетинг, ки қаблан ба рушди бренди рекламавӣ нигаронида шуда буд, ба сӯи саҳмияҳои BTL¹ гузашт, ки метавонанд натиҷаҳои зуд ба даст оранд, ки аз ҷиҳати молиявӣ чен карда мешаванд.

3. Кӯшишҳои ширкат оид ба дастгирии фурӯш, ки қаблан онро "як андоза ба ҳамагон" тавсиф мекарданд, барои қонег кардани ниёзҳои истеъмолкунандагон ба ҳалли беназир ва хизматрасонӣ, ки арзиши изофа пешниҳод мекунанд, тағир меёбанд [4].

Аз ин рӯ, маркетинг се самти асосиро дар бар мегирад, ки таҳқиқ ва рушди онҳо асоси фаъолияти муваффақонаи иқтисодии корхона мебошад. Ба инҳо дохил мешаванд:

- таваҷҷуҳ ба муштариён ва муносибат бо муштариён;
- муносибат ба маркетинг ҳамчун зерсистемаи идоракунии, ки муваффақияти ташкилот аз он вобастагӣ дорад;
- таваҷҷуҳ ба фоиди ҳамчун натиҷаи ниҳии тамоми фаъолияти истеҳсолӣ, ки тактикаи хоси фурӯшро муайян мекунанд.

Адабиёт:

1. Абдурахмон Ҳ., Шамсов Ф.Т. Мушкилоти рушди маркетинги рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон //Абдурахмон Ҳ., Шамсов Ф.Т. // Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. Душанбе, 2023. №2 (46).

2. Карпова Т. Ю. Маркетинговое управление муниципальным образованием: дис. ... канд. экон. наук. Екатеринбург, 2001. С. 20.

3. Попов Е. В. Теория маркетинга. Екатеринбург: Наука; Уральское отделение, 1999. С. 14-15.

4. Ф.Р.Шаропов , А.А.Мирзоалиев, Рақамикунонӣ ва рушди иқтисодӣ кадрӣ / Ф.Р.Шаропов , А.А.Мирзоалиев// Паёми Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. -

¹ BTL - саҳмияҳо, ки ба ҷалби шунавандагони мақсаднок тавассути баланд бардоштани шавқ ва садоқати он нигаронида шудаанд. ATL маънои ҷойгир кардани таълимот дар радио, телевизион, маҷаллаҳо, рӯзномаҳо дорад. BTL аз ҷаҳидан, конфронсҳо, ахборот, озмунҳо ва тоталҳо иборат аст.

Душанбе, 2023 №1, 2/2(47) -С. 248 – 253.

5. Шинкаренко И. Мантры и смертные грехи маркетинга // Эксперт. Казахстан. 2006. № 36. URL: <http://www.expert.ru>.

6. Hyde P. Making the Perfect Marketer / P. Hyde, E. Landry, A. Tipping // strategy+business. Winter 2004. P. 36-43.

МАСОИЛИ МУБРАМИ МЕНЕЧМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ ДАР ШАРОИТИ ЧАҲОНИШАВИИ БАЙНАЛМИЛАЛӢ

Шаропов Фарҳод Низомиддинович - муаллими калони кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. Тел: (+992) 934444237.

Мақолаи мазкур ба таҳлили масоили мубрами менеҷмент ва маркетинг дар шароити ҷаҳонишавии байналмилалӣ бахшида шудааст. Дар он равандҳои ҷаҳонишавии иқтисодӣ, таъсири фанновариҳои рақамӣ ба идоракунӣ ва маркетинг, нақши захираҳои инсонӣ, трансформатсияи рақамӣ ва модели муосири менеҷмент баррасӣ шудаанд.

Муаллиф бо истифода аз таҳлили илмӣ назариявӣ ва мисолҳои амалии вобаста ба Ҷумҳурии Тоҷикистон нишон медиҳад, ки барои мутобиқ шудан ба ҷаҳонишавӣ, ширкатҳо ва муассисаҳои кишвар бояд равишҳои муосири менеҷмент ва маркетингро ғайрароҷа қорӣ намоянд.

Вожаҳои калидӣ: менеҷмент, маркетинг, маркетинги рақамӣ, ҷаҳонишавӣ, рақамисозӣ, захираҳои инсонӣ, трансформатсияи рақамӣ.

Ҷаҳонишавӣ ҳамчун як раванд ба иқтисод, фарҳанг, сиёсат ва ҷомеаҳо таъсир мерасонад. Дар соҳаи менеҷмент ва маркетинг, ин раванд ба шиддат боиси тағйиротҳои асосӣ дар тарзи идоракунӣ ва ташкили фурӯш гардидааст. Идоракунии корхонаҳо ва ташкилотҳо ба як барномарезии умумии байналмилалӣ гузариш карда, тамоми равандҳои дохилии ширкатҳо ва ғайрароҷа онҳо дар бозорҳо ба ҳам пайваست месозад.

Ҷаҳонишавӣ як равандест, ки на танҳо муносибатҳои сиёсӣ иҷтимоиро тағйир медиҳад, балки самтҳои иқтисодӣ, аз ҷумла менеҷмент ва маркетингро низ зерӣ таъсир қарор додааст. Ҷумҳуриҳои пасошӯравӣ, хусусан Тоҷикистон, дар ин раванд бо мушкилоти зиёди таҳаввули бозор, таҳкими рақобатпазирӣ ва рушди захираҳои инсонӣ рӯ ба рӯ гаштаанд. Менеҷмент ва маркетинг ҳамчун ду сутуни асосии рушди ташкилоти муосир, дар шароити ҷаҳонишавӣ бояд бо роҳи усулҳои навсозишуда ғайрароҷа бошанд. “Ҷаҳонишавӣ бо худ имкониятҳо ва хатарҳо меорад, аммо ҳар миллате, ки тавони идора кардани равандро дошта бошад, метавонад ба ғайрароҷа онро истифода барад” [1, саҳ. 17].

Бо гузашти вақт ва рушд ёфтани технологияҳои навин, инноватсияҳо дар менеҷмент ва маркетинг на танҳо як интиҳоби стратегӣ, балки зарурати даврӣ мегарданд. Истифодаи воситаҳои муосири рақамӣ ва таҳлили маълумот барои расидан ба пешравиҳои қобили таҳлил ва стратегҳои маркетинги муосир муҳим аст. Брендҳо ва ширкатҳо на танҳо ба маҳсулот ва хидматҳои сифатнок, балки ба навоарӣ ва қобилияти мутобиқшавӣ дар шароити ҷаҳонишавии глобалӣ эҳтиёҷ доранд.

Менеҷмент ва маркетинг дар шароити ҷаҳонишавӣ ба масъалаҳои ахлоқӣ ва масъулияти иҷтимоии ширкатҳо диққат медиҳад. Онҳо бояд ба равандҳои экологӣ, иҷтимоӣ ва иқтисодӣ эҳтиром гузоранд, то дар бозори ҷаҳонӣ муваффақ бошанд. Ба ҳамин тариқ, рушди устувор ва истифодаи маснуоти экологӣ ва иҷтимоии қабулшуда бояд қисми тарҳҳои стратегӣи ширкатҳо дар тамоми ҷаҳон гардад.

Менечмент — чараёни банақшагирӣ, ташкил, роҳбарӣ ва назорати захираҳо бо мақсади расидан ба ҳадафҳои ташкилот мебошад. Маркетинг бошад — низоми тадқиқот, таҳлил, банақшагирӣ ва татбиқи фаъолиятҳои равонашуда ба эҳтиёҷот ва хоҳишҳои муштариён аст. Дар шароити муосир менечмент на танҳо кори идора кардан аст, балки фаъолияти стратегӣ барои мутобиқ шудан ба муҳити зудтағйирёбанда мебошад [2, саҳ. 34]. Маркетинг низ аз шаклҳои анъанавии фурӯш ва таблиғот ба як низоми фарогири идоракунии муносибат бо муштарӣ табдил ёфтааст [3, саҳ. 28].

Менечмент ва маркетинг дар шароити глобалӣ ва рақамӣ, ки акнун ба як бахши муҳим дар стратегияи ширкатҳо табдил ёфтааст, ба ташаккули ҷадид ва муносибатҳои нав бо муштариён ва ҳамкорон эътибори зиёд додааст. Платформаҳои интернетӣ, маркетинги иҷтимоӣ ва рекламаи дигиталӣ қудрати нав дар ихтиёри ташкилотҳо қарор дода, бо роҳи осон ва самаранок ба гурӯҳҳои муштарии мушаххас мерасад.

Тоҷикистон ҳамчун кишвари дар ҳоли рушд бо як қатор мушкilotи соҳаи менечмент ва маркетинг рӯ ба рӯ аст. Аз набудани кадрҳои баландхисос то сатҳи пасти рақобат дар бозорҳои маҳаллӣ, ҳамаи ин омилҳо таъсири манфӣ ба рушди соҳибкорӣ ва муассисаҳои давлатӣ мерасонанд. Дар аксари ҳолатҳо, менечменти ташкилотҳо ба шакли анъанавӣ таъя мекунад ва истифодаи усулҳои муосир, аз ҷумла менечменти стратегӣ, кам аст [4, саҳ. 55]. Аз тарафи дигар, маркетинг дар Тоҷикистон то ҳол бештар ба таблиғот маҳдуд шуда, таҳқиқи бозор ва анализи рафтори истеъмолкунандагон сатҳи паст дорад [5, саҳ. 40]. Бо вучуди ин, бо тадриҷан рушд ёфтани соҳаи технология, имкониятҳо барои рақамсозии маркетинг низ пайдо мешаванд.

Барои корхонаҳои Тоҷикистон ва кишварҳои Осиёи Марказӣ, гузариш ба иқтисоди рақамӣ ва истифодаи имкониятҳои платформаҳои интернетӣ ва технологияҳои муосир вазифаи муҳим аст. Ин раванд на танҳо имкониятҳои маркетинги навро таъмин мекунад, балки барои рушди иқтисодӣ ва сабт намудани маҳсулот дар бозорҳои ҷаҳонӣ хеле муассир мебошад. Ба ҳамин манзур, кишварҳои минтақа бояд ба таҷрибаи кишварҳои пешрафта таваҷҷӯҳ намоянд ва сари вақт аз вазъияти рақобатӣ дар бозорҳои ҷаҳонӣ баҳра баранд.

Ба ҳамин маънӣ, ҳар як давлат ва ташкилот дар самти инноватсия, масъулияти иҷтимоии ширкатҳо (CSR) ва ҷалби сармоягузорӣ бояд пайгирии мӯътадили равандҳоро нигоҳ дорад. Маҳз дар ҳамин шароити муосир, ки рақобат ва талаботи глобалӣ ба таври назаррас боло меравад, идоракунии муваффақ ва стратегияи маркетинг метавонанд ба рушд ва самаранокии иқтисоди кишварҳо, аз ҷумла Тоҷикистон, мусоидат намоянд.

Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, мухтарам Эмомалӣ Раҳмон, дар баромадҳои худ чандин маротиба ба зарурати мусоидат ба рушди иқтисоди миллӣ ва баланд бардоштани сифати идоракунӣ таъкид намудаанд. Дар Паёми худ ба Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 26 декабри соли 2023, чунин изҳор доштанд: “Мо бояд дар самти такмил додани низоми менечмент ва тайёр кардани мутахассисони ҷавобгӯ ба талаботи замони муосир таваҷҷӯҳи бештар диҳем. Танҳо бо роҳандозии методҳои муосири идоракунӣ ва истифодаи маркетинги инноватсионӣ метавонем соҳибкорию миллӣ ва иқтисоди рақобатпазирро рушд диҳем” [6, саҳ. 3]. Ин суҳанҳо зарурати рушди нерӯи инсонӣ, технологияҳои нав ва тағйиротро дар модели иқтисодӣ таъкид мекунанд.

Дар шароити ҷаҳонишавии иқтисодӣ, рақобати ҷаҳонӣ дар соҳаҳои мухталиф шиддат ёфтааст. Корхонаҳо на танҳо бо ширкатҳои дохилӣ, балки бо брендҳои маъруфи байналмилалӣ низ рӯ ба рӯ мешаванд. Ин ҳолат талаб мекунад, ки модели менечмент ва маркетинг мувофиқи стандартҳои ҷаҳонӣ тағйир дода шавад [7, саҳ. 64]. Менечменти

самаранок бояд тавонад таҳлил ва пешгӯии хавфҳоро анҷом диҳад, ҳолатҳои фавқулодда ва рақобати шадидро идора намояд. Маркетинг дар ин муҳит бояд динамикӣ, таҳлилгар ва рақамӣ бошад. Корхонаҳои Тоҷикистон низ бояд бо назардошти ин талабот дар самти таълими кадрҳо, воридсозии технологияҳои иттилоотӣ ва таҳкими бренди миллий тадбирҳо андешанд [8, саҳ. 48].

Маркетинги рақамӣ яке аз самтҳои босуръат рушдбандаи иқтисоди муосир ба шумор меравад. Дар ҷаҳони муосир, таблиғот ва фурӯш тавассути шабакаҳои иҷтимоӣ, сомонаҳо ва платформаҳои рақамӣ ба усули асосии маркетинг табдил ёфтааст. Тоҷикистон, бо вучуди сатҳи пасти интернет ва дастрасии аҳоли ба шабакаҳои рақамӣ, дар ин самт имкониятҳои назаррас дорад [9, саҳ. 72]. Ташкилотҳо метавонанд тавассути платформаҳое чун Instagram, Facebook ва Telegram маҳсулоти худро таблиғ кунанд, бо муштариён робитаи мустақим дошта бошанд ва таҳлилҳои бозорро бо воситаи рақамӣ анҷом диҳанд. Ин раванд ҳамчунин имконият медиҳад, ки истеъдодҳои ҷавон дар дохили кишвар ҷалб шаванд.

Дар шароити муосири иқтисоди ҷаҳонӣ, рушди инноватсияҳо ба як омили калидӣ дар самаранокӣ менеҷмент ва маркетинг табдил ёфтааст. Истифодаи технологияҳои нав, равандҳои автоматиконидашуда ва воситаҳои зехнии сунӣ дар идоракунии ширкатҳо ба тағйироти кулӣ оварда расонидаанд. Дар кишварҳои пешрафта, менеҷменти инноватсионӣ василаи асосии рақобат ва устувории дарозмуддати бозорӣ ҳисобида мешавад [7, саҳ. 112].

Тоҷикистон низ бояд ба рушди инноватсияҳо аҳамият диҳад. Сохтани кластерҳои илмӣ, бо ширкатҳои хусусӣ ва марказҳои стартапӣ метавонад ба рушди менеҷменти навоарона мусоидат намояд. Яке аз самтҳои муҳим дар менеҷмент — идоракунии захираҳои инсонӣ мебошад. Дар ҷаҳонишавии иқтисод, маҳз кадрҳои баландихтисос, бо донишҳои муосир ва малакаҳои байналмилалӣ, сармояи асосии рушди ташкилотҳо маҳсуб меёбанд. Созмонҳои муваффақ ба омӯзиши пайвастаи кормандон, тренингҳо ва баҳодиҳии самаранокӣ кортаваҷҷуҳи зиёд медиҳанд [2, саҳ. 87].

Президенти Тоҷикистон низ таъкид намудаанд, ки: “Бе мутахассисони хирфай, ҳеҷ гуна рушди устувори иқтисодӣ имкон надорад. Бояд низоми таҳсилот ва бозомӯзии касбиро мутобиқ ба талаботи замон созем” [6, саҳ. 4].

Корбурди моделҳои муосир, аз қабили Balanced Scorecard, TQM (Total Quality Management) ва Lean Management, имкон медиҳад, ки муассисаҳо — ҳам хусусӣ ва ҳам давлатӣ — самаранокӣ ва шаффофияти худро беҳтар созанд. Ин равишҳо то ҳол дар Тоҷикистон маҳдуд истифода мешаванд, вале таҷрибаи кишварҳои Осиёи Марказӣ ва Аврупо нишон медиҳад, ки чунин моделҳо метавонанд натиҷаҳои назаррас оваранд [1, саҳ. 112].

Фарҳанги истеъмол дар давраи ҷаҳонишавӣ тағйир меёбад. Истеъмолкунандагони муосир талаботҳои баланд доранд ва ба сифат, ҷавобгӯ будан ба арзишҳо (экология, этика) ва таҷрибаи шахсии харидорӣ аҳамият медиҳанд. Барои корхонаҳои Тоҷикистон, мутобиқ шудан ба ин талабот ва ташаккули маркетинги фарҳангӣ ва иҷтимоӣ хеле муҳим аст [3, саҳ. 79].

Раванди рақамсозии иқтисод ва идоракунии имкон медиҳад, ки равандҳо тезтар, шаффофтар ва муассиртар гарданд. Корбурди системаҳои ERP, CRM, big data ва зехни сунӣ дар раванди идоракунии муосир, менеҷментро ба як самти пур аз технология табдил додааст.

Ҳоло дар аксари кишварҳои рушдбета трансформатсияи рақамии идоракунии шартӣ муҳими рушди устувор маҳсуб меёбад [8, саҳ. 191]. Дар Тоҷикистон низ тадриҷан корхонаҳо ва ташкилотҳо ба истифодаи технологияҳои рақамӣ мегузаранд. Аммо ҳанӯз ҳам мушкилоти техникӣ, маҳдудияти кадрҳои тахассусӣ ва набудани сармоягузори ба ин раванд монӣ мешаванд.

Имрӯзҳо ширкатҳо ба ҷойи таблиғоти классикӣ бештар аз платформаҳои рақамӣ (Google Ads, Meta Business, TikTok, YouTube) истифода мебаранд. Ин имкон медиҳад, ки таблиғот маҳз ба гурӯҳи ҳадаф равона гардад ва самарайи он ченшаванда бошад. Ғайр аз ин, маркетинг тавассути таҳлили маълумот (data-driven marketing) яке аз равишҳои муҳим барои афзоиши фурӯш ва нигоҳ доштани муштариён ба ҳисоб меравад [9, саҳ. 215].

Таҳкими бренди миллӣ ва таблиғи имкониятҳои иқтисодии кишвар дар миқёси байналмилалӣ, яке аз роҳҳои ҷалби сармоя мебошад. Маркетинги байналмилалӣ дар ин ҳолат нақши калидӣ мебозад: бо ташкили форумҳо, ширкат дар намоишгоҳҳои ҷаҳонӣ, паҳн кардани маводи таблиғотӣ дар расонаҳои хориҷӣ. Тоҷикистон дар ин самт қадамҳои аввалро гузоштааст, вале зарур аст, ки бо истифодаи менеҷмент ва маркетинги муосир ин раванд густариш ёбад [4, саҳ. 122].

Меъёрҳои нави рушди глобалӣ аз ширкатҳо талаб мекунанд, ки на танҳо даромад ба даст оваранд, балки ба муҳити зист, ҷомеа ва ояндаи инсоният низ эҳтиром дошта бошанд. Дар менеҷменти муосир, мафҳуми масъулияти иҷтимоии ширкатҳо ҷойгоҳи муҳимро ишғол мекунад [5, саҳ. 66].

Барои корхонаҳои Тоҷикистон низ пайравӣ аз ин раванд муҳим аст: бо дастгирии ҷомеа, муҳити зист ва таҳкими ахлоқи тиҷоратӣ метавон эътибори ширкатро афзоиш дод ва ба бозори байналмилалӣ роҳ ёфт.

Дар шароити ҷаҳонишавии иқтисодӣ, рушди менеҷмент ва маркетинг ҳамчун омили муҳими муваффақияти ширкатҳо ва давлатҳо дар таҳкими рақобатпазирӣ ва устувории иқтисодӣ ба ҳисоб меравад. Барои нигоҳ доштани ҷойгоҳи рақобатпазир дар бозори ҷаҳонӣ, ширкатҳо ва давлатҳо бояд стратегияи муосири менеҷмент ва маркетингро пайгирӣ кунанд, ки вобаста ба шароити замон ва талаботи муосир таҳия мешаванд.

Ҷаҳонишавӣ ва рақамисозии иқтисод, бозори глобалӣ ва рушди фановариҳои нав ба таври назаррас бардошти раванди менеҷмент ва маркетингро тағйир доданд. Ба ҳамин тартиб, истифодаи моделҳои муосир, ки ба трансформатсияи рақамӣ ва идоракунии зеҳни сунъӣ вобаста аст, барои ширкатҳо ва давлатҳо муҳим гардидааст.

Ба қор бурдани маркетинг тавассути таҳлили маълумот (big data), платформаҳои рақамии таблиғотӣ ва рақобатпазирӣ стратегияҳои муосир барои дастёбӣ ба муштариён дар шаклҳои гуногун нақши асосӣ мебозад.

Дар Тоҷикистон, ки дар вазъияти ҷаҳонишавӣ қарор дорад, пешниҳоди стратегияи нави менеҷмент ва маркетинг, ки ба талаботи ҷаҳонӣ мутобиқ бошад, зарур мебошад. Ҳамзамон, ташкили шароити муносиб барои рушди инноватсияҳо ва табили маданияти қорӣ дар минтақаҳо метавонад сабабгори рушди устувори иқтисодӣ ва ҷомеа гардад.

Менеҷмент ва маркетинг дар шароити ҷаҳонишавии байналмилалӣ барои ҳар як кишвар, махсусан Тоҷикистон, аҳамияти хоса пайдо мекунад.

Барои рақобатпазир шудани иқтисоди миллӣ бояд:

1. Низоми таълими менеҷмент ва маркетинг ба талаботи ҷаҳонӣ мутобиқ гардонидан;
2. Корхонаҳо ба истифодаи технологияҳои рақамӣ ва маркетинги рақамӣ рӯ оваранд;
3. Муассисаҳои давлатӣ сиёсати дастгирии рушди кадрҳои баландихтисос ва воридсозии технологияи идоракунии стратегиро қорӣ намоянд;
4. Рушди брендҳои миллӣ ва воридшавии онҳо ба бозорҳои байналмилалӣ дастгирӣ кардан.

Адабиёт

1. Ҷӯрабеков Ф. Менечменти стратегӣ. – Душанбе: Ирфон, 2021. – 285 сах. – сах. 17.
2. Назаров А. Асосҳои менечмент. – Душанбе: Тарбият, 2020. – 320 сах. – сах. 34.
3. Абдуллоев Р. Маркетинг ва идоракунии бозор. – Душанбе: Аржанг, 2019. – 256 сах. – сах. 28.
4. Раҳимов М. Идоракунии муассисаҳо дар Тоҷикистон. – Душанбе: Ирфон, 2022. – 300 сах. – сах. 55.
5. Қурбонов Ш. Маркетинги муосир. – Хучанд: Нури маърифат, 2021. – 210 сах.
6. Эмомалӣ Раҳмон. Паёми Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон, 26 декабри соли 2023. – Душанбе: Нашриёт, 2023. – 12 сах. – сах. 3–4.
7. Porter M. Competitive Strategy. – New York: Free Press, 1980. – 396 p. – p. 64.
8. Kotler P., Keller K. Marketing Management. – 15th ed. – Pearson, 2015. – 832 p. – p. 48.
9. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. – Pearson, 2019. – 600 p. – p. 72.

РУШДИ СТРАТЕГИЯИ ХИЗМАТРАСОНИҲОИ ЭЛЕКТРОНӢ ВА РАҚАМӢ ДАР ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН

Бобокалонов Сухроб н.и.п., дотсент - Сардори раёсати тарбия Донишгоҳи байналмилалӣ забонҳои хориҷии Тоҷикистон ба номи Сотим Улуғзода, ш. Душанбе, кӯчаи Мухаммадиев
17/1 тел.: (+992) 005-05-02-60 E-mail: s.bobokalonov@list.ru

Махсусан ноҳияҳои дурдасти кишвар, ки дастрасии онҳо ба интернет хело суст аст, имкони истифодаи хизматрасониҳои электрониро надоранд, ки ин ҳолат зарбаест барои ташаққули Ҳукумати электронӣ. Яке аз ҳадафҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон то соли 2040 ин пурра гузаштан ба иқтисоди рақамӣ мебошад. Қисмати дигар аз хизматрасониҳои электронӣ қаноатманд буда, меғоянд, ки қорашон нисбатан осон гардидааст. Соли 2017 дар рӯйхати Созмони Миллалӣ Муттаҳид барои ташаққули Ҳукумати электронӣ Тоҷикистон дар зинаи 133 қарор дошт. Пурра ворид нагардидан ба ин низомро дар кишвар ба масоҳати зиёди кӯҳӣ будан рабт медиҳанд.

Калидвожаҳо: интернет, ҳукумати электронӣ, технологияҳои иттилоотӣ, коммуникатсионӣ, стратегия, системаҳои иттилоотӣ, информатизатсия, консепсияи.

Натиҷаҳои татбиқи стратегия ва барномаи мазкур ба соҳаи саноат низ таъсири мусбат расонида, барои рушди он заминаҳои мусоиди технологиву идорӣ фароҳам намуд. Масалан, бар ивази муросилоти анъанавӣ почтаи электронӣ ташкил гардид, чараёни коргузори шакли сифатан нави компютерикунонидашударо касб намуд, пайдо шудани алоқаи мобилӣ ва интернет дастрасӣ ба иттилоот ва табодули онҳоро осон намуд. Илова бар ин, имкониятҳои муколамаи мутақобила бо сарфаи вақт васеъ гардида, чараёни ҷалби сармояву сармоягузор ба соҳа беҳтар шуд, аз ҷониби давлат имтиёзҳои иловагӣ барои ҳавасмандгардонии воридоту ҷоринамоии технологияҳои нав пешбинӣ гардид, барои баланд бардоштани касбияти мутахассисон шароити иловагӣ фароҳам гардид.

Ба мақсади бунёди сохтори ягонаи ҳукумати электронӣ, вазифаи техникӣ оид ба ташаққул (ва таъсис)-и қисматҳои асосии ҳукумати электронӣ қор карда барои мешавад. Дар чунин сурат зарур аст шабакаҳои мавҷудаи технологияҳои иттилоотӣ байни мақомоти идораи давлатӣ рушд ва тақомул дода шавад ва ҷиҳати баланд бардоштани самаранокии истифодаи онҳо ва таъмини гардиши электроники иттилоот, аз ҷумла маълумотҳои захиравии иттилоотӣ, барои мисол, захираи маълумотҳои ҳукуки иттилоотии “Адлия” ва гардиши электроники рӯйхати хизматчиёни давлатӣ тадбирҳо андешида шаванд. [1-25.c]

Тибқи маълумоти хадамот маълум гардид, ки наздики 50 вазорату идора ба низоми Ҳукумати электронӣ пайваст шуда, пурра барқарорсозии шабакаи ягонаи электронӣ дар байни дигар ниҳодҳо идома дошта, миёни шуъбаҳои умумии онҳо барои ташкил намудани мубодилаи электронӣ чораҳои дахлдор андешида мешавад.

Аммо маълумоти воқеӣ баёнгари он аст, ки танҳо системаи маориф ва якчанд ниҳод ба ин низоми ягона пайвастаанду ҳалос. “Кумитаи андоз, Хадамоти гумрук ва Бонки давлатии амонатгузорӣ “Амонатбонк” ба шабакаи ягонаи электронӣ пайваст буда, миёни ҳам метавонанд, танҳо маълумоти вобаста ба самти худро дастрас кунанд”, - иброз дошт Фирдавс Файзов, корманди Кумитаи андоз. Ниҳодҳои боқимонда, ки тибқи иттилои Хадамоти алоқа наздики 50 вазорату идораанд, ба кадом шабака пайваста ва чӣ гуна фаъолияти ягонро ба роҳ мондаанд, номаълум. [2-54.с]

Дар ҳамин ҳошия Силмон Мавлонназаров, мудири кафедраи амнияти иттилоотӣ ва технологияи иттилоотии Академияи идоракунии давлатии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон мушкिलро дар паст будани суръати интернет медонад. Ӯ гуфт: “Интернет дар провайдерҳои кишвар теъдоди зиёди истифодабаранда дорад, аммо заминаи онҳо қудрати хизматрасониро надорад. Махсусан ноҳияҳои дурдасти кишвар, ки дастрасии онҳо ба интернет хело суст аст, имкони истифодаи хизматрасониҳои электрониро надоранд, ки ин ҳолат зарбаест барои ташаққули Ҳукумати электронӣ. Аз нигоҳи дигар барои пурра татбиқ гардидани ин низом мушкилӣ дар ҳуди мо - шаҳрвандон аст, ки аз ин хизматрасониҳо ба таври дуруст истифода намеkunем”.

Яке аз ҳадафҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон то соли 2040 ин пурра гузаштан ба иқтисоди рақамӣ мебошад. Ба ғайр аз чорӣ намудани пардохтҳои электронӣ боз пурра гузаштан ба ҳукумати электронӣ мебошад, то ки тамоми шаҳрвандони кишвар тавонанд маълумоту дархостҳои худро тариқи электронӣ дастрас намоянд. Баҳри татбиқи ин мақсад дар шаҳри Душанбе миёни мақомоти алоқаи назди Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон ва ширкати "Мегафон" ёддошти тафҳум оиди бунёди ҳукумати электронӣ ба имзо расид. Тавре маълум аст, рақамӣ кунории иқтисод ва ҳукумат бевосита ба ММД аз 3 то 5 % солона таъсири мусбӣ мерасонад ва зиёди монеаҳоро бартараф менамояд. Ширкати бонуфузи Мегафон дорои ҳамаи шароити қобилиятӣ мусоидатро дорост. [3- 81.с]

Дар ин асно иддае аз шаҳрвандон аз хизматрасониҳои электронӣ изҳори норозигӣ намуда, иброз доштанд, ки истифодаи бархе аз хизматрасониҳо ба онҳо дастнорасу нофаҳмост. Қисмати дигар аз хизматрасониҳои электронӣ қаноатманд буда, мегӯянд, ки қорашон нисбатан осон гардидааст. Соли 2017 дар рӯйхати Созмони Миллали Муттаҳид барои ташаққули Ҳукумати электронӣ Тоҷикистон дар зинаи 133 қарор дошт. Солҳои 2018-2019 ду зина поён фаромад. Дар соли 2019 бошад, бо 0,46 нишондиҳанда дар Осиёи Миёна Тоҷикистон мавқеи чорумро ишғол мекард.

Ин ҷо маълум мегардад, ки ниҳодҳои вобаста, бемасъулиятӣ зоҳир намуда, вазифаи ба зиммагузошташонро анҷом намедиханд. Ва чандин саволҳо дар гирди чунин вазорату идораҳо ҳалқа зада посух мепоханд. Пурра ворид нагардидан ба ин низомро дар кишвар ба масоҳати зиёди кӯҳӣ будан рабт медиҳанд. Агар ба давлатҳои Сингапур ва Швейтсария назар афканем, қисмати зиёдашонро баландкӯҳҳо ташкил медиҳад. Аммо дастрасии онҳо ба интернет бо суръати баланд аст”, - мегӯяд Силмон Мавлонназаров дар ин ҳошия намояндаи Хадамоти алоқа қайд намуд, ки кишварҳои дар истифодабарии имкониятҳои технологияҳои иттилоотиву коммуникатсионӣ ба пешравиҳои назаррас ноил гардидаанд, пеш аз ҳама ба масъалаҳои қабули санадҳои меъёрии ҳуқуқии дахлдор, омода намудани кадрҳои баландихтисос, рушди инфрасохтори иттилоотӣ ва татбиқи усулҳои идоракунии электронӣ

диққати зарурӣ медиҳанд. Аз рӯи гуфтаҳои ӯ маълум мегардад, ки норасоии мутахассисону кадрҳои таҳассусӣ низ заминагузори ба таъхир афтодани ин низом дар кишвар мебошад. [4-56.с]

Адабиёт

1. Романова Л.М., Фролов А.Г. Компоненты профессиональной деятельности преподавателя вуза на должностных уровнях ассистента, и старшего преподавателя // Вестник Казан.гос. энергет. ун-та. 2009. №1. С 136-142.
2. Романова Л.М., Матушанский Г.У. Компетентностная модель преподавателя высшей школы // Инновационная образовательная среда как фактор развития учебного заведения. Казань: Изд-во МОИН РТ, 2010. С. 133-134.
3. Матушанский Г.У., Завада Г.В. Моделирование повышения квалификации преподавателя высшей школы на траектории ассистент -ст. преподаватель - доцент //Alma mater.2011.С.40-42.
4. Фролов Ю.В., Махотин Д.А. Компетентностная модель как основа качества подготовки специалистов // Высшее образование сегодня. 2010. № 12. С. 34-41.
5. Байденко В.И. Концептуальная модель государственных образовательных стандартов в компетентностном формате. Материалы к методологическому семинару. М., Исследовательский центр качества подготовки специалиста МИСИС, 2005.
6. Башарина А.В. Влияние процессов глобализации на образовательное пространство России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.naukapro.ru/konf2008/bash.htm>.

НАҚШИ ШАРИКОНИ БАЙНАЛМИЛАЛӢ ДАР РУШДИ ИҚТИСОДИ ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН

Санавбар Турахонзода - ассистенти кафедраи назарияи иқтисодии факултети МИБ, ҳуқуқ ва гумруки Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон, ш. Душанбе, Ҷумҳурии Тоҷикистон, к. Деҳоти ½. Тел: (+992) 881000288, E-mail: sanavbar_turakhonzoda@mail.ru

Мақолаи мазкур ба таҳлили нақши шарикони байналмилалӣ дар рушди иқтисоди Ҷумҳурии Тоҷикистон бахшида шудааст. Муаллиф равандҳои асосии ташаккули сиёсати иқтисодӣ, дастгирии бахши хусусӣ ва ҳамкорӣ бо созмонҳои байналмилалиро баррасӣ намуда, дурнамои рушди устувори иқтисодиро арзёбӣ кардааст.

Калидвожаҳо: рушди иқтисодӣ, нақши давлат, сиёсати иқтисодӣ, сармоягузорӣ, бахши хусусӣ, дастгирии шарикони хориҷӣ.

Дар шароити тағйирёбандаи ҷаҳон ва мушкилоти иқтисодии глобалӣ, нақши давлат дар рушди иқтисоди миллӣ барои кишварҳои рӯ ба рушд, махсусан Ҷумҳурии Тоҷикистон, аҳамияти афзоида пайдо кардааст. Давлат ҳамчун танзимгари асосии равандҳои иқтисодӣ ва ташаккулдиҳандаи фазои сармоягузорӣ, воситаи муҳими рушди устувор ба ҳисоб меравад. Ин мақола ба таҳлили механизмҳои амалкунандаи иқтисодӣ ва нақши давлат дар ташаккули онҳо бахшида шуда, ҷанбаҳои муҳим ва мушкилоти мавҷударо инъикос менамояд.

Қобили зикр аст, ки солҳои аввали соҳибистиклолӣ иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон бо мушкилоти ҷиддӣ рӯ ба рӯ шуд: камбудии шабакаҳои инфрасохторӣ, сармоя, мутахассисони соҳибтаҳассус ва ихтилофҳои сиёсӣ. Бо вучуди ин, давлат тадриҷан механизмҳои идоракунии иқтисодиро таҳким бахшида, қадамҳои устуворро барои рушди иқтисоди бозорӣ гузошт. Қабули қонуни нави андоз, таъсиси Бонки миллии Тоҷикистон ва ислоҳоти молиявӣ аз ҷумлаи иқдомҳои муҳим буданд.[1]

Муҳим аст таъкид намудан, ки Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон бо мақсади ҷалби сармояи дохилӣ ва хориҷӣ як қатор тадбирҳоро роҳандозӣ намудааст: таъсиси минтақаҳои озодаи иқтисодӣ, соддагардонии бақайдгирии соҳибкорон, пешниҳоди имтиёзҳои андозӣ ва иҷозати воридоти озодаи таҷҳизоти истеҳсолӣ. Чунин шароитҳо барои рушди бахши хусусӣ, баланд бардоштани рақобатпазирӣ ва ҷалби сармояи хориҷӣ замина фароҳам оварданд.[2]

Бояд таъкид намуд, ки Ҷумҳурии Тоҷикистон, ҳамчун кишвари рӯ ба рушд, сиёсати иқтисодии худро ба воситаи стратегияҳои давлатӣ, барномаҳои миллии рушди иҷтимоӣ-иқтисодӣ ва ҳамкориҳои байналмилалӣ амалӣ менамояд. Барномаи миллии рушд барои давраи миёнамуҳлат ва дарозмуҳлат (Стратегияи миллии рушд то соли 2030) самтҳои афзалиятнок - энергетика, нақлиёт, кишоварзӣ ва саноатро муайян кардааст. Дар ин самт нақши давлат муҳим буда, бо истифода аз сиёсати фискалӣ, андозбандӣ ва пуштибонии бахши хусусӣ, рушди иқтисоди миллий ҳадаф қарор дода мешавад.

Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон сармоягузориҳои бузургро ба инфрасохтор, аз ҷумла шабакаҳои барқ, роҳҳо, нақлиёт ва ирригация равона кардааст. Лоихаҳои чун «CASA-1000», «Роғун», ва «Рушди роҳҳои транзитӣ» бо дастгирии шарикони хориҷӣ пеш бурда мешаванд. Ин лоихаҳо на танҳо ба беҳтар шудани сифати хизматрасониҳо, балки ба афзоиши имкониятҳои содирот ва рақобатпазирӣ иқтисоди кишвар мусоидат мекунад.

Барои рушди иқтисод, ҷалби сармояи мустақими хориҷӣ яке аз воситаҳои муҳим ба ҳисоб меравад. Ҷумҳурии Тоҷикистон бо роҳи беҳтарсозии фазои ҳуқуқӣ ва содда кардани расмиёти бақайдгирии соҳибкорӣ, шароити мусоидро барои сармоягузорон фароҳам меорад. Ҳамкориҳо бо кишварҳои узви G7 ва созмонҳои молиявии байналмилалӣ, Бонки Ҷаҳонӣ, IMF, ADB, дар ин раванд нақши калидӣ мебозанд.

Маблағҳои интиқолии муҳоҷирон яке аз манбаъҳои муҳими даромад ва рушди иқтисодии кишвар боқӣ мемонанд. Ба ҳисоби миёна, ҳар сол аз Русия ва дигар кишварҳо садҳо миллион доллари амрикоӣ ба иқтисоди Ҷумҳурии Тоҷикистон интиқол дода мешавад, ки ин маблағҳо бештар дар бахши истеъмол ва манзилсозӣ истифода мешаванд.

Гарчанде ин манбаъ устувор нест, аммо дар таҳкими сатҳи зиндагии аҳоли ва талабот ба молу хизматрасонӣ нақш дорад. Тавре маълум аст, Ҷумҳурии Тоҷикистон бо Бонки Ҷаҳонӣ, Хазиनाи Байналмилалӣ Асдор, Бонки Осиёгии Рушд ва дигар шарикон ҳамкориҳои густурда дорад. Дар доираи ин ҳамкорӣ, кишвар лоихаҳои муҳими инфрасохторӣ, энергетикӣ ва иҷтимоиро татбиқ мекунад. Масалан, дар давраи пандемияи COVID-19 Тоҷикистон аз ХБА зиёда аз 189 миллион доллар қўмак дарёфт кард, ки бо дастгирии давлатҳои G7 амалӣ гардид[3].

Бояд зикр кард, ки дар ҷадвали 1 ҷаъолияти муассир ва саҳми асосии шарикони байналмилалӣ дар рушди иқтисоди Ҷумҳурии Тоҷикистон инъикос менамояд. Тибқи он, Бонки Ҷаҳонӣ бо ҳаҷми қумакҳои назаррас - 300 миллион доллар, дар татбиқи лоихаҳои муҳими инфрасохторӣ, аз ҷумла таъмини об ва барқ, саҳми калон мегузорад.

Хазинаи Байналмилалӣ Асдор дар давраи бӯҳрони пандемияи COVID-19 нақши калидӣ бозида, ба Тоҷикистон 189.5 миллион доллар қумак расонид. Ин маблағҳо ба устувор нигоҳ доштани низоми молиявии кишвар ва дастгирии бӯҷетӣ равона шуданд. Бонки Осиёгии Рушд бо маблағгузориҳои лоихаҳои энергетикӣ ва барқарорсозии шабакаҳои барқ, ва Иттиҳоди Аврупо бо грантҳои техникӣ дар соҳаҳои маориф ва рушди деҳот, ҷаъолана дар раванди рушди устувори иқтисодӣ ширкат доранд.

Ҷадвали 1. Нақши шарикони байналмилалӣ дар рушди иқтисоди Ҷумҳурии Тоҷикистон

Шарик	Самти кумак	Ҳаҷми кумак (миллион \$)	Шарҳ
Бонки Ҷаҳонӣ [4]	Лоиҳаҳои инфрасохторӣ ва иҷтимоӣ	300	Таъмини об, барқ ва хизматрасониҳои иҷтимоӣ
ХБА [5]	Дастгирии молиявӣ дар давраи бӯҳрон	189.5	Кумак дар замони пандемияи COVID-19
Бонки Осиёгии Рушд [6]	Татбиқи лоиҳаҳои энергетикӣ	150	Барқарорсозии шабакаҳои барқ
Иттиҳоди Аврупо	Кӯмакҳои техникӣ ва грантҳо	100	Дастгирии рушди деҳот ва маориф

Ин маълумот гувоҳ бар он аст, ки ҳамкориҳои самаранок бо созмонҳои байналмилалӣ метавонад захираҳои заруриро барои рушди иҷтимоию иқтисодӣ таъмин намояд ва барои ноил шудан ба ҳадафҳои стратегӣ мусоидат кунад.

Бо вучуди пешравиҳо, иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба монеаҳои ҷиддӣ рӯбарӯст: вобастагӣ аз муҳочират ва маҳсулоти хом, сатҳи пасти истеҳсолоти дохилӣ ва дастрасии маҳдуд ба бозорҳои хориҷӣ. Барои бартарафсозии ин мушкилот зарур аст, ки самтҳои афзалиятноки рушди иқтисодӣ муайян гардида, дар бахшҳои саноат, кишоварзӣ ва технологияҳои нав сармоягузорӣ зиёд карда шавад.

Ҳамин тавр, Ҷумҳурии Тоҷикистон дар рушди иқтисоди миллии худ нақши калидӣ мебозад. Мақомоти давлатӣ тавассути сиёсатҳои иқтисодӣ, дастгирии бахши хусусӣ ва ҳамкорӣ бо шарикони байналмилалӣ, имкониятҳои рушди устуворро таъмин менамоянд. Дар оянда, бо тақвияти низоми таҳлили стратегӣ, рушди иқтисоди рақамӣ ва баланд бардоштани сифати захираҳои инсонӣ, Ҷумҳурии Тоҷикистон метавонад ба яке аз кишварҳои миёнаи доромад табдил ёбад.

Адабиёт

1. Asian Development Bank (2023). Tajikistan and ADB. <https://www.adb.org>
2. European Union External Action Service (2022). EU Cooperation with Tajikistan. <https://www.eeas.europa.eu>
3. International Monetary Fund (2020). IMF Executive Board Approves US\$189.5 Million in Emergency Support to Tajikistan to Address the COVID-19 Pandemic. <https://www.imf.org>
4. The World Bank (2023). World Bank Projects in Tajikistan. <https://www.worldbank.org>
5. Вазорати рушди иқтисод ва савдо. Гузориши солона (2023). Сомонаи расмӣ: www.medt.tj
6. Вазорати рушди иқтисод ва савдои ҚТ Гузориши солона (2023). www.medt.tj.

РУШДИ НИЗОМИ ИДОРАКУНИИ МОЛИЯИ ДАВЛАТӢ ДАР ҶУМӢУРИИ ТОӢИКИСТОН

Раҳматов Сияршоҳ Маҳмадшоевич - муаллими калони кафедраи молияи Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон. E-mail: s.rahmatov@mail.ru

Мақолаи мазкур ба таҳлили раванд ва ислоҳоти низоми идоракунии молияи давлатӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон бахшида шудааст. Дар асоси Стратегияи идоракунии молияи давлатӣ барои давраи то соли 2030, ҳадафҳо ва самтҳои афзалиятноки ислоҳот таҳлил гашта, масъалаҳои интизоми фискалӣ, самаранокии харочот, шаффофият ва диди стратегӣ бучет

муҳокима мешаванд. Мақола чораҳои амалишаванда дар чорчӯби Барномаи миёнамуҳлати солҳои 2021–2023-ро низ фаро мегирад.

Калидвожаҳо: ислоҳот, стратегия, идоракунии молияи давлатӣ, буҷети барномавӣ, банақшагирии хароҷот, шаффофият, Ҷумҳурии Тоҷикистон.

Идоракунии молияи давлатӣ яке аз самтҳои калидии рушди устувори иҷтимоиву иқтисодӣ дар ҳар як давлат ба ҳисоб меравад. Дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба ин бахш давра ба давра ислоҳот дароварда шуда, барои беҳтар гардондани идоракунии захираҳои молиявӣ, баланд бардоштани шаффофият ва самаранокии истифодаи буҷет тадбирҳои муҳим амалӣ гардида истодаанд.

Стратегияи идоракунии молияи давлатӣ барои давраи то соли 2030, ки бо Фармони Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 31 январи соли 2020, №1446 тасдиқ шудааст, заминаи асосии ин ислоҳот ба ҳисоб меравад.

Дар чорчӯби амалисозии Стратегия, мушкилоти зерин дар самти идоракунии молияи давлатӣ муайян шудаанд:

- гузариши нопурра ба буҷети барномавӣ;
- робитаи сусти байни буҷет ва банақшагирии стратегӣ;
- маъмурикунонии андозбандӣ ва иқтисодиёти ғайрирасмӣ;
- набудани дастрасии умум ба иттилооти фискалӣ;
- амалиётҳои квазифискалии корхонаҳои давлатӣ.

Ҳалли ин масъалаҳо барои расидан ба ҳадафҳои дарозмуддат аҳамияти калидӣ дорад.

Стратегия дар асоси мақсадҳои дарозмуддати рушди миллӣ таҳия шудааст ва самтҳои зеринро фаро мегирад:

- 1) чаҳорчӯбаи устувори макрофискалӣ;
- 2) банақшагирӣ ва буҷетикунониҳои хароҷоти давлатӣ;
- 3) иҷроиши буҷет ва ҷамъовариҳои даромади давлатӣ;
- 4) назорати молиявӣ ва аудити дохилӣ;
- 5) баҳисобгирии муҳосибӣ, мониторинг ва ҳисоботи молиявӣ;
- 6) аудити беруна ва назорати молиявӣ;
- 7) шаффофият ва тобеияти ҳисоботдиҳӣ;
- 8) унсурҳои воқеии ислоҳот (технологияҳои иттилоотиву коммуникатсионӣ, баланд бардоштани иқтидор ва ғайра).

Банақшагирӣ дар идоракунии молияи давлатӣ нақши калидӣ мебозад. Банақшагирӣ мувофиқати мақсадҳои стратегияи давлат ва тақсими воқеии захирахоро таъмин намуда, ба устувори низоми молиявӣ мусоидат намуда, шаффофияти бахши давлатиро зиёд мекунад.

Дар мақолаи мазкур тадбирҳои Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон дар самти банақшагирӣ ва буҷетикунониҳои хароҷоти давлатӣ мавриди таҳлил ва арзёбӣ қарор мегирад. Яке аз мақсадҳои банақшагирии буҷети давлатӣ баланд бардоштани самаранокии истифодабарии воситаҳои буҷетӣ мебошад. Яке аз роҳҳои ноил шудан ба ин мақсад қорӣ намудани буҷетикунониҳои барномавӣ мебошад.

Мутобиқи фармоиши Вазорати молияи Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 23 майи соли 2022, №83 «Дар бораи буҷетикунониҳои барномавӣ» Вазорати молияи Ҷумҳурии Тоҷикистон гуруҳбандии буҷетии барномавино тасдиқ кард, ки барои тамоми 14 соҳаи буҷети давлатӣ таҳия шудааст.

Тибқи ин фармоиши Вазорати молияи Ҷумҳурии Тоҷикистон қонунҳои қабулшуда «Дар бораи Буҷети давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон» барои солҳои 2023 ва 2024-ро тақсими

муфассали хароҷоти буҷети давлатӣ на танҳо аз рӯи соҳаҳо, балки аз рӯи гуруҳбандии барномавӣ низ, ҳамроҳӣ мекунад.

Гуруҳбандии барномавӣ ба ҳамаи тақсимкунандагони асосӣ, тақсимкунандагон ва гирандагони маблағҳои буҷетӣ имкон медиҳад, ки буҷетҳои худро аз рӯи барномаҳо бо нишондиҳандаҳои мушаххаси молиявӣ ва ғайримолиявӣ тақсим кунанд. Ҳамзамон ва ба ин васила робитаи мутақобилаи нишондиҳандаҳои буҷетро бо афзалиятҳои сиёсӣ ва самти умумии маблағгузориҳои буҷетиро барои ноил шудан ба натиҷаҳои мушаххас, беҳтар созанд.

Мутобиқи фармоиши Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 декабри соли 2021, № 102-ф ва дастурамалҳои дахлдори таҳияи буҷет барои марҳилаҳои 1 ва 2 раванди буҷетӣ, ҳамаи тақсимкунандагони асосии маблағҳои буҷетӣ нақшаҳои стратегии буҷети худ (яъне дархости буҷетӣ)-ро бо тақсимо аз рӯи барномаҳо, мувофиқи гуруҳбандии барномавии Вазорати молия тасдиқ карда, таҳия мекунад. Барномаҳои мазкур бояд афзалиятҳои сиёсати (яъне стратегияҳо ва дигар ҳуҷҷатҳои барномавӣ) Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистонро дар сатҳҳои соҳавӣ, мавзӯӣ ва миллий инъикос намоянд.

Дар чунин шакл, ҳамоҳанги байни нақшаҳои стратегии (ё стратегияҳо ё барномаҳо) тақсимкунандагони асосии маблағҳои буҷетӣ бо маблағгузори дахлдори буҷетӣ, ки дар доираи ташаққули дархостҳои буҷетӣ пешбинӣ шудаанд, таъмин карда мешавад.

Бо мақсади баланд бардоштани самаранокии буҷетҳои соҳавӣ Вазорати молия Нақшаи миёнамуҳлати амал барои солҳои 2023-2026 оид ба қорӣ намудани унсурҳои асосии буҷети гендерӣ, буҷети иқлимӣ, инчунин пайгирии буҷет барои ноил шудан ба Ҳадафҳои Рушди Устуворро тасдиқ намуд. Дар навбати худ, Ҳадафҳои Рушди Устувор дар ҳуҷҷатҳои сиёсии миллий ва соҳавӣ инъикос ёфтаанд, ки ўҳдадории қавии ҳукуматро ҷиҳати амалисозии буҷетикунони ба сиёсат асосёфта ва тадриҷан ба раванди буҷет қорӣ намудани принципҳои буҷетии ба натиҷа нигаронидашуда, тасдиқ мекунад.

Қайд кардан лозим аст, ки пурра қорӣ намудани механизми буҷетикунони барномавӣ дар низомии идоракунии молияи давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон чунин бартариятҳоро ба миён меорад:

- таъмини иҷрои самараноки вазифаҳои стратегӣ, ки аз ҷониби давлат муайян гардидаанд;
- таъмини алоқамандии пайдор миёни стратегияи молиявӣ ва тадбирҳои тактикӣ (амалӣ);
- баланд бардоштани сатҳи масъулиятнокӣ ва шаффофият дар фаъолияти мақомоти ҳокимияти давлатӣ;
- фароҳам овардани шароит барои арзёбии фаъолияти мақомоти давлатӣ дар асоси нишондиҳандаҳои натиҷанокӣ ва самаранокӣ;
- тақвият бахшидани назорати фискалӣ нисбат ба истифодаи захираҳои молиявии давлатӣ;
- тақсимои оқилона ва муассири захираҳои молиявии давлатӣ вобаста ба афзалиятҳои муайяншуда;
- беҳтар гардидани сатҳу сифати хизматрасониҳои давлатӣ ба аҳоли;
- таъмини шаффофият дар тамоми марҳилаҳои раванди буҷетӣ.

Буҷетикунони барномавӣ дар асоси татбиқи барномаҳои давлатии қабулшуда яке аз усулҳои пешқадами ҷаҳонии таҳияи буҷет ба ҳисоб меравад, зеро ки масъулияти иҷрокунандагони барномаҳоро дучанд менамояд, боиси шаффофияти иҷрои он гашта, сифати хизматрасониҳои давлатиро баланд мебардорад. Аз ин лиҳоз, Ҳукумати ҷумҳуриро лозим аст, ки вазъи имрӯзаи ислоҳоти раванди буҷетиро таҳлили амиқ намуда, барои зудтар татбиқ

намудани нақшаҳо дар самти банақшагирӣ ва буҷетикунони хароҷот чораҳои муассир андешанд.

Ҳамин тариқ, низоми идоракунии молияи давлатӣ дар Тоҷикистон дар марҳилаи ғаёлонаи ислоҳот қарор дорад. Барои муваффақият дар расидан ба ҳадафҳои стратегӣ, зарур аст ки чунин тадбирҳо татбиқ шаванд:

- тақвияти буҷети барномавӣ;
- тавсеаи платформаҳои рақамӣ;
- беҳтарсозии назорат ва аудит;
- таҳкими маҳалҳо тавассути сиёсати ғайримарказонии фискалӣ.

Ин тадбирҳо метавонанд ба самаранокии идоракунии молияи давлатӣ ва рушди устувори иқтисоди миллӣ мусоидат намоянд.

Адабиёт

1. Стратегияи идоракунии молияи давлатӣ барои давраи то соли 2030. Фармони Президенти ҚТ №1446, аз 31.01.2020.
2. Барномаи миёнамуҳлати амалисозии Стратегия барои солҳои 2021–2023. Қарори Ҳукумати ҚТ №112, аз 03.04.2021.
3. Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон то соли 2030.
4. Гузориши арзёбии хароҷоти давлатӣ ва ҳисоботҳои молиявӣ (PEFA), 2017.

ТЕХНОЛОГИЯИ ИННОВАТСИОНӢ ДАР ОМОДА НАМУДАНИ МУТАХАССИСОНИ БОСАЛОҲИЯТ

Лайло Убайдова - ассистенти кафедраи фанҳои табиӣ-риёзӣ Донишгоҳи байналмилалӣ забонҳои хориҷии Тоҷикистон ба номи Сотим Улуғзода, ш. Душанбе, кӯчаи Муҳаммадиев
17/1 тел.: (+992) 005-05-02-60 E-mail: s.bobokalonov@list.ru

Одами имрӯза бояд иқтидори муътадили худзохиркунӣ, дараҷаи баланди маҳорати касбӣ ва самаранокии ғаёлияти хешро ноил бошад. Дар ҳар як давраи инкишофи хеш, ҷамъият талаботро ба омода намудани кадрҳои арзанда пешниҳод менамояд. Дар шароити муосир кадрҳои лозиманд, ки ба худмуайянкунии касбӣ ва худинкишоф омода бошанд, ва беҳтариҳои ҷамъиятро таъмин карда тавонанд. Дар қатори технологияи анъанавӣ аз технологияҳои фосилавӣ имконияти ба таври васеъ истифода бурдан пайдо гардидааст, ки он дар худ намудҳои гуногуни воситаҳои инноватсиониро пешниҳод менамояд.

Калидвожаҳо: салоҳиятнокӣ, технологияи анъанавӣ, барномаҳои тренингиҳо, технологияи инноватсионӣ, таълим, анъанавӣ.

Аз доираи иқтибосҳои оварда берун барои мақола, хулоса баровардан лозим аст, ки ба ҷамъият одамони дорои ақл ва иқтидори дар як вақти кӯтоҳ одатнамоӣ ба шароитҳои ҷаҳони имрӯза заруранд. Одами имрӯза бояд иқтидори муътадили худзохиркунӣ, дараҷаи баланди маҳорати касбӣ ва самаранокии ғаёлияти хешро ноил бошад. Барои ин бояд низоми салоҳиятнокӣ мавҷуд бошад, ки мақсади асосӣ-ин пешбинии оянда барои наслҳои нав, барои дарки ҷараёнҳои маданӣ ва навистехсолкунии арзишҳои маданӣ мебошад. [1, с.34]

Дар шароити имрӯза, барои Тоҷикистон низоми омодаи мутахассисони баландтаҳассуси дорои салоҳияти касбӣ заруранд. Маорифи Тоҷикистон ҳоло дар гардиши инкишофи хеш ва интиҳоби роҳи стратегӣ қарор дорад, ки ин самти инкишоф ояндаи кишварро муайян месозад. Дар ҳар як давраи инкишофи хеш, ҷамъият талаботро ба омода намудани кадрҳои арзанда пешниҳод менамояд, ки ин аз инкишофи низоми таълим саҳт вобастагӣ дорад. Мавқеи таълим ва тарбияи насли нав дар давраи муосири инкишофи

Тоҷикистон аз рӯи вазифаҳои он дар гузариш ба давлати демократӣ ва ҷомеаи шахрвандӣ, ба иқтисоди бозоргонӣ муайян мегардад.

Низоми маорифи Тоҷикистон имконият пайдо карда истодааст, ки бо системаи маорифи давлатҳои пешқадам рақобат намояд. Консепсияи инкишофи талаботҳои асосии сиёсати маорифи Ҷумҳурии Тоҷикистонро Қонун «Дар бораи маориф», Қонун «Дар бораи таҳсилоти олии баъди дипломӣ» ва ғайраҳо ташкил медиҳанд. Дар фазои муосири таҳсилот зарурият ба омода намудани кадрҳои босалоҳияти касбӣ ба миён омадааст, ки аз ҷиҳати иҷтимоӣ ғаёб ва рақобатпазири бозори меҳнати ҷаҳонӣ бошанд. Дар шароити муосир кадрҳое лозиманд, ки ба худмуайянкунии касбӣ ва худинкишоф омода бошанд, ва беҳатарии ҷамъиятро таъмин карда тавонанд. [2, с.71]

Мафҳуми «салоҳиятнокӣ» маънои донанда, дар ким кадом соҳа шуҳратманд, соҳиби салоҳиятҳо мебошад. Мафҳуми «салоҳиятнокӣ» дар худ мураккаб, мазмунӣ чуқур, дорои қобилияти тафриқасозии касбӣ, иҷтимоӣ- педагогӣ, ҳуқуқӣ ва дигар тавсифҳоро дар бар мегирад. Салоҳият-ин тарзи мавҷудияти дониш, маҳорат, маълумотнокӣ, ки худ зоҳиркуниро тавоно гардонида, хонанда ҷои хешро дар дунё пайдо менамояд. «Салоҳиятнокӣ» маънои фазои пешниҳоди дониш, маҳорат ва малакаи инсонро ноил буданро ифода менамояд.

Дар зери мафҳуми салоҳиятнокӣ, мо қудрати истифода бурдани имкониятҳои хешро дар ҷараёни ғаёлияти касбӣ ва омодагиро барои иҷро намудани амали касбӣ мефаҳмем. Дар ин ҳолат махсусан меҳостам қайд намоям, ки сухан дар бораи ғаёлият, дар шароити воқеии тағйирёбанда меравад. Дар робита бо ин зарур мешуморам, ки якҷанд аспекти омоданамоеи мутахассисони салоҳиятнокро ҷудо намоям. Дар ин ҷо сифати таълим, дастрасӣ ва самаранокӣ он ниҳоят муҳим мебошад. Дар шароити ахборикунӣ ва глобализунонии ҷамъият мавқеи асосиро дараҷаи касбии мутахассисони оянда ташкил менамояд. [3, с.56]

Бозори меҳнати муосир интиҳоби бераҳмонаро ба роҳ мемонад, ки он дар зери фишори саҳти рақобатӣ ва манфиатҳои иқтисодӣ амалӣ мегардад. Кордиханда на танҳо дараҷаи тахассуси ноилгардидаро баҳогузорӣ менамоянд, балки бештар диққати хешро ба маҳорати истифода бурда тавонистан аз таҷрибаи ҳосилнамуда, барои ҳосил намудани салоҳиятҳои нав дар тартиби инкишоф равона менамояд. Дар ин шароит мавқеи муносибати босалоҳият дар омода намудани мутахассисон меафзояд.

Дар шароити ҷаҳонишавӣ ва ахборишавии тамоми соҳаи ғаёлияти ҳаёт, аз он ҷумла дар соҳаи таҳсилот, афзалияти он дар омода намудани мутахассисҳои босалоҳияти идоракунандаи технологияи инноватсионӣ, ки ба инкишоф додани сифатҳои шахсӣ нигаронида шудааст мушоҳида карда мешавад. Технологияи инноватсионӣ як қадар ҷараёни мақсаднок равонагардида ва шиддатноки баланд бардорандаи сифати дониш, маҳорат ва малака мебошад, ки назарияҳои навро ба вуҷуд меорад.

Дар қатори технологияи анъанавӣ аз технологияҳои фосилавӣ имконияти ба таври васеъ истифода бурдан пайдо гардидааст, ки он дар худ намудҳои гуногуни воситаҳои инноватсиониро пешниҳод менамояд. Ба онҳо мансуб буда метавонанд: воситаҳои компютери таълим, китобхонаи электронӣ, курсҳои мултимедӣ, барномаҳои тренинҳо бо робитаҳои баргарданда, тақсим намудани вазифаи китоб, тренинг ва назорати дониши аз худ намуда, вазифаҳои таълимӣ ба барномаҳои касбӣ, барномаҳои компютери таълимии «Ҷадвалҳои мантиқӣ» ва «Саволнома-тренинг», барномаи компютери назоратии «Имтиҳони тестӣ», лексияҳои видеоӣ ва конференсияҳои телевизионӣ. [4, с.83]

Машғулиятҳои телевизионӣ дар низоми таълими ғаёб: воситаҳои фосилавии таълим: методҳои ғаёб дар машғулиятҳои коллективӣ дар шакли бозии корӣ ва амалиётӣ,

мубоҳисса, машғулиятҳои гуфтугӯӣ инчунин мушкилотӣ ва лексияҳои байни фаннӣ ва хонишҳои таҳаюлотии соҳаи таҳсилот ниҳоят манфиатовар мебошанд.

Дар омода намудани мутахассисони салоҳиятнок, технологияи инноватсионии таълим доро будан ба чунин иқтидор талаб карда мешавад: технологияи нав мақоми маърифатӣ ва касбии мутахассиси ояндаро баланд мебардорад; дар рӯҳияи низомнокӣ, босабрӣ, доштани нуқтаи назари танқидӣ, муросо карда натавонистан ба бенизомӣ тарбия менамояд; муносибатро бо масъулиятнокӣ баланд бардошта, ҷиддиятро дар ҳалли вазифаҳои таълимӣ ва мушкилоти касбӣ инкишоф медиҳад.

Ягонагӣ ва бисёрҷабҳагии технологияи нави таълим маданияти ахборотӣ ва салоҳиятнокии мутахассиси ояндаро ташаккул дода, имконияти мавҷударо барои одаткунӣ ба талаботи бозори меҳнат, ҷамъият ва ба худ муҳайё месозад. «Салоҳиятнокӣ» ҳамчун тавоноии инсон, ки ҳуқуқи бо дониши худаш чизеро ҳал намояд, дар бораи чизе муҳокима ронад ва амалиёти ӯ сарҳад набояд дошта бошаду онро тавонад, дар дараҷаи баланд татбиқ ва амалӣ созад. Тамоми аломатҳои пешкадамро ноил гардидани мутахассиси оянда, аз муносибати босалоҳият ва ғайолияти шууроноӣ ӯ вобаста мебошад. [5, с.96]

Адабиёт

1. Романова Л.М., Фролов А.Г. Компоненты профессиональной деятельности преподавателя вуза на должностных уровнях ассистента, и старшего преподавателя // Вестник Казан.гос. энергет. ун-та. 2009. №1. С 136-142.
2. Романова Л.М., Матушанский Г.У. Компетентностная модель преподавателя высшей школы // Инновационная образовательная среда как фактор развития учебного заведения. Казань: Изд-во МОИН РТ, 2010. С. 133-134.
3. Матушанский Г.У., Завада Г.В. Моделирование повышения квалификации преподавателя высшей школы на траектории ассистент -ст. преподаватель - доцент //Alma mater.2011.С.40-42.
4. Фролов Ю.В., Махотин Д.А. Компетентностная модель как основа качества подготовки специалистов // Высшее образование сегодня. 2010. № 12. С. 34-41.
5. Байденко В.И. Концептуальная модель государственных образовательных стандартов в компетентностном формате. Материалы к методологическому семинару. М., Исследовательский центр качества подготовки специалиста МИСИС, 2005.

МУНДАРИЧА

№	Назарзода Х.Х. Пешгуфтор	3-4
1	Раджабов Р.К. Таможенное администрирование: проблемы и развития на основе концепции маркетинга в условиях трансформационных изменений в экономике Таджикистана	5-9
2	Дустбоев Ш., Ҳакимзода А. Саноатикунонии истеҳсолот – омили муҳими рушди иқтисодиёти миллӣ	10-15
3	Факеров Х.Н., Зубайдов С. Совершенствование структуры субъектов потребительского рынка на основе использования диаграмма растяжения	15-17
4	Толибзода Қ. Қ., Ҳакимзода А. Таҳқиқи омилҳои таъсиррасон ба муҳити маркетингии корхона	18-23
5	Мирзоалиев А. А., Машокиров Ҷ.Н. Менеджмент кадрӣ ва ташаккули тафаккури рақамӣ	24-28
6	Саидова М. Х. Совершенствование механизма управления таможенной службы в трансформационных условиях	29-32
7	Джаббаров А., Файзуллоев М. К., Дустматов Б. М. Пути совершенство - вания сферы услуг в Республике Таджикистан	32-36
8	Муртазозода О. Ташаккулёбӣ ва рушди низоми миллии инноватсионӣ: ҷанбаҳои назариявӣ	37-43
9	Нурдинов Б. Х. Эффективность функционирования региональной инновационной экосистемы: основные критерии и показатели	43-52
10	Зайнуудинов С., Салимов Н. С. Истифодаи технологияҳои рақамӣ дар стратегияҳои маркетинги муосир	53-56
11	Ҳамитов М. С., Шамсов Ф.Т. Таҳлили вазъи муосири бозори озукаворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон	56-64
12	Абдурахмон Х., Чафархони Ш. Баъзе ҷанбаҳои рушди маркетинги рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон	64-74
13	Аскарова С. С. Факторный анализ развития пищевой промышленности в цифровой экономике	75-81
14	Шарипова Д.М., Қосимов М.Н. Рушди иқтисодии қарзи байналмилалӣ бонкҳои тичоратӣ дар иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон	81-87
15	Аминов Ф. И. Формирования стратегии развития предприятий малого бизнеса и его особенности	87-92
16	Кабутзода Қ.М. Масъалаҳои мубрами идоракунии кадрҳо дар корхонаҳои савдои чакана	92-96
17	Турсунов Х. М., Ғаюрий Р.С. Роҳҳои мукамалгардонии сифати хизматрасониҳо дар раванди истифодаи низомҳои гумрукӣ	96-101
18	Рустамзода Ф. М. Хусусиятҳои рушди сармояи инсонӣ дар иқтисодиёти муосир	102-107
19	Ҳакимов А.А. Хусусиятҳои хоси маркетинги сайёҳӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон	107-116
20	Таваров Л. Т., Қайюмов А.И. Арзёбии имкониятҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон барои тақвияти иқтисодии содиротӣ	116-122
21	Мухторзода С.С. Преимущества розничной торговли через франшизу	122-124

22	Алиев М. Б. Муносибатҳои гумрукии Ҷумҳурии Тоҷикистон бо ташкилотҳои байналхалқӣ	125-132
23	Абдуллоев З. А. Менеҷменти захираҳои инсонӣ дар шароити рақамикунонӣ	132-137
24	Амонов С.С., Кабутзода Қ.М. Иқтисодиёти рақамӣ ва технологияҳои рақамӣ дар савдои чакана	137-142
25	Мизробов С. С. К исследованию проблем занятости населения в Республике Таджикистан в современных условиях	142-146
26	Табаров А. Қ. Кимиёи рақамӣ - асоси пешрафт ва рушди саноати кимиёӣ	146-149
27	Хикматова М. С., Мамадов Ф.Р. Цифровизация как фактор развития экономики Таджикистана	150-155
28	Холов М. Х. Татбиқи технологияи зеҳни сунӣ дар таъмини беҳатарии маҳсулоти хӯрокворӣ	155-158
29	Асоева М. С. Борҷома ҳамчун унсuri муҳими сиёсати тиҷоратии корхона	158-164
30	Саъдуллоева Н.С. Приоритетные направления повышения доходов домашних хозяйств в Республике Таджикистан	165-168
31	Холиқова П. Ташаккули иқтисоди рақамӣ ва хизматрасониҳои электронӣ	168-171
32	Ҷафархони Ш. Нақши маркетинги рақамӣ дар рушди корхона	171-175
33	Шаропов Ф. Н. Масоили мубрами менеҷмент ва маркетинг дар шароити ҷаҳонишавӣ	175-179
34	Бобокалонов С. Рушди стратегияи хизматрасониҳои электронӣ ва рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон	179-181
35	Санавбар Т. Нақши шарикони байналмилалӣ дар рушди иқтисоди Ҷумҳурии Тоҷикистон	181-183
36	Раҳматов С. М. Рушди низоми идоракунии молияи давлатӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон	183-186
37	Убайдова Л. Техналогияи инноватсионӣ дар омода намудани мутахассисони босалоҳият	186-188

**Бо қарори Шурои илмӣ-техникии Донишгоҳи давлатии тиҷорати
Тоҷикистон ба чоп тавсия гардидааст.**

**Рушди менеҷменти инноватсионӣ ва маркетинги рақамӣ // Маҷмӯи
маводҳои конференсияи ҷумҳуриявии илмӣ-амалӣ: зери таҳрири д.и.т.,
профессор Назарзода Х.Х., д.и.и., дотсент Мирзоалиев А.А., н.и.и., дотсент
Машокиров Ҷ.Н., н.и.и., дотсент Султонов З.С., н.и.и, и.в. дотсент Ҳакимзода А.
– Душанбе: ДДТТ, 2025. – 188 с.**

Ба чоп 30.05.2025 имзо шуд. Андозаи 60x841/16. Коғазии офсетӣ. Ҳуруфи Times
NewRoman. Чопи офсетӣ. Ҷузъи чопии шартӣ 11,75. Адади нашр 100. Нархаш
шартномавӣ.

Дар чопхонаи «Матбаа» чоп шудааст.
